

The Robert Collier Letter Book

Роберт Колър

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ПРЕДИСЛОВИЕ.....	6
Глава 1 – ЧТО ДЕЛАЕТ НЕКОТОРЫЕ ПИСЬМА ПРИБЫЛЬНЫМИ.....	8
Глава 2 – КАК ВЫЗВАТЬ ЧУВСТВО ЖАДНОСТИ.....	13
Глава 3 – ДОБАВЬТЕ В СВОЕ ПИСЬМО ИНТЕРЕСНУЮ НОВОСТЬ.....	21
Глава 4 – ВЕРБАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ, КОТОРЫЕ ЗАСТАВЯТ ЛЮДЕЙ ХОТЕТЬ ПРИОБРЕСТИ ВАШ ТОВАР.....	35
Глава 5 – ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ ЛЮДИ ДЕЛАЮТ ПОКУПКИ.....	47
Глава 6 – ПРОБА ПУДИНГА.....	55
Глава 7 – ПОДДЕРЖИВАНИЕ ЭТОГО ИМПУЛЬСА.....	58
Глава 8 – КАК УСТРОИТЬ В ПИСЬМАХ ЛОВУШКУ.....	65
Глава 9 – ШЕСТЬ ВАЖНЫХ ПРАВИЛ.....	69
Глава 10 – КАК ВСЕ ЭТО НАЧИНАЛОСЬ.....	77
Глава 11 – ПЕРВЫЙ БЛИН.....	91
Глава 12 – ДВА МИЛЛИОНА ДОЛЛАРОВ ЗА РАССКАЗЫ О ГЕНРИ.....	106
Глава 13 – ИСТОРИЯ ВОЙНЫ, КОТОРАЯ ХОРОШО ПРОДАВАЛАСЬ.....	120
Глава 14 – КНИГИ, КОТОРЫЕ МНОГИЕ ЗНАЮТ.....	137
Глава 15 – КАК ПРОДАВАЛИСЬ «ОЧЕРКИ» УЭЛЛСА.....	160
Глава 16 – КАК ПОКУПАТЕЛИ КНИГ СПАСЛИ КАМПАНИЮ.....	182
Глава 17 – ГИГАНТСКИЕ ПИСЬМА.....	208
Глава 18 – ТРЕТЬИ ПЯТЬДЕСЯТ ТЫСЯЧ.....	239
Глава 19 – ВЫ ПРИМЕТЕ ЭТОТ НЕБОЛЬШОЙ ПОДАРОК?.....	259
Глава 20 – ОДИН МИЛЛИОН ДОЛЛАРОВ – СТОИМОСТЬ ЗАКАЗОВ В ПЕРВЫЕ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ.....	268

Глава 21 – НАСКОЛЬКО ВАМ МОЖНО ПРИБЛИЖАТЬСЯ, ПРЕСЛЕДУЯ КЛИЕНТА?.....	300
Глава 22 – МЫ ПОМОГАЕМ ОТКРЫТЬ МАГАЗИН.....	338
Глава 23 – КАК ДОСТУЧАТЬСЯ ДО РУКОВОДИТЕЛЕЙ.....	368
Глава 24 – СОБИРАЕМ ДОЛГИ С УЛЫБКОЙ.....	392
Глава 25 – ИДЕАЛЬНОЕ ПРОДАЮЩЕЕ ПИСЬМО.....	403
Глава 26 – КАК ПОЛУЧИТЬ ДЕНЬГИ ПО ПОЧТЕ.....	408

ВВЕДЕНИЕ

Это не учебник, предназначенный для того, чтобы научить новичка держать в руке ручку, пользоваться принтером и мастерски излагать послания воображаемому покупателю.

Книга предназначена для бизнесмена, который уже знаком с наукой написания писем, и который ищет более эффективные способы их применения на практике.

Конечно, в ней есть все необходимые правила, но они написаны неофициальным языком. Главным образом, эта книга является бортовым журналом, в котором отражен большой и разнообразный опыт.

Она раскрывает успешные пути продажи полного списка продуктов, начиная от угля и кокса, и заканчивая носками и платьями. Но, несмотря на все различия в продуктах и их применении, между ними существует одна связующая нить.

В то время как товары и причины для их покупки могут варьироваться, человеческая природа остается неизменной. Хорошая осведомленность о вещи, которую Вы покупаете – это преимущество, но единственное существенное правило, без которого продажа невозможна (будь то интернет-продажа или реальный магазин) – это полное понимание реакций человека.

