



**1、首先你要先消化产品与市调的资料**，然后你用不要超过20-30个字的文字将产品描述下来，这二十个字要包括产品的特点、功能、目标消费群、精神享受四个方面的内容。

**2、紧接着你要问自己**：我应该向我的消费者承诺什么？这一点很重要，若没有承诺，没有任何人会买你的东西，承诺越具体越好。“让你美丽”的承诺不如“消除你脸上的色斑”及“让皮肤变得洁白、有光泽”来的有力，“为你省钱”不如“让你省下10元钱”来得有力！不要写下连你自己都不能相信的承诺，你的承诺靠什么有保证在文案中要考虑清楚。

**3、有了这两点，你就可以确定一个核心创意，也叫大点子、大创意（bigidea）**！这个核心创意—是很单纯，二是可延伸成系列广告的能力很强，三是很有原创性，可以震撼许多漠不关心、漠然视之的消费者，这一点我在后面谈创意方法还会谈到。

例如，奥林蒸馏水确定的核心创意是“有渴望，就喝奥林”，围绕着人的种种“渴望”以及“口渴”的种种情景展开系列广告，轰动一时。为“红常青羊胎素”这一美容保健品所确定的大创意是“红常青，为女人除不平”，“不平”指脸上的“皱纹、斑斑痘痘”，又指心中的不平、怨言，展开的系列广告也颇引人注目。

**4、每一则广告最重要的是标题，标题写得好，广告胜利了70-90%，标题的创意请把三个基本点：**

（1）故事性：标题具有吸引人的故事性会吸引人认真读内文，例如《意想不到，一部赛车开进了厨房》这是为火王97新款燃器炉“赛车一族”创意的广告，将“赛车”开进“厨房”产生了故事性，吸引了人看广告的兴趣。

还有《谁是“受害者”》、《我是“受害者”》为绿卡鳖精创意的逆向诉求广告，创造了很高的阅读率。

以下标题都相当有故事性：

《“舒味思”的人来到了本地……》（奥格威为舒味思饮料作的广告）  
《一个美丽的女人背后两个男人》（采纳为吾老七口服液所作的广告）  
《为什么要炒我的鱿鱼？》（采纳为宽飞仿生被所作的广告）  
《一封寄给战“痘”者的特快专递》（采纳为益生堂三蛇胆所作的广告）  
《这家公司突然宣布倒闭》（采纳为奥林蒸馏水所创意的“渴望成功篇”）

（2）新奇性

一个可以引发人们好奇心的广告会吸引很多来阅读人。广告标题一定要有新奇性，益生堂三蛇胆创意的广告《益生堂三蛇胆为何专作“表面文章”？》、《上火啦》、《战“痘”的青春》、为佳百娜红葡萄酒创意的《今晚，你准备“亲吻”佳百娜吗？》、《佳百娜五岁了，尚未开封》、《噢，怎么少了一个人？噢，他被佳百娜“迷”住了》，为一致全家福创意的《今天请倒过来看广告——一致全家福到了！》。采纳自己的形象广告《老虎能飞起来吗》、《一个老总为何需要两个脑袋？》等等广告都比较符合新奇性的特点。

（3）新闻性

大家都爱看新闻，标题写得像新闻会很受人瞩目。宽飞仿生被所作的创意《独家披露被子里的新闻》，海南啤酒创意的《海南将要“桶”获膨胀》、《海南今年夏天可能要降“温”》，古方三蛇胆创意的《可以全面停“火”了》，益生堂三蛇胆创意的《从深圳开来的战“痘”特快已抵达本市》，吾老七口服液的创意《这三个寻常女人引起全城女性关注》、《曝光面子“丑闻”》，金汤减肥冲剂创意的《深圳女人可以“瘦下来”吗？》等广告都取得了很好的效果。

