

## Глава 2

«Не убивай»,  
или «Пригожусь».  
Внутреннее устройство  
убеждающих и продающих  
ТЕКСТОВ



В первой главе мы разобрались со свойствами и преимуществами и убедились, что звери из сказки о Царевне-лягушке, обещавшие «пригодиться» Ивану-царевичу, действовали, сами того не зная, в полном соответствии с принципами копирайтинга. Универсальная формула из сказки учит нас убеждать с помощью преимуществ, но польза ее этим не ограничивается.

Согласно формуле, любой убеждающий текст состоит из двух частей: из *цели* и *аргументов*. А поскольку частей две, то и вариантов построения письма тоже два. Мы можем начинать с цели, а можем — с аргументов. У обоих вариантов есть плюсы и минусы. И именно о них и пойдет речь в этой главе.

## С чего начать?

Вариант «*Сначала цель, потом аргументы*» — самый простой. Вот его типичный пример.

Не убивай нас, Иван-царевич! Мы тебе еще пригодимся. Ты вот идешь с Кощеем биться, а он ведь могучий колдун! Вдруг он в великана превратится или, наоборот, станет маленьким-маленьким и подкрадется к тебе незаметно? А то и вовсе взлетит и сверху на тебя накинется? Как ты один сдюжишь? Другое дело, если с тобой будет медведь — он любого великана заломает. Или заяц — он даже крошечного врага углядит. Или утка — она тебя в воздухе прикроет. Так что ты возьми нас лучше с собой, Иван-царевич. Тогда Кощею против тебя в жизни не устоять!

Вроде бы все в порядке. Сначала Иван понимает, чего от него хотят, потом — какая ему с этого польза. Может быть, это и есть оптимальная схема? Давайте посмотрим, как она работает в других ситуациях.

Снова пример из книги «Искусство делового письма». Представьте, что вы сотрудник отдела кадров. Вам удалось найти кандидата на давно пустующую позицию, но вот

незадача: на собеседование кандидат может явиться только в воскресенье, причем в полвосьмого утра! Вам нужно написать руководителю и попросить его (точнее, ее) прийти на работу ни свет ни заря, да еще в выходной день. Если начать с цели, получится так.

Уважаемая Ольга Петровна!

Прошу Вас изыскать возможность в это воскресенье в 7:30 утра встретиться с кандидатом на должность менеджера по закупкам. Столь неудобное время встречи объясняется востребованностью и занятостью кандидата.

У кандидата большой опыт работы в области закупок листового проката. Он хорошо знает логистику и работал на предприятиях нашего профиля как в России, так и за рубежом, то есть знает специфику разных рынков. Что немаловажно, кандидата при этом устраивает наше предложение по зарплате.

Вы не раз отмечали, что позиция менеджера по закупкам вакантна в нашей компании уже полгода и закупками постоянно приходится заниматься Вашим заместителям, отвечающим за другие, не связанные с закупками направления. Вы неоднократно выражали неудовольствие тем, что, занимаясь не своей работой, Ваши заместители не могут качественно исполнять свои прямые обязанности. И вот проблема наконец может быть решена. Необходимо лишь провести собеседование, и, если кандидат Вас устроит, принять его на работу.

Я надеюсь, что результат собеседования будет положительным и нам удастся, наконец, найти для нашей компании квалифицированного менеджера по закупкам.

С уважением,  
менеджер по кадрам  
Зайцев Т. И.

Когда я показываю этот текст на тренингах, участникам становится как-то не по себе. Появляются опасения, что в должности менеджера по кадрам господин Зайцев надолго не задержится — Ольга Петровна уволит его, так и не дочитав до описания достоинств нового кандидата. И правильно появляются: в этой ситуации начинать письмо с цели никак нельзя.

Не можем мы начинать с того, что нашему адресату неинтересно или неприятно. А раз так, нам остается одно — перевернуть формулу и начать с аргументов. Вот какие варианты это может нам дать.

Начинаем с аргументов

С проблемы

Уважаемая Ольга Петровна!

Вы не раз выражали неудовольствие тем, что Вам и Вашим заместителям постоянно приходится заниматься закупками, поскольку позиция менеджера по закупкам в компании вакантна уже полгода.

До сих пор вакансию не удавалось закрыть, так как кандидаты нужной квалификации не соглашались на наше предложение по заработной плате. Однако несколько дней назад был найден достойный кандидат, которого это предложение устроило, — профессионал в области закупок листового проката в России и за рубежом.