Сначала объясните все покупателю, затем продавайте товар. Если Вы рассчитываете реакции покупателей и представите такие функции товара, которые будут удовлетворять нужды людей, тогда Вам ничего не останется сделать, кроме как написать хорошее письмо.

Возможно, кто-то скажет, что в книге приведено недостаточно много неудачных писем. Но почти каждый из нас сможет найти их в собственных файлах. И неправда, что мы совсем не интересуемся тем, как сделать письмо успешным.

Первая книга о написании деловых писем, которую я прочел, называлась «Библиотека Деловой Корреспонденции». Его публиковал журнал System много лет назад. Оттуда, из «Прилагаемой Деловой Корреспонденции» и других книг Герберта Уотсона я почерпнул большинство из своих теоретических знаний о написании писем. Те, кто знаком с творчеством Уотсона, узнают многие его теории в первых главах этой книги. Выражаю ему свое признание, как одному из тех, чьи работы непосредственно вошли в основу моего образования.

Джону Блэру, президенту New Process Company в городе Уоррене, штате Пенсильвания я обязан огромным количеством возможностей для тестирования моих любимых идей в суровых испытаниях, которые дают надежный результат – настоящие письма, посылаемые перспективным покупателям, и для отличных записей, которые дали мне возможность понять, какие теории работают, а о каких следует забыть.

За многие короткие параграфы, используемые в качестве примеров для хорошего начала, и яркие описания я признателен таким писателям, как Эдмон Дэвисон и Бен Свитленд, и журналам Printer`s Ink и System.

Всем им я выражаю искреннюю благодарность и признательность.

АВТОР.

НЬЮ-ЙОРК. Май, 1931.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Когда я решил написать предисловие к этому практическому пособию по продаже, которое хорошо освещает эту тему, я не предполагал, что автор так неоднократно называл меня Основным вещественным доказательством. Само собой, я чувствую себя немного неловко, одобряя его исследования, так как мы прошли долгий путь заказа товаров по почте как «приятели». Не могу ничем помочь, но думаю, эта книга стала бы лучше, если бы он называл меня господином Роубаком или господином Монтгомери Вордом или еще каким-нибудь известным именем, за которым стоят большие деньги и успех. Тем не менее, если он желает рискнуть испортить иную полезную книгу, это его дело.

Для кого-либо задействованного в больших играх бизнеса никогда не закончится привлекательность в выигрыше тендера. Умножьте эту привлекательность на 100 или 1000, Вы получите ответ, что значит хороший день для того, чей успех зависит от входящей почты. Полагаю, испытываешь массу удовольствия, передавая «большому боссу» заказ на 50 000 долларов, имеющий определенную ценность для одного покупателя. Но я сомневаюсь, что это наслаждение может сравниться с тем чувством, когда ты понимаешь, что заставил своим ораторским искусством тысячи умов выполнять то, что тебе нужно; таком образом все они поставили свои подписи, и через какое-то время бумажник станет толстым.

Из всех способов продажи прямая почтовая рассылка интригует больше всего. Конечно, обычно она обращена к студентам. Я знал людей, успешно занимавшихся этим. Возможно, они бы умерли, если бы им пришлось взять папку с образцами и показать эти товары своим покупателям вживую. Из всех способов продажи этот дает самый быстрый результат, потому что почта распространяется быстрее, чем двигается продавец. Почтовые сообщения никогда не болят и не капризничают, и никогда не приходится ждать, прежде чем они наговорятся. Прямая почтовая рассылка пересылается туда и обратно в то время, как продавец упаковывает свой саквояж. Рассылка располагает хорошей возможностью продемонстрировать товар с захватывающими иллюстрациями и цветной печатью. Она убеждает в том, что предлагаются лучшие продукты, тогда как торговый представитель зачастую пропускает несколько и останавливает внимание на том, который больше всего нравится ему самому, иногда даже высказывает сомнения по поводу какого-либо товара. В прямой рассылке писем менеджмент может контролировать все экстравагантные жалобы. Также в прямой рассылке указывается низкая стоимость – если это сработает – и есть преимущество, что там можно быстро посмотреть, пользуется ли ваш товар большим спросом. Таким образом, Вы можете планировать и продвигать свою кампанию в нужном направлении в подходящий момент. Я говорю «Если это сработает!» Конечно, это будет работать при условии, что у человека будет терпение находить правильный подход. Иногда он появляется спонтанно, но обычно он достигается путем сложных исследований, подкрепленных опытом. В этой книге господин Кольер щедро поделился собственным опытом, чтобы предостеречь читательскую аудиторию от попадания в ловушки для старомодных бизнесменов, которые рады тратить рекламный бюджет на хорошую литературу со сложными энциклопедическими словами и

закрученными обращениями вместо энергичных заголовков, основанных на простых домашних аргументах.