为写好一则广告，在动手写正文之前，请务必写十五个以上的标题，然后从中选出一个满意的。

**5、以上谈了标题创意的三个特点，下面主要谈谈创意的一些方法。**

（1）拟人化

当把产品拟人化之后，一般都会有好的创意。三点摩丝创意的广告《你的头发在生气？》，为千仟玉手足柔嫩剂创意的广告《北京人，谁的手足在哭泣？》，为视力1+1眼睛营养液创意的广告《别让我一辈子“嫁”给它》（我是眼睛，它是眼镜）。为天人防盜锁创意的《结婚》、《离婚》篇，为火王燃气炉创意的《我天生一肚子火气》等等，都运用了拟人的手法，相当生动。

（2）逆向思维

别人总是说自己是老大，如果你承认自己老二，就不同凡响，别人说“红”，你说“黑”就往往出人意料。艾维斯出租车创意的《在出租车行业里，艾维斯是第二位的》就令人震动。在许多广告中运用逆向思维，房地产都喜欢说自己在“黄金地段”，一个房地产做得广告说它在“白银地段”诉求它“升值有潜力”，为另一个房地产广告创意的《我喜欢挑剔的买房人》，为蓝旗衬衣做得《一件不合格的衬衣》，为三蛇胆创意的《另外的80万粒您吃不到》，为金汤创意的《请别相信100%有效》，为吾老七创意的《女人的年龄可以“撒谎”》等等。

（3）情景想象

许多广告要借助生活中熟悉的场景想象。例如一致全家创意的《归心似箭》篇、《刮目相看》篇，为益生堂创意的《你准备送我什么》、《年轻人火气不要太大》、《这一回，别烤“糊”了》，为天健花园创意的《这里看来需要开一家宠物店》都是揣摩出返乡、回家、男女谈恋爱时的对话、办公室一幕、高考一幕、公园一幕等情景展开的创意，非常富有人情味。

（4）借助热点话题、新闻

在《水浒传》最火爆的时候，古方三蛇胆创意出《孙二娘篇》、《对付上火、长痘怎能心太软？》，“心太软”是特别流行的歌，两个最红的流行物拼在古方三蛇胆的广告中，广告效果自然非同凡响。在深圳进行如火如荼的扫毒、扫黄运动时，我们推出了三蛇胆的《扫毒灭疮》篇广告引起格外关注。中华豆腐在台湾借母亲节推出的《中华慈母心，中华豆腐心》亦妙不可言，一致药店在三·八节推出的《三·八节男人一致行动》的广告都相当有影响力。

（5）利用比喻、象征、联想等手法

将某一特点与某一物象或其他事物相比或产生联想，往往会出现比较惊人的效果。比如把“哇哇乱叫的汽车电子防盗锁”比喻为“猫”，广告标题就是《猫能救你的车吗？》，佳百娜红酒的广告标题《来自烟台的“美妙女郎”——佳百娜》。天健花园用名著、名画来比喻建筑力作，弥足珍贵，洗面奶除痘被比喻成“用碾子磨面又慢又烦”等等。

联想对创意出好文案也很有帮助，如上海三菱，电话是30303030，让人一下就想到三菱。台湾黑松饮料，“黑松就是快乐”，让人将黑松与快乐联系在一起。

（6）运用感叹语气来创意，比如用“果然”、“可恶”、“亲爱的”等均很吸引人。

（7）运用版面创意，益生堂三蛇胆、天健花园创意竖版广告相当特别。

（8）借助熟悉感。

（9）借助宠物、美女与宝宝。

篇幅所限，不一一举例。

**6、一篇好的文案内文，最主要的是讲事实，而不是装腔作势；赋予亲切感，注入真实的感情。**

讲事实，最经典的就是奥格威创意的《当劳斯莱斯行每小时60公里时，车内最大的噪音来自电子仪表》，文案列举了大量的事实，异常令人兴奋。广告内文一定忌讲空洞的说教，要告诉消费者一些非常实在、具体的数字。