Для решения вопроса о приеме кандидата на работу Вам необходимо с ним встретиться. К сожалению, кандидат готов приехать к Вам на собеседование только в воскресенье в 7:30 утра. Это время чрезвычайно неудобно, но другого в силу большой загруженности кандидат предложить не может.

Убедительно прошу Вас изыскать возможность провести встречу в указанное время и, возможно, решить, наконец, давнюю кадровую проблему.

С возможности

Уважаемая Ольга Петровна!

Сообщаю Вам, что у нас наконец появилась возможность решить проблему перегруженности Ваших заместителей.

Вы не раз выражали неудовольствие тем, что Вашим заместителям приходится заниматься закупками, поскольку уже полгода должность менеджера по закупкам в компании вакантна.

До сих пор вакансию не удавалось закрыть, так как кандидаты нужной квалификации не соглашались на наше предложение по заработной плате. Однако несколько дней назад был найден достойный кандидат, которого это предложение устроило, — профессионал в области закупок листового проката в России и за рубежом.

Для решения вопроса о приеме кандидата на работу Вам необходимо с ним встретиться. К сожалению, кандидат готов приехать к Вам на собеседование только в воскресенье в 7:30 утра. Это время чрезвычайно неудобно, но другого в силу большой загруженности кандидат предложить не может.

Убедительно прошу Вас изыскать возможность провести встречу в указанное время и, возможно, решить, наконец, давнюю кадровую проблему.

Что вы скажете об этих двух вариантах? По-моему, при таком раскладе у Зайцева гораздо больше шансов и вакансию заполнить, и самому работу не потерять.

Собственно, и у зверей из сказки о Царевне-лягушке был выбор.

Они тоже могли начать свою речь с цели и закончить аргументами.

А могли начать с аргументов и подвести царевича к цели в самом конце.

Начинаем с цели	<p>Не убивай нас, Иван-царевич! Мы тебе еще пригодимся. Ты вот идешь с Кощеем биться, а он ведь могучий колдун! Вдруг он в великана превратится или, наоборот, станет маленьким-маленьким и подкрадется к тебе незаметно? А то и вовсе взлетит и сверху на тебя накинется? Как ты один сдюжишь? Другое дело, если с тобой будет медведь — он любого великана заламает. Или заяц — он даже крошечного врага углядит. Или утка — она тебя в воздухе прикроет. Так что ты возьми нас лучше с собой, Иван-царевич. Тогда Кощею против тебя в жизни не устоять!</p>	
Начинаем с аргументов	С проблемы	<p>Слушай, Иван-царевич! Ты вот идешь с Кощеем биться, а он ведь могучий колдун! Вдруг он в великана превратится или, наоборот, станет маленьким-маленьким и подкрадется к тебе незаметно? А то и вовсе взлетит и сверху на тебя накинется? Как ты один сдюжишь? Другое дело, если с тобой будет медведь — он любого великана заламает. Или заяц — он даже крошечного врага углядит. Или утка — она тебя в воздухе прикроет. Так что ты не убивай нас, Иван-царевич, а лучше возьми с собой. Тогда Кощею против тебя в жизни не устоять!</p>
	С возможности	<p>Слушай, Иван-царевич! Ты вот один собрался с Кощеем биться, а можно ведь против него целую армию создать. С разведкой — чтобы подобраться к врагу незаметно и все тихо выведать. С авиацией — чтобы с воздуха нападать. С танками — чтобы весом да мощью давить. Вот наш заяц — чем не разведчик? А утка — чем не авиация? А кто скажет, что из медведя плохой танк, тому медведь живо объяснит что почем! Так что ты не убивай нас, Иван-царевич, а лучше возьми с собой. Тогда Кощею против тебя в жизни не устоять!</p>

Те же пути есть у нас и в продающем тексте.

Цель	Проблема	Возможность
Предлагаем ПО для электронного документооборота	Бумажный архив – ваша постоянная головная боль? Есть выход!	Хотите, чтобы любой документ всегда был под рукой и не надо было возиться с архивом? Есть способ!
Оно избавит вас от головной боли, перетаскивания папок, позволит отказаться от архива...	Чтобы избавиться от головной боли, перетаскивания папок... нужно перейти на электронный документооборот	Легко находить все, что нужно, не хранить громоздкие папки... позволяет электронный документооборот
<b>Покупайте наше ПО для электронного документооборота!</b>		

По существу, начиная с цели, мы говорим: «Мы пришли убеждать вас в том-то или то-то вам продавать». Если же письмо начинается с аргументов, мы как бы меняем угол зрения. Мы заявляем: «Наша задача не в том, чтобы развести вас на что-то, уважаемый адресат. Мы пришли предложить помощь в решении актуальной для вас проблемы или в получении привлекательной возможности. Это мы нужны вам, а не наоборот!»