Известный эксперт по копирайтингу и прямым почтовым рассылкам говорил, что если Вам удастся продавать книги и услуги с помощью рекламы, Вы можете продать все, что угодно. Возможно, это объясняет, почему господин Кольер раскрывает Вам столько примеров удачных книжных продаж, доказывая это суждение с помощью более сложного демонстрационного материала. Однако, не стоит делать вывод, что методы, которые он описывает, относятся лишь к проблемам издателей, так как несомненно, что те же самые методы можно применять при продаже всего, что угодно, начиная с арахиса и заканчивая земельной собственностью. Эти методы используют каждый день. Если у Вас качественная статья и есть достаточное количество людей, которые хотят ее заполучить или можно заставить их хотеть этого, прямая рассылка найдет их быстро, по низкой цене, в успешное время или в период депрессии. Более того, прямую рассылку можно гармонично сочетать с другими способами продажи. И напротив, невзирая на Ваших высокооплачиваемых коммивояжеров, Вы можете применять методы прямой почтовой рассылки, чтобы не только помогать им продавать вашу продукцию, но также чтобы и продавать ее им самим и добиться, чтобы они ее полюбили. Издателям нравится называть это «книгой», но я бы назвал это «курсом обучения», так как он охватывает предмет наиболее полно и дает пищу для размышления в легкой логичной последовательности, словно это делает хороший педагог. Надеюсь, многие поддержат меня, если я предложу выдвинуть Роберта Кольера на должность по Инжинирингу Прямой Почтовой Рассылки в самом продвинутом учебном заведении. Если это предложение одобрят, через несколько лет мы увидим новый взгляд со стороны изнуренной публики на получение циркулярных писем. Яркую занятную литературу откроют и прочитают благодаря тому, что она будет богата новостями и интересна взамен скучной и однообразной, которой так много сегодня. А что будет с нашими бумажниками после этих захватывающих писем, которые заставят нас подписаться под всем, что последователи господина Кольера захотят продать нам согласно этому новому порядку вещей?

Фред Стоун

Глава 1

ЧТО ДЕЛАЕТ НЕКОТОРЫЕ ПИСЬМА ПРИБЫЛЬНЫМИ?

Что делает некоторые письма гораздо эффективнее других?

Письмо может быть изложено прекрасным языком, отличаться отточенным стилем; оно может изобиловать средствами привлечения внимания и возбуждения интереса; оно может соответствовать всем известным правилам, и все же, когда оно попадает в Зал Суда, где Читатель – верховный судья - решает его судьбу, оно может быть отправлено в ад мусорной корзины, в то время как какой-нибудь нудный текст без претензий на отработку деталей или на использование тончайших инструментов искусства переписки запросто срывает банк, отбирает ваш хлеб. Почему?

Потому что чтобы добиться тех целей, для достижения которых вы и составляете письмо, уже недостаточно просто поманить пальцем – надо ловить рыбу на удочку с крючком. Вы не раз видели, как какой-нибудь мальчишка-оборванец ловит рыбку за рыбку на самую грубую удочку, в то время как у расположившегося рядом "спортмена", вооруженного всеми мыслимыми и немыслимыми рыболовными приманками, не клюет вообще!

Всё зависит от приманки. Мальчик знал, на что рыба клюнет, он ей это и предлагал. Результат? Уха из прекрасной рыбы на обед. "Спортсмен" предложил рыбе то, что, как его научили, рыбе полагалось получать, - и рыба отвернулась от него.

О прекрасном искусстве рыбалки написаны, несомненно, сотни книг, но их основная идея содержится в одном простом предложении: *"На какую приманку она клюнет?"* Тысячи статей написаны о том, как при помощи писем добиться того, чего Вы хотите, но суть их всех может быть компактно изложена в двух предложениях: *"Что является той приманкой, которая соблазнит вашего читателя? Как Вам связать с этой приманкой то, что Вам нужно предложить?"*

Каждое деловое письмо сводится, в конечном счете, к следующему:

Читателю этого письма нужны определенные вещи. Желание обладать ими доминирует в его голове на сознательном или подсознательном уровне.

