

# 《操控用戶情感的關鍵》

在前篇文章我們提到過了一些操控用戶情感的文案技巧，在這篇教學裡，你將能學習到市場上爆款文案的精髓！

如何能更深入的去觸碰受眾的內心？

3 大你必須學會的關鍵就在這裡！

讓我們從淺至深入地去探討文案精髓吧！

## 文案是什麼？

很多人以為文案就是一篇“文章”，文字密密麻麻的那種。

但是其實文案涵蓋的範圍挺廣的哦，我們常看到的街邊廣告牌、官方網站宣言、行銷郵件、數位廣告、社群媒體等等，都來自文案的構思。

文案字數可以從一句話，到 10,000 以上的字數，主要還是看展現方式的管道，才能決定需要多少字數。

文案是我們做行銷或廣告裡，最關鍵的要素之一。

不管你是使用哪種自媒體在經營你的事業，你都需要培養自己撰寫文案的能力。

一篇好的文案，能夠幫助你的觀眾/聽眾/讀者留到最後，並且記得你~

不管是用寫的、或者說的，我們撰寫文案的目的，其實就是要群眾採取行動，最終進行“成交”。

說白了，就是要營造一種氣氛，讓受眾願意花時間給你。

“hey，這裡有火星的碎片，還不過來瞧瞧嗎？”

“來了！稍等一下啦~”