Но возникает вопрос: если путей несколько, то как выбирать? Когда больше подходит вариант *цель* — *аргументы*, а когда *аргументы* — *цель*? Чтобы ответить на этот вопрос, вспомним вновь нашего покупателя шоколада. Представьте, что вам нужно предложить человеку, пришедшему за шоколадом, перечисленные ниже товары. Предложить в письме.

Для каждого товара мы подготовили по два варианта начала письма. Какие варианты вы выберете?

Товар	Начало письма
Шоколад с высоким содержанием какао	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поддайтесь соблазну шоколада — сладкого, как любовь, горького, как страсть, и черного, как южная ночь...</li> <li>2. Каждому из нас порой хочется расцветить серые будни новыми красками, ощутить сладость и горечь знойного юга...</li> </ol>
Плюшевый медведь	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не решаетесь сказать: «Извини, любимая»? Пусть за вас это скажет подарок из детства — симпатичный плюшевый мишка...</li> <li>2. Плюшевый мишка — привет из детства, знак дружбы, внимания, любви. Теплый, душевный подарок...</li> </ol>
Бананы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Утолить голод — быстро и без вреда для фигуры. В этом вам поможет натуральная суперпища, ароматный природный перекус — свежий спелый банан!..</li> <li>2. Бананы — угощение, будто специально придуманное природой для современного занятого человека...</li> </ol>

Бьюсь об заклад, взвесив все за и против, вы во всех случаях выберете варианты № 1. И легко сможете сформулировать для себя следующее правило:

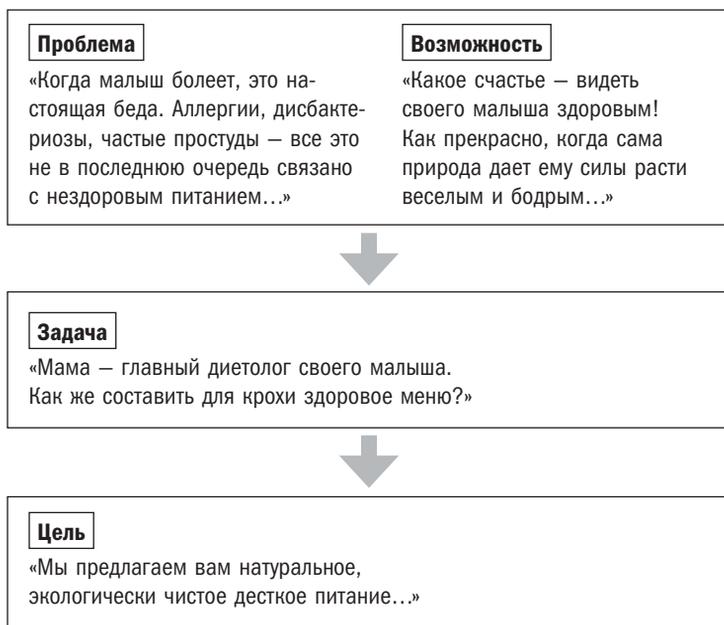
Если наш адресат сам ищет то, что мы ему предлагаем, если наша цель совпадает с его целью, если она ему интересна, если в ответ он тут же закричит «Да!» (или, по крайней мере, не закричит «Нет!») — следует начинать с цели. В остальных случаях — когда цель адресату неинтересна, когда она вызывает у него несогласие, отторжение, протест — лучше начать с аргументов.

Ну и чтобы уж закрыть все возможные ситуации, стоит признать: кроме трех рассмотренных основных вариантов, есть еще один, своего рода подвариант. В этом подварианте мы начинаем не с проблемы/возможности, а... с задачи.

Допустим, вы продаете натуральное, без всякой злой химии детское питание и по какой-либо причине не хотите начинать письмо с цели. Тогда вы можете начать его:

- С проблемы** Когда малыш болеет, это настоящая беда. Аллергии, дисбактериозы, частые простуды — все это не в последнюю очередь связано с нездоровым питанием...
- С возможности** Какое счастье — видеть своего малыша здоровым! Как прекрасно, когда сама природа дает ему силы расти веселым и бодрым...
- С задачи** Мама — главный диетолог своего малыша. Как же составить для крохи здоровое меню?