Вы хотите, чтобы он сделал для Вас нечто совершенно определенное. Как Вам связать это с тем, что нужно ему таким образом, что выполнение этого приведет его на шаг ближе к его цели?

Не имеет значения, пытаетесь ли Вы продать ему плащ, делаете ли ему предложение заключить брак или просите его оплатить счет. В каждом случае Вы хотите, чтобы он что-то сделал для Вас. Почему он должен делать это? Только из надежды, что это подведет его ближе к тому, чего желает его сердце, или из опасения, что его отказ отдалит исполнение этого желания.

Поставьте себя на его место. Если бы Вы были погружены в обсуждение с другом некоторого вопроса, который очень много значит для вас обоих, а какой-нибудь незнакомец подошел, похлопал Вас по спине и сказал: *"Послушайте, мистер, у меня есть прекрасное пальто, которое я хочу продать Вам!"* – что бы Вы сделали? Стали с интересом рассматривать пальто и благодарить его за оказанную честь или спустили бы его вместе с его пальто по ближайшей лестнице и наградили их обоих по ходу дела несколькими отборными эпитетами?

Почти такая же ситуация возникает, когда Вы обращаетесь к человеку с письмом. Он погружен в обсуждение с самим собой путей и средств достижения определенных вещей, которые много значат для него. Вы вторгаетесь (иначе это не назвать) и вежливо предлагаете ему забыть о том, что его так глубоко волнует, и рассмотреть вместо этого Ваше предложение. Стоит ли удивляться, что он тут же высказывается насчет того, куда Вам идти, и, поскольку Вас он достать не может, отыгрывается вместо этого на Вашем письме?

Тогда как же правильно подойти к нему? Как бы Вы поступили, если бы обращались к нему лично? Если бы он в это время разговаривал с кем-то, то Вы бы некоторое время послушали, не так ли, и уловили направление разговора? Тогда, когда бы Вы вмешались, это сопровождалось бы замечанием по некоторому связанному предмету, а от этого Вы бы логически подвели разговор к моменту, который Вы хотите обсудить. В письме это должно быть не намного сложнее.

Существует ряд основных человеческих чувств, которые занимают мысли всех нас большую часть времени. Настройтесь на них, и Вы привлечете внимание вашего читателя. Привяжите это к тому, что Вам надо предложить, и интерес с его стороны гарантирован.

Видите ли, Ваш читатель, просматривая почту, очень походит на человека в мчащемся поезде. Что-то бросается ему в глаза, и он оборачивается, чтобы рассмотреть получше. Вы привлекли его внимание. Но одно только внимание ни к чему Вас не приведет. Это «что-то» должно выдержать более близкое рассмотрение, завоевать его интерес, иначе его внимание будет потеряно, а когда оно однажды потеряно, завоевать его во второй раз вдвойне труднее. И снова все дело в приманке - Вы можете привлечь внимание рыбы к броско раскрашенной безделушке, но если она однажды попробует ее на зуб и поймет, что она сделана из олова, то Вам будет очень трудно завлечь ее снова чем-нибудь подобным.

Почта раз за разом приносит вашему читателю письма, убеждающие его купить то или иное, оплатить счет, поддержать какое-либо движение или опробовать новое устройство. Было время, когда простое сходство конверта с личным письмом, адресованным лично ему, интриговало, привлекая его интерес. Но это время давно прошло. Письма как таковые перестали быть объектом пристального внимания. Сами по себе они уже не могут служить приманкой, и чтобы привлечь его, они должны выглядеть немного иначе, чем приманка, которую он пробовал раньше и которой был одурачен. В них должно быть нечто, выделяющее их из общей массы, - что привлечет его взгляд и пробудит интерес - или же они полетят прочь в корзину для мусора.

Итак, Ваша задача состоит в том, чтобы найти точку соприкосновения с его интересами, его желаниями, некоторую особенность, которая подаст сигнал вниманию и выделит Ваше письмо среди всех других, как только он прочтет первую строчку.