文案最終的目的，就是要吸引別人來到你這裡~

文案在這個新時代影響力變得越來越重要。

**“一個走心的文案，能夠改變一個人。”**

讓看的人會讓情不自禁去做出“成交”的行動。

你有沒有想過，為什麼想吃漢堡包你就會想到麥當勞？

想吃炸雞你就會想到肯德基？

同樣的一款產品，好的文案+行銷+廣告推送，可以改變一個企業品牌的一輩子。

太普通的文案，沒有人願意看的話，其實這個品牌就會開始走向沒落，因為新產品每天都在面世，被新事物替代的可能性很高。

話說我最近一直看到百事可樂的廣告，雖然他們已經是家喻戶曉的品牌，卻如此賣力行銷。

可見大家都深知“不打廣告就會滅亡”的道理，**營銷要成功，文案是其中關鍵。**

廣告，最需要的就是一個動人文案，讓人能夠記在心裡。

## 寫文案最需要什麼？

我覺得文案撰寫，其實不一定要有“大靈感”，或者是說每一篇都要很有創意才行。

我們可以透過多練習，找到自己寫作模式，最後透過文案技巧，讓自己的文字能打動人心。

一個企業、個人品牌、公司經營等，能不能賺到 3 餐溫飽+豪華遊艇的錢，靠的其中一個關鍵因素，就是文案的影響力了~

一句文案救活一個品牌，讓產品銷售破紀錄，這樣的案例不在少數。

因為文案就是行銷力。

好的文案，能夠幫你從茫茫人海裡，脫穎而出。

有了文案的概念之後，現在就讓我來告訴你，好文案到底有哪些具體的關鍵因素！

## 什麼是好的文案寫作？

### 爆款文案的 3 個關鍵因素！

## 1)無法抗拒的吸引力

你有沒有過類似的經驗？

曾經只是隨手點開了一篇文章，然後卻在接下來在 10 分鐘後，發現自己愛上了這篇內容，無法停止閱讀~

直到將這篇文章看完了，才甘願退出。

在閱讀的過程中，你開始沒辦法控制自己的思想，被文案的一字一句吸引著了，開始帶動你的情緒，觸發了你內心深處某種過去。

這就是典型的，也是最值得我們去學習的，**創造”吸引力“文案~**

能牽動情緒、帶動他們的情感聯結，抓著他們注意力和閱讀力，他們其實就很難忘記你的內容了。

但要做到這樣的境界其實也不容易，但透過一些文案技巧和聯繫，其實還是可以做到的。

讓自己的文案帶著”吸引力“，主要就是**內容編排的設想過程**。

好的編排+文字段落的運用，能讓讀的人，會有一直看下去的衝動，最終向你買單。

## 2) 觸動內心

延續上方的吸引力，想要創造更大的影響力？

只是讓人看到最後是不足夠的，還需要成為他們心底的那個名字。

運用一些能觸動內心的方法，你也能做到如此的效果。

我再打個比方，我以前去聽過一些亞洲很有影響力激勵講師的講座會，有些甚至長達 3 天 2 夜的那種不間斷訓練營。

我發現到一個秘密，他們從不用艱深難懂的字眼，但卻超愛用強而有力的字眼，能讓我們內心深處，好像有些東西被挖掘出來。

他們的演講稿裡，總是會出現關於家人、朋友、生命之類的內容，從我們日常生活中“下手”~

例如：

**“ 為什麼總有人要做到，但那個人卻不是你？ ”**

**“ 你不相信自己嗎？ ”**

**“ 放縱自己的生活，你就是在浪費生命的寶貴~ 回想一下，這麼平凡的人生真的是你要的嗎？ ”**

這些簡單的幾句話，沒有艱深難懂的字眼，但卻讓許多人的情緒都在這裡被觸動

（啊不對，怎麼我越寫越像邪教...真的不是啦~我是去學習的 XD）。

因為他們運用到了生活、生命、時間寶貴之類的字眼。

一篇好文案演講稿，能夠賺取一堆人的熱淚，還有....大把鈔票~

能夠觸動人心的文字，具有說服力和啟發，可以大大增加我們的轉換率。

### 3) 生命的层次

看到這個標題，是不是感覺很高檔次~哈哈

其實這一節就是總結了上述兩個關鍵因素，就沒了。

我認為好文案，真的不用想得太複雜。

## 創造吸引力 + 觸動人的內心

能吸引人的注意，再牽起他們的情感記憶真的就夠了~

而如何做到這點，描寫角度也是不可少的一環。

這一個故事雖在前篇有提到過，但我想在這裡再次放多一次。

因為我覺得這個故事真的是爆款文案的精髓，簡單 1 句話，就能打動所有人的內心。

希望大家能多讀，多看幾次，去感受一下文字運用能帶來的改變。

我在 FB 上看過一個影片，影片中的主角是位有看不見老爺爺。

他想要請求援助，於是在路邊拿著「**我看不見，請幫忙**」的牌子。

但所有路人都只是不停經過他身邊，沒有人願意停下腳步多看他一眼。

後來有一位年輕人經過，下手幫爺老爺把牌子換掉。

他寫成了「**今天是美好的一天，但我卻看不見。**」

結果經過的路人開始停下來給老爺爺幫助！

和剛才相比，差了很多。

從這個例子可以看出：

“我看不見，請幫忙”

這句話令人感覺“關我什麼事？”

因為路人體會不到看不見的痛。

但是當我們換個角度寫，建立有畫面感的句子，會比直白的句子要來更容易走入人心。

「**今天是美好的一天，但我却看不见。**」

從“今天是我美好的一天”這句話，我能感受到這個世界今天很美，開始勾起我一種知足的感恩。

但接下來那一句“但我卻看不見”，我開始就會感到一種痛苦的連接，心想看不見這個美好的一天，真的好可惜！

我開始能體會到老爺爺的生活困難，而不僅僅是憐憫，所以就更多人願意幫助他。

當我們換個角度寫，建立了**有畫面感的句子**，會比直白的句子要來更容易走入人心。

換了一個方式寫後，我們就會產生畫面和情緒，成效也會大大提升。

這就是文案的力量。

那个老爷爷故事的影片：

<https://www.youtube.com/watch?v=QYcXTIGLUgE>

## 總結

不論你是你是用哪種自媒體管道，文案都是打造影響力必備的技能。

就我自己學習的過程，我發現真的不用華麗的字句，只需要讓人感到深刻的詞語  
就行。

做 Youtube 的朋友，寫視頻腳本時，可以再往更多的細節去研究。

因為視頻的時間通常不短，不夠深入的去切入內容時，會容易讓人感覺你在背稿  
子，一字一句沒有情感的聯繫，很容易讓人感到知識疲憊。

越長篇的內容，更需要熟知一些文案技巧。

做 IG 的朋友，就要學習“簡約美~”。

貼圖裡的文字盡量別太多，因為人家主要是來看“圖文”的。

所謂圖文，就是先看圖、再看文，文字太多，會把人嚇走~

所以把你要表達的意思，簡單的描述出來就好。



文案要做到“精準又簡單”的表達方式。

做部落格的朋友，就要更加留意文字的運用~

因為你不像 Youtube，有露臉、後製、聲音的呈現。

也不像 IG，有圖片的輔助功效。

所以需要更用心的表達和編排你的文案能力，讀者才不會對你的文字感到無聊和疲憊。

全文字的文案，除了要學習文案的技巧，也需要去增加文字表達能力，才能讓人“看的懂、也看得下去”。

總而言之，文案是決定一個品牌、企業影響力最關鍵的因素之一，少了好文案的協助，成效自然就會比預想中少了很多。

文案能力雖然不是 1-2 天就學好的，多練習，多閱讀

你一定也能找到自己的文案寫作風格哦~