Взаимосвязь между этими вариантами можно представить так:



Задача — своего рода переходное звено между проблемой/возможностью и целью. Она возникает перед адресатом на основании проблемы/возможности, и для ее решения адресату как раз и требуется то, что мы ему продаем. Желая избежать детских болезней, мама должна

озаботиться правильным меню малыша, а для этого ей понадобится наше детское питание.

Когда же стоит начинать не с проблемы/возможности, а с задачи? Тогда, когда задача уже сформулирована. Если мамы уже озабочены выбором правильных блюд для малыша, нет смысла заходить издалека. А вот если вопрос составления меню перед ними пока не встал и нужно к нему подвести, как раз пригодятся проблема или возможность.

А теперь давайте попробуем проблемы/возможности/задачи в действии. Вернемся к письму Ваньки Жукова на деревню дедушке (мы уже обсуждали это письмо в предыдущей главе). Вот как оно бы выглядело, если бы его начали с проблемы:

Милый дедушка Константин Макарыч!

**Стал я тревожиться, что в городе не тем человеком расту, какими меня всегда хотел видеть. Не учусь я ни делу достойному, ни жизни праведной, да и сил на будущее не набираюсь совсем.**

Нет у меня здесь никакой настоящей работы. У всех я на побегушках, «подай-принеси». Хозяйского ребятенка в люльке качаю, селедку хозяйке чищу да бегаю в кабак за водкой для подмастерьев. Как ничего не умел, так по-прежнему и не умею.

Вот в деревне для меня бы работа нашлась. Я бы охотно пошел вместо Федьки в подпаски или устроился к приказчику сапоги чистить. В крайнем случае я стал бы тебе табак тереть и приносить бы хоть какую-то пользу.

Жизнь городская — одни непотребства. У хозяев что ни день, то мордобой. Вот вчера хозяин выволок меня за волосы на двор и избил шпандырем за то, что я качал их ребятенка в люльке и случайно заснул. А сегодня колодкой по голове ударил, так что я упал и едва не потерял сознание. Подмастерья вообще проходимцы: сами водку пьют, а меня подбивают для них у хозяина огурцы воровать. Ничему хорошему у таких людей не научишься.

В деревне же живут правильно. Родные люди друг друга любят, заботятся. Вот и я стал бы заботиться о тебе, никому бы тебя в обиду не давал. И после смерти я бы тебя не забыл — стал бы молиться за упокой души, как сейчас за мать Пелагею. Была бы у нас настоящая жизнь.

Силы мои город только подрывает. Еды тут нету никакой. Утром дают хлеба, в обед каши и к вечеру тоже хлеба, а чтоб чаю или щей, того нет. Спать, почитай, вовсе не приходится. Стелют мне в сенях, а там хозяйский ребенок все время плачет, и я целую ночь качаю люльку. Слабею что ни день.

Зато в деревне я бы быстро окреп. Пил бы молоко, хлеб бы ел свежий, овощи, что на огороде растут. Спал бы здоровым сном: летом на сеновале, а зимой на печи. Никакая работа мне бы после этого была не страшна.

Выходит, что в деревне у меня больше шансов достойным человеком вырасти. Пока не поздно, нужно мне возвращаться в деревню. Буду тебе очень благодарен, если ты заберешь меня домой.

Остаюсь твой внук, Иван Жуков.

При желании можно было начать это послание и с возможности:

Милый дедушка Константин Макарыч! Я придумал, как мне вырасти достойным человеком, каким ты меня всегда хотел видеть. Для этого мне надо научиться достойному делу и праведной жизни, а еще сил побольше набраться.

Хотя проблема в данном случае, пожалуй, прозвучит убедительнее.

Ну а как применить эту технику в случае с письмом о полетах в командировки? Если мы не хотим сразу вносить свое предложение об «апгрейде» до бизнес-класса, можно начать с возможности.

Уважаемый Сергей Станиславович!

**Направляю Вам предложение, которое позволит заметно повысить продуктивность наших командировок без дополнительных затрат со стороны предприятия.**

Сейчас, когда сотрудники летают в командировки экономическим классом, время в полете не используется для работы. В салоне экономического класса нет для этого условий: там недостаточно места между рядами кресел, чтобы использовать ноутбук и разложить бумаги. Также там нет возможности подключиться к Интернету и получать из офиса необходимую информацию.

При перелетах бизнес-классом сотрудники могли бы в полете готовить документы для клиента. Бизнес-класс предоставляет

для этого все возможности. К тому же перелет в бизнес-классе неумолим, то есть работоспособность сотрудников остается такой же, как в офисе.