Но крик «*Огонь!*» не сработает. Да, это привлечет к Вам некоторое внимание. Но поскольку это будет касаться ваших перспектив ведения бизнеса, это будет вниманием того рода, какое привлек пьяный шахтер в дни, когда на Западе носили оружие и применяли его при малейшей провокации. Он влез в окно переполненного салуна и завопил "*Огонь!*" - и каждый выстрелил!

Изучите вашего читателя. Выясните, что его интересует. Затем изучите Ваше предложение, чтобы понять, каким образом можно привязать его к этому интересу. Возьмите в качестве примера мать месячного ребенка. Что больше всего занимает её мысли? А затем вообразите, насколько письмо, начинающееся как это, было бы для нее притягательно:

После детского питания и детской одежды, самое важное, по поводу чего вы должны принять решение, - это коляска, в которой ваш ребенок будет ездить, в которой его будут замечать, в которой им будут восхищаться. Никогда еще ребенок, придя в наш мир, не получал такой хорошей коляски и т.д.

Или если бы Вы были отцом шести или восьмилетнего мальчика, разве это не тронуло бы вас до глубины души?

Ваш мальчик сейчас совсем юн. Он думает, что Вы - самый замечательный человек в мире. Вы можете починить лодку, отремонтировать его велосипед, рассказывать ему замечательные истории.

Но так будет продолжаться всего лишь десять-двенадцать лет, пока он не поступит в колледж. Отцы других мальчиков - его приятелей - поедут навещать их. Среди них, возможно, будет Директор железной дороги, известный Банкир, Губернатор.

И Вы поедете; и Ваш мальчик скажет, "*Это - мой отец, ребята.*"

Как он будет чувствовать себя, говоря это?
Будет ли он гордиться Вами?

* * * * *

Или возьмите любой из следующих вводных отрывков. Посмотрите, как ваш читатель заинтересован и согласно кивает. Представьте, каким образом они могут подвести его к описанию предлагаемой вещи, как они могут возбудить в нем желание обладать ею, как они подведут его к заключительному действию?

Аптекарю

После того, как Вы пробежались навстречу посетителю с полдюжины раз, чтобы продать несколько дешевых сигар, пакет лейкопластыря и почтовую марку; разменяли пять долларов для парикмахера, ответили на телефонный звонок и сообщили госпоже Смит, что Castoria стоит 250 за бутылку, уверили госпожу Джоунс, что Вы попросите доктора позвонить ей, как только он придет, уделите минутку лично себе и просмотрите это предложение. Это того стоит.

Домовладельцу

Вас не удивляет, что вора, карманникам, налетчикам и грабителям в наши дни все сходит с рук?

В прошлом месяце в нашем милом старом городе произошло более 1500 квартирных краж; 92 ограбления магазинов; 122 уличных ограбления; 11 налетов на офисы; украдено 309 автомобилей, и одному Богу известно сколько часов и кошельков украдено на улицах. Хороший страховой полис против кражи со взломом и ограбления - довольно доступная инвестиция в наши дни. Позвоните мне сейчас, и я смогу застраховать ваши ценности к полудню.

Фермеру

Любой владелец коровы время от времени теряет теленка. Если у Вас стадо в дюжину или более голов, Вы, вероятно, теряете от одного до двух телят в год. Нам известны животноводы, терявшие каждого теленка, некоторые - шестнадцать, несколько таких, кто терял более тридцати телят в год.

И потери этих животноводов быстро прекратились – просто прекратились и все – благодаря полученной от нас информации.

Торговцу

"Она ничего не купила."

Как часто эта маленькая трагедия повторяется в вашем магазине?

Ваше время ценно, ваши накладные расходы продолжают..., и когда потенциальный клиент выходит из Вашего магазина, не сделав покупку, Вам это стоит реальных денег.

Матери

О том вашем мальчике-

Он достигает возраста, когда в нем утверждается мужчина. Вы замечаете, что он подражает манерам отца, использует ваши ножницы для вышивки, чтобы бриться. Он уже не мечтает стать полицейским, а задумывается о должности президента. Среди его серьезных сегодняшних проблем следующая: Он начинает хотеть одеваться в мужскую, грубо раскроенную, "взрослящую" одежду. Его уже не устраивает одежда обычных мальчиков, Он хочет чего-либо "как у отца".

