



J O E V I T A L E

# HYPNOTIC WRITING

HOW TO SEDUCE  
AND PERSUADE CUSTOMERS  
WITH ONLY YOUR WORDS

Д Ж О В И Т А Л Е

# ГИПНОТИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ

КАК ИСКУШАТЬ И УБЕЖДАТЬ  
КЛИЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ  
КОПИРАЙТИНГА

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2022

УДК 659.1  
ББК 76.006.5  
В54

Joe Vitale  
HYPNOTIC WRITING  
How to Seduce and Persuade Customers  
with Only Your Words

**Витале, Джо.**  
В54      Гипнотические рекламные тексты : как искушать и убеждать клиентов с помощью копирайтинга / Джо Витале : [перевод с английского Т. Климовой]. — Москва : Эксмо, 2022. — 304 с. — (Книги-драйверы).

ISBN 978-5-04-112074-0

Легендарная книга по продающим текстам. В ней Джо Витале, один из самых высокооплачиваемых в мире копирайтеров, раскрывает принципы гипнотического письма — безотказного инструмента влияния на сознание покупателей. Этот инструмент незаменим при создании емейл-рассылок, продающих постов, рекламных публикаций и прочих текстов, цель которых продавать товары и услуги. В своей книге Джо Витале щедро делится примерами удачных креативных решений.

В ней вы найдете формулу написания гипнотических текстов, бесценные советы о том, как взять под контроль сознание читателя и подтолкнуть его к действиям, 5 секретных законов гипнотического убеждения, 30 способов написать гипнотический заголовок.

УДК 659.1  
ББК 76.006.5

© 2007 by Hypnotic Marketing, Inc. All rights reserved.  
© All rights reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc.  
© Перевод на русский язык, Т. Климова, 2020  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022

ISBN 978-5-04-112074-0

# Оглавление

Отзывы .....	9
Предупреждение от автора .....	15
Предисловие. <i>Джон Бертон</i> .....	19
ГЛАВА 1. Настало время проснуться .....	23
ГЛАВА 2. Остановитесь! Сначала сделайте это .....	29
ГЛАВА 3. Что есть невозможное? .....	30
ГЛАВА 4. Отказ от ответственности .....	33
ГЛАВА 5. Начало .....	35
ГЛАВА 6. Агата Кристи доказывает, что гипнотические тексты существуют .....	38
ГЛАВА 7. Мой секрет написания гипнотических текстов .....	41
ГЛАВА 8. Даже за деньги не стану читать паршиво написанный текст .....	45
ГЛАВА 9. Что такое гипнотический стиль? .....	48
ГЛАВА 10. Рассмотрим конкретный пример гипнотического текста .....	53
ГЛАВА 11. Секрет — в доверительности .....	61
ГЛАВА 12. Что может быть важнее, чем текст? .....	63

ГЛАВА 13. Контролируемое исследование гипнотического текста . . . . .	67
ГЛАВА 14. Как я научился писать гипнотические тексты . . .	76
ГЛАВА 15. Что такое гипноз? . . . . .	82
ГЛАВА 16. Два способа подтолкнуть человека к действиям . . . . .	84
ГЛАВА 17. Как насчет вашего интернет-сайта? . . . . .	95
ГЛАВА 18. «Много» текста — это сколько? . . . . .	100
ГЛАВА 19. Каждый читатель желает знать... . . . . .	102
ГЛАВА 20. Гипнотическая сила повторения . . . . .	106
ГЛАВА 21. Внутренняя игра гипнотического текста . . . . .	109
ГЛАВА 22. Заменитель сахара тоже сладкий! . . . . .	117
ГЛАВА 23. Как пробудить вдохновение . . . . .	122
ГЛАВА 24. Как привлечь внимание читателя . . . . .	125
ГЛАВА 25. Как заставить ваш текст ходить, говорить и дышать . . . . .	130
ГЛАВА 26. Дайте мне мяса! . . . . .	137
ГЛАВА 27. Урок от величайшего в мире гипнотизера . . .	141
ГЛАВА 28. Советы о том, как написать выдающийся текст . . . . .	144
ГЛАВА 29. Аргумент против совершенства . . . . .	148
ГЛАВА 30. Как переманить читателей на свою сторону..	151
ГЛАВА 31. Бесценные рекомендации по молниеносному редактированию . . . . .	158
ГЛАВА 32. Как сделать ваш текст привлекательным . . . . .	165
ГЛАВА 33. Как люди думают . . . . .	169