Также в салоне бизнес-класса сотрудники могли бы завязать полезные деловые знакомства. Именно этим классом чаще всего летают руководители компаний — потенциальных клиентов. Оказавшись в соседних креслах, сотрудники могли бы обсудить с ними наши предложения.

Вопреки ожиданиям, переход на перелеты бизнес-классом не приведет к дополнительным затратам. Во-первых, разницу в стоимости авиабилетов можно будет компенсировать за счет экономии на отелях. При перелете экономическим классом сотрудники устанут, и им необходимо перед встречей с клиентом заезжать для отдыха в отель. При перелете комфортабельным бизнес-классом такой отдых не понадобится, а значит, компания сможет оплачивать меньше ночей в отеле.

Во-вторых, разницу в стоимости можно будет компенсировать за счет бонусных миль. За перелет бизнес-классом этих миль начисляется вдвое больше, чем за перелет экономическим классом. Миллями можно оплачивать отель и авиабилеты.

Таким образом, бизнес-класс — это вполне реальный и выгодный для нашей компании вариант. Предлагаю рассмотреть его и в случае Вашего согласия разрешить сотрудникам летать в командировки бизнес-классом.

При таком подходе мы постепенно убедим Сергея Станиславовича в том, что полеты бизнес-классом — не пустое транжирство, а вполне оправданное бизнес-решение. Когда адресат ознакомится с нашим предложением переключиться на бизнес-класс, он будет уверен, что сам давно этого хотел!

Ну а для того, чтобы использовать универсальную формулу было проще, я предлагаю на своих тренингах несколько шаблонов убеждающих писем. Эти шаблоны сделаны на основе уже рассмотренных нами примеров и примеров из моей книги «Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты», но кроме текста в них есть короткие пояснения. Охотно поделюсь этими шаблонами и с вами — надеюсь, они пригодятся вам в работе.

## Шаблоны убеждающих писем

### Деловое убеждение

Предложение об улучшении показателей бизнеса.

Озвучиваем новую возможность — возможность улучшения работы	Уважаемый Сергей Станиславович! Направляю Вам предложение, которое позволит заметно повысить продуктивность наших командировок без дополнительных затрат со стороны предприятия
Объясняем, что сейчас не так	Сейчас, когда сотрудники летают в командировки экономическим классом, время в полете не используется для работы. В салоне экономического класса нет для этого условий: там недостаточно места между рядами кресел, чтобы использовать ноутбук и разложить бумаги. Также там нет возможности подключиться к Интернету и получать из офиса необходимую информацию. Наконец, состав пассажиров экономического класса не способствует полезным деловым контактам
Говорим, как сделать лучше	Если перейти на перелеты бизнес-классом, сотрудники смогут в полете готовить для клиента документы и завязывать полезные деловые знакомства. Салон бизнес-класса полностью оборудован для использования ноутбука и подключения к Интернету. Также этим классом чаще всего летают руководители компаний — потенциальных клиентов. Оказавшись в соседних креслах, сотрудники могли бы обсудить с ними наши предложения
Обсуждаем и обосновываем цену вопроса	Переход на перелеты бизнес-классом не приведет к дополнительным затратам, поскольку разницу в стоимости авиабилетов можно будет компенсировать за счет экономии на отелях. При перелете экономическим классом сотрудники устают, и им необходимо перед встречей с клиентом заезжать для отдыха в отель. При перелете комфортабельным бизнес-классом такой отдых не понадобится, а значит, компания сможет оплачивать меньше ночей в отеле. Также разницу в стоимости можно будет компенсировать за счет бонусных миль. За перелет бизнес-классом этих миль начисляется вдвое больше, чем за перелет экономическим классом. Миллями можно оплачивать отель и авиабилеты

<p>Озвучиваем предложение. Резюмируем: если согласитесь, будет счастье</p>	<p>Таким образом, бизнес-класс — это вполне реальный и выгодный для нашей компании вариант. Предлагаю рассмотреть его и в случае Вашего согласия разрешить сотрудникам летать в командировки бизнес-классом</p>
--	---

### «Перелицовка»

Превращаем сообщение о неприятном (приходе на работу в неудобное время) в сообщение о приятном (о том, что найден хороший кандидат).