赋予文案亲切感，是指你一定要以朋友说的口气去写文章，娓娓动听，字里行间透露出你的真诚、可亲近，你的这种气质会带入产品中，消费者很可能会因为这一点而去购买产品。

用真实的感受去写，感动自己的文字一定也会打动其他人，在奥林蒸馏水系列广告中其中有一篇就是写我自己的亲自经历，令不少人为之动容。

**7、好的广告文案直接向目标人群打招呼。你的目标消费群是女性，最好在文案中出现女人、姐妹等字眼，如果是孩子的妈妈，那就要出现“妈妈”，如果是男士，就出现“男人”这一字眼。**

**8、好的广告文案太长，好的广告文案不一定就短文案。**

许多人错误地认为没有人会去读长文案，而事实上，一个写得引人入胜地长文案也会吸引很多的读者，益生堂三蛇胆写的一篇广告文案《益生堂打破神话》，全文共计5000字，收到了上万封消费者的咨询来信。我为绿卡鳖精写的《2000亩豋园的真相》，全文1500字，反响亦很好。如果一个产品它用短文案能表达清楚，那就短，如果用长文案写得会更生动有力，促销力更强那就用长文案。

**9、广告文案中如果安排抽奖、赠品、赠券等会更具吸引力，在叙说这些赠品时或抽奖时要给人耳目一新的感受。**

**10、如果广告文案能够与某一事件、活动结合起来写会更加生动。**

西藏产品藏王宝所作的广告《藏族朋友向无锡人“送宝”来了！》，同时结合在广场的赠送活动，效果就不同凡响。

**11、要写好一篇文案，脑子里必须有足够的画面和参考资料。**

学习奥格威和李奥贝纳，有一个本子，记录下非常好的创意，当自己思路枯竭时，会打开这些“百宝箱”看看。经常花业余时间去剪报，剪下一个好的广告以及非常棒的新闻标题以备选。写文章时顺便连插图一起想，这样你就可以和设计师进行良性沟通了。

**12、切忌用很生僻的字。**

你要把读广告人看成一般初中文化的人比较好，不要绕弯，不要被自己的创意所感动而不肯放弃，你要想想如果的对面坐着一个初中文化的妇女，你可以和她“之乎者也”吗？

**13、以下字眼可以常用无妨：**

免费、亲爱的、尊敬的、省钱的、惊人的、公布、曝光、新闻、崭新的、快乐的、舒服的、感动的、秘密、真相、底细、某年某月某日、今天、明天、后天等等，还有多用问句、多用动词、多用感叹句，语言要有起伏、韵律、文风要流畅，少用“因为、所以、不仅、而且”等虚词。

**14、如果产品有一些数据非常有用，就用这些数据作标题。**

例如《一个名字，十二年心血》（康达尔形象广告）

**15、你要学会新闻编辑的本领**

- （1）学会剪辑，能从大堆文字里剪辑出最精炼的几句。
- （2）会编排，平面广告最讲究阅读率，好的编辑和版面编排的就格外引人注意。
- （3）能安排到合适的版面中去，从而与众不同。

**16、证言广告是有效的广告方式之一，但一定要写真实，语言十分贴切才令人信服。**

**17、坚持一个广告中就集中说一点。**

简单、单纯的承诺，说的点过多，容易让消费者遗忘甚至搞不清楚。

**18、你可以开始你的文案了。**

Microso◆ae◆k◆◆推黑, Arial, sans-serif, font-size: 16px; font-style: normal; font-variant: normal; font-weight: normal; letter-spacing: normal; line-height: 25px; orphans: 2; text-align: start; text-indent: 0px; text-transform: none; widows: 2; word-spacing: 0px; -webkit-text-size-adjust: auto; -webkit-text-stroke-width: 0px; background-color: rgb(255, 255, 255); ">6、一篇好的文案内文，最主要的是讲事实，而不是装腔作势；赋予亲切感，注入真实的感情。