ГЛАВА 34. Как писать гипнотические истории.....	171
ГЛАВА 35. Как взять под контроль «центр управления» сознанием клиента .....	177
ГЛАВА 36. Та самая гипнотическая команда, которая всегда работает .....	181
ГЛАВА 37. Чему меня научил роман «Морской волк» ....	186
ГЛАВА 38. Переломный момент .....	189
ГЛАВА 39. То, о чем всегда будут читать .....	192
ГЛАВА 40. На первый план выходит коннотация.....	194
ГЛАВА 41. Каковы мои секреты написания продающих гипнотических текстов? .....	199
ГЛАВА 42. Как вести гипнотический блог .....	201
ГЛАВА 43. Напоминание как триггер .....	209
ГЛАВА 44. Как превратить посредственный текст в гипнотический? .....	211
ГЛАВА 45. 30 способов написать гипнотический заголовок .....	214
ГЛАВА 46. Гипнотическое вступление .....	227
ГЛАВА 47. Гипнотический тест .....	230
ГЛАВА 48. Три моих самых больших секрета .....	231
ГЛАВА 49. Сколько стоит эта собачка? .....	235
ГЛАВА 50. Как изменить восприятие .....	237
ГЛАВА 51. Наконец! Формула создания гипнотических текстов от Джо Витале .....	244
ГЛАВА 52. Новый чек-лист для написания гипнотических текстов.....	254

Глава 53. Пять секретных законов гипнотического убеждения.....	257
Глава 54. Семь лучших гипнотических книг всех времен.....	259
Глава 55. Формула написания гипнотических текстов ..	263
Глава 56. Вызов для вас .....	265
Благодарности.....	266
Приложение. Гипнотические электронные письма .....	267
О докторе Джо Витале .....	287
Библиография.....	288
Алфавитный указатель	

# Как быстро научиться писать эффективные гипнотические тексты?

## Приобретите программу Hypnotic Writing Wizard от Джо Витале!

«Бросайте все свои дела и заказывайте эту программу прямо сейчас! Программа Hypnotic Writing Wizard за короткий срок принесет вам больше пользы, чем любой другой известный мне ресурс. Джо словно стоит рядом с вами и шепчет на ухо, что делать дальше. Представьте себе, какие возможности и какие показатели продаж вы получите, просто воспользовавшись этим инструментом! Сделайте себе одолжение и приобретите программу прямо сейчас. Это выгодная покупка!»

*Арман Морин,  
разработчик программного обеспечения,  
маркетолог [www.GoGenerator.com](http://www.GoGenerator.com)*

«Благодаря этому передовому программному обеспечению вы сможете с легкостью написать не только коммерческое предложение, но и пресс-релиз, рекламное объявление, статью, речь, контент для веб-сайта и даже целую книгу.

Гипнотические пояснения Джо простые, краткие, и, что самое главное, они работают. Я скептически относился к «гипнотической формуле читабельности», пока не воспользовался ей для анализа одного из собственных текстов — результаты стали для меня настоящим откровением. Программа Hypnotic Writing Wizard — это новое слово в литературном творчестве».

*Джозеф Шугерман,  
автор книги Triggers и многих других*

Подробности на сайте [www.HypnoticWritingWizard.com](http://www.HypnoticWritingWizard.com).

«Принципы гипноза, применяемые в копирайтинге, позволяют по-новому подходить к продажам. При помощи гипнотических слов Джо Витале создал идеальную среду для продаж, а затем показал нам, как использовать эти слова, чтобы мотивировать потенциального клиента сделать то, что вы от него ожидаете. Это поистине инновационный и эффективный подход к копирайтингу, который я настоятельно рекомендую вам изучить. Это просто гениально».

*Джозеф Шугерман,  
автор книги Triggers*

«Вот это да! Книга «Гипнотические тексты» прошлой ночью лишила меня сна! Я планировал почитать минут 15 перед сном, а в итоге выключил свет в четвертом часу! Вот какое воздействие оказывает эта книга. Да, Джо обучает вас копирайтингу на мировом уровне, но ведь это только начало. В действительности вы получаете глубинное понимание того, как люди думают, чувствуют и действуют — в том числе и вы. Эти знания бесценны, благодаря им слова приобретают силу. Этично используя эту силу, вы сможете увеличить свои продажи».

*Боб Серлинг,  
[www.DirectMarketingInsider.com](http://www.DirectMarketingInsider.com)*

«Я прочитал несметное количество книг по искусству убеждения, но ни в одной из них так подробно не объяснялось, как вводить покупателей в транс, благодаря чему у них возникает непреодолимое желание приобрести то, что вы им предлагаете».

*Дэвид Гарффинкель,  
автор книги Advertising Headlines that Make You Rich  
(в букв. перев. с англ. «Рекламные заголовки,  
которые сделают вас богатым»)*

«Я большой поклонник Джо Витале и его работ, и книга «Гипнотические тексты», впервые изданная более 20 лет назад, является моим абсолютным фаворитом. Дополненное новой информацией и свежими примерами, в частности, примерами электронных писем, это «фирменное блюдо» от Джо под названием «Гипнотические тексты» является самой важной книгой

по копирайтингу (да, она именно об этом) данного столетия. Прочитайте ее. Благодаря этой книге вы станете более успешным копирайтером. Точка».