<p>Объявляем, что выход найден</p>	<p>Уважаемая Ольга Петровна! Сообщаю Вам, что у нас наконец появилась возможность решить проблему перегруженности Ваших заместителей</p>
<p>Описываем ситуацию, из которой мы нашли выход</p>	<p>Вы не раз выражали неудовольствие тем, что Вашим заместителям приходится заниматься закупками, поскольку уже полгода должность менеджера по закупкам в компании вакантна. До сих пор вакансию не удавалось закрыть, поскольку кандидаты нужной квалификации не соглашались на наше предложение по заработной плате</p>
<p>Объясняем, как эту ситуацию можно разрулить</p>	<p>Однако несколько дней назад был найден достойный кандидат, которого это предложение устроило, — профессионал в области закупок листового проката в России и за рубежом</p>
<p>Сообщаем цену вопроса</p>	<p>Для решения вопроса о приеме кандидата на работу Вам необходимо с ним встретиться. К сожалению, кандидат готов приехать к Вам на собеседование только в воскресенье, в 7:30 утра</p>
<p>Обосновываем цену, признаем неудобства</p>	<p>Я понимаю, что это время чрезвычайно неудобно, но другого в силу большой загруженности кандидат предложить не может</p>
<p>Озвучиваем просьбу. Резюмируем: если поможет, будет счастье</p>	<p>Убедительно прошу Вас изыскать возможность провести встречу в указанное время и, возможно, решить, наконец, давнюю кадровую проблему</p>

### «Предупреждение»

Превращаем требование (например, требование оплаты) в предупреждение о волнующей адресата проблеме.

Заявляем о наличии проблемы	Уважаемые господа! Вынуждены сообщить вам о проблеме, не позволяющей нам своевременно отгрузить в ваш адрес заказанную вами партию листового проката марки Х47
Раскрываем суть проблемы	Партия проката произведена и подготовлена к отгрузке, однако предусмотренный контрактом платеж в размере 30% ее стоимости к нам до настоящего времени не поступил. Согласно контракту, поступление этого платежа является обязательным условием отгрузки продукции и без него комбинат не может отгрузить вам ваш заказ
Объясняем, как эту ситуацию можно разрулить. Озвучиваем просьбу	Для скорейшего решения проблемы просим вас уточнить ситуацию с оплатой 30% стоимости заказа и сообщить, когда указанный платеж будет отправлен в адрес нашего комбината
Резюмируем: если сделаете как надо, будет счастье	Со своей стороны заверяем вас, что, как только платеж будет получен, комбинат немедленно отгрузит в ваш адрес всю партию листового проката. С уважением...

### «Будь хорошим»

Убеждение в ситуации, когда нам нечего предложить взамен.

Начинаем с комплимента адресату	Уважаемый Павел Иванович! Ваше предприятие — одно из крупнейших в крае, и Вы как его руководитель входите в деловую элиту нашего региона
Предлагаем адресату привлекательную возможность	Во все времена деловые, предприимчивые люди стремились не только добиться материального успеха, но и оставить свой след в истории города, края, страны, запомниться добрыми делами

Показываем, как мы можем помочь эту возможность реализовать	<p>А сегодня, когда наша страна делает ставку на молодежь, трудно найти более нужное и святое дело, чем помощь юношам и девушкам из неблагополучных семей.</p> <p>В нашем городе есть те, кто уже оказывает такую помощь: под эгидой мэрии на пожертвования горожан действует наш благотворительный центр «Наследие», обучающий трудных подростков народным ремеслам</p>
Показываем значимость своей просьбы: «берем за душу»	<p>Ребятам из неблагополучных семей часто не хватает тепла, а одно из самых теплых, солнечных ремесел — это ремесло гончара. Поэтому мы хотим открыть в своем центре гончарную мастерскую. Изготавливая для посетителей центра и туристов традиционную глиняную посуду и сувениры, ребята смогут освоить новую профессию и заслужить благодарность окружающих, а это очень важно для их социальной адаптации</p>
Озвучиваем просьбу	<p>Для оборудования гончарной мастерской нужна печь для обжига керамики — мы просим Вас помочь нам в ее приобретении. Стоимость печи с установкой составляет 2 миллиона рублей</p>
Предлагаем сделать шаг в нашем направлении	<p>Вся проектно-сметная документация по ее покупке и монтажу уже подготовлена, и мы охотно предоставим ее Вам, чтобы Вы могли знать, как именно будут использованы Ваши средства</p>
Резюмируем: если поможете, будет счастье	<p>Вы можете быть уверены, что каждый рубль Ваших благотворительных пожертвований пойдет на благое дело и поможет попавшим в сложную ситуацию ребятам вырасти достойными гражданами</p>