讲事实，最经典的就是奥格威创意的《当劳斯莱斯行每小时60公里时，车内最大的噪音来自电子仪表》，文案列举了大量的事实，异常令人兴奋。广告内文一定忌讲空洞的说教，要告诉消费者一些非常实在、具体的数字。

赋予文案亲切感，是指你一定要以朋友说的口气去写文章，娓娓动听，字里行间透露出你的真诚、可亲近，你的这种气质会带入产品中，消费者很可能会因为这一点而去购买产品。

用真实的感受去写，感动自己的文字一定也会打动其他人，在奥林蒸馏水系列广告中其中有一篇就是写我自己的亲自经历，令不少人为之动容。

**7、好的广告文案直接向目标人群打招呼。你的目标消费群是女性，最好在文案中出现女人、姐妹等字眼，如果是孩子的妈妈，那就要出现“妈妈”，如果是男士，就出现“男人”这一字眼。**

**8、好的广告文案太长，好的广告文案不一定就短文案。**许多人错误地认为没有人会去读长文案，而事实上，一个写得引人入胜地长文案也会吸引很多的读者，益生堂三蛇胆写的一篇广告文案《益生堂打破神话》，全文共计5000字，收到了上万封消费者的咨询来信。我为绿卡鳖精写的《2000亩豋园的真相》，全文1500字，反响亦很好。如果一个产品它用短文案能表达清楚，那就短，如果用长文案写得会更生动有力，促销力更强那就用长文案。

**9、广告文案中如果安排抽奖、赠品、赠券等会更具吸引力，在叙说这些赠品时或抽奖时要给人耳目一新的感受。**

**10、如果广告文案能够与某一事件、活动结合起来写会更加生动。**西藏产品藏王宝所作的广告《藏族朋友向无锡人“送宝”来了！》，同时结合在广场的赠送活动，效果就不同凡响。

**11、要写好一篇文案，脑子里必须有足够的画面和参考资料。**学习奥格威和李奥贝纳，有一个本子，记录下非常好的创意，当自己思路枯竭时，会打开这些“百宝箱”看看。经常花业余时间去剪报，剪下一个好的广告以及非常棒的新闻标题以备选。写文章时顺便连插图一起想，这样你就可以和设计师进行良性沟通了。

**12、切忌用很生僻的字。**你要把读广告人看成一般初中文化的人比较好，不要绕弯，不要被自己的创意所感动而不肯放弃，你要想想如果的对面坐着一个初中文化的妇女，你可以和她“之乎者也”吗？

以下字眼可以常用无妨：免费、亲爱的、尊敬的、省钱的、惊人的、公布、曝光、新闻、崭新的、快乐的、舒服的、感动的、秘密、真相、底细、某年某月某日、今天、明天、后天等等，还有多用问句、多用动词、多用感叹句，语言要有起伏、韵律、文风要流畅，少用“因为、所以、不仅、而且”等虚词。

**14、如果产品有一些数据非常有用，就用这些数据作标题。**例如《一个名字，十二年心血》（康达尔形象广告）

**15、你要学会新闻编辑的本领**

- （1）学会剪辑，能从大堆文字里剪辑出最精炼的几句。
- （2）会编排，平面广告最讲究阅读率，好的编辑和版面编排的就格外引人注意。
- （3）能安排到合适的版面中去，从而与众不同。

**16、证言广告是有效的广告方式之一，但一定要写真实，语言十分贴切才令人信服。**

**17、坚持一个广告中就集中说一点。**简单、单纯的承诺，说的点过多，容易让消费者遗忘甚至搞不清楚。

**18、你可以开始你的文案了。**

来源：顶尖文案 公众微信号：wenange

你值得更好的薪水

点击下方“阅读原文”查看互联网公司高薪职位

拉勾

专注互联网职业机会

www.lagou.com