*Боб Блай,  
копирайтер*

«Я не мог оторваться от этой книги. Она познавательна, в ней содержится уникальный материал о том, как эффективнее писать и убеждать. К тому же блестящая подача информации: сама книга есть пример написания текста при помощи приемов гипнотического стиля».

*Дэвид Дойч,  
автор книги Think Inside the Box  
(в букв. перев. с англ. «Мыслить стандартно»)  
[www.thinkinginside.com](http://www.thinkinginside.com)*

«В книге «Гипнотические тексты» столько удивительных фактов, столько полезной информации, что просто не знаешь, с чего начать. Инсайты, стратегии, тактика — все это эффективно работает и при этом легко применяется на практике. А если возникает вопрос относительно использования того или иного метода, то анализ конкретных примеров до и после объяснения как нельзя лучше обеспечит понимание материала. Книга «Гипнотические тексты» не просто написана о гипнотических текстах. Она сама есть гипнотический текст. В нее невозможно не влюбиться буквально с первых мгновений. Убедитесь сами».

*Блэр Уоррен,  
автор книги The Forbidden Keys to Persuasion  
(в букв. перев. с англ. «Запрещенные ключи к убеждению»)*

«В книге «Гипнотические тексты» есть все и сразу. Книга учит, как добиваться от ваших потенциальных клиентов трех необходимых вам вещей. Внимание! Увлечение! Действие! Никогда прежде я не встречал подобной сокровищницы техник для написания привлекательных рекламных текстов. Применять методы, описанные в книге «Гипнотические тексты», можно сразу после начала чтения. Это потрясающее настольное руководство, а не книга, которую вы после прочтения уберете на дальнюю полку лет на двадцать. Это книга, которую вы положите на рабочий

стол, чтобы она всегда была под рукой. Я в восторге от книги «Гипнотические тексты» и постоянно обращаюсь к ней. Джо Витале является первым в мире поистине гипнотическим маркетологом, и эта книга только подтвердит этот факт. Вы узнаете, как написать отличный заголовок и вступление, как изменить восприятие, и даже познаете секретные законы убеждения. Я обожаю эту книгу. Призываю вас приобрести ее сегодня и держать свой экземпляр подальше от конкурентов».

*Кевин Хоган,  
доктор психологии, автор книг  
The Psychology of Persuasion («Психология убеждения»)  
и The Science of Influence («Психология влияния»)*

*Роберту Кольеру*

«Любая успешная коммуникация есть гипноз».

*Милтон Эриксон, доктор медицины*

«Первоначально слова были магией. И по сей день они сохраняют немалую часть своей древней магической силы».

*Зигмунд Фрейд, 1915 г.*

«Гипнозу в состоянии бодрствования, однако, не присуща ни одна из этих четырех особенностей: сон не упоминается в предварительном пояснении субъекту гипноза; сон не предлагается ему ни прямо, ни косвенно; субъект не испытывает ни сонливости, ни дремоты, если доверять интроспективному анализу; отсутствуют любые объективные признаки дремоты или сна».

*Уэсли Уэллс, 1924 г.*

## Предупреждение от автора

Эта книга основана на материалах, которые я издал частным образом и продавал участникам семинара в 1985 г. Позже я дополнил их и опубликовал в 1995 г. — это была моя первая электронная книга, сразу ставшая бестселлером. В 2004 г. я провел частный семинар, в основе которого лежали принципы, описанные в этой книге. Участники заплатили по пять тысяч долларов за возможность сидеть у моих ног и внимать секретам, о которых вы прочтете в ближайшее время. Книга, которую вы держите в руках, — это обновленная и дополненная версия моих предыдущих работ на эту тему.

Гипнотический стиль — мощный, эффективный инструмент. Любой, кто умело его использует, сможет повысить качество коммуникации и писать более убедительно, что не может не отразиться на продажах.

Но, помимо этого, есть и другие причины, по которым стоит использовать гипнотический стиль. К примеру, мой друг — врач. Он не может заставить всех следовать своим советам. Курильщики продолжают курить. Любители поесть продолжают переедать. Если бы моему другу были известны хотя бы некоторые из принципов убеждения, о которых вы узнаете из этой книги, он мог бы эффективнее побуждать людей делать то, что соответствует их же интересам. Независимо от того, пишет он или говорит, он мог бы использовать слова более «гипнотически» и добиваться лучших результатов.

Кроме того, романисты, журналисты, авторы, пишущие тексты для электронных рассылок, создатели веб-сайтов и даже блогеры могут использовать гипнотический стиль для привле-