Автомобилисту

Если Вам приходилось когда-либо управлять Вашим автомобилем в ливень, Вы знаете, насколько это неприятно и, более того, опасно, когда лобовое стекло заливает водой. Сколько раз Вы чудом избежали аварии в этих условиях? Когда на Вашем автомобиле будет установлен Очиститель... все, что Вам потребуется сделать – это повернуть переключатель на передней панели, и лобовое стекло в поле зрения будет мгновенно очищено от воды. Стекло останется ясным и чистым.

Врачу

Каким нагромождением книг врач может окружить себя, какие ужасающие расходы могут потребоваться для этого, если он не будет относиться к их покупке очень разборчиво. Не думаю, что существует какой-либо класс людей - а у меня есть клиенты любого уровня, какой Вы только можете себе представить, - кто бы оценил больше моих друзей-медиков ту изумительную экономию средств, какую я способен обеспечить им по всем стандартным наборам, справочникам и т.д.

Домохозяйке

После того, как Вам вымыли посуду после завтрака, подмели полы и застелили постели, я хотел бы, чтобы вы уделите мне немного вашего времени. Вы превосходно разбираетесь в том, что нужно и полезно есть, и знаете, когда и какие продукты закупать у вашего бакалейщика, чтобы это было и экономно и наполняло ваш стол здоровыми и вкусными блюдами для вашей семьи...

Любому мужчине

Вы – не приверженец бриться холодной или еле теплой водой, как и мистер Фуллер?

Когда из крана шла холодная вода, мистер Фуллер постоянно возмущался. А вода обычно текла холодная. Вы же знаете, как работает с утра пораньше обычная система горячего водоснабжения!

Но семья Фуллеров нашла выход из проблемы. И теперь, как бы рано они ни встали, как только открывают кран, оттуда всегда течет кипяток.

Страховым агентам

Случалось ли Вам когда-либо, как маленькому, прокрасться вдоль берега старого мельничного пруда и запустить в его самую середину то, что герой известных юморесок назвал бы «старой доброй каменюкой», потревожив его спокойную поверхность – просто чтобы позабавиться, наблюдая, как все черепахи одновременно ринутся в воду с характерным плеском?

Если скромная черепаха не запомнилась Вам как одно из животных, скрасивших Вашу юность, смею предположить, что в ней было нечто подобное, что стало точкой приложения Ваших многообещающих талантов.

Да и сейчас, став уже взрослым состоявшимся человеком, Вы приходите к выводу, что в процессе достижения ваших деловых целей вы часто испытываете подобные ощущения, и это возбуждает интерес к вашей деятельности со стороны соседей. Для примера: Мы хотим указать Вам на несколько перспектив, лежащих на самой поверхности...

* * * * *

Приманивайте... всех их. Найдите то, что интересует вашего потенциального клиента и сделайте это вашей точкой соприкосновения, вместо того, чтобы врываться в его жизнь и пытаться рассказать ему что-либо о *вашем* предложении, *ваших* товарах, *ваших* интересах.

Глава 2

КАК ВЫЗВАТЬ ЧУВСТВО ЖАДНОСТИ?

Возвратимся к самому началу. Что нужно сделать первым при написании любого делового письма?

Перед тем, как ручка коснется листа бумаги, решите, какой эффект Вы хотите произвести на своего читателя – какое чувство Вы должны в нем пробудить.

Если хотите, чтобы читатели сказали, как воскликнула толпа сопернику Демосфена: *«Какой умный оратор!»* - тогда следует начать с крылатой фразы или чего-то подобного. Но если Вы хотите подражать Демосфену, чьи слушатели забыли обо всем, увлекшись его речью, тогда все Ваши усилия должны быть направлены на: *«Поехали!»*

Основой каждого успешного письма, как и основой каждой продажи, является сформулированная эмоция, которая принуждает читателя действовать так, как Вы пожелаете. Цель каждого делового письма, будь то распродажа, получение денег, поправка или жалоба, **заставить читающего делать то, что Вам необходимо.**

Как пробудить в нем это чувство? Как бы Вы чувствовали себя перед тем, как сделать заказ, который Вы хотите, перед тем, как продлите срок, перед тем, как отправите оплату именно этому, а не другому человеку, в то время, когда приходится совершать над собой усилие, чтобы вообще кому-то отправить доллар?

Что бы Вам хотелось узнать в первую очередь? Какое предложение заинтересует Вас больше всего? Что бы Вы почувствовали, если бы поняли, что принятие предложения окажется прибыльным? Что бы Вы потеряли, отказавшись от него?

Говорят, у парижан есть формула для любовных писем: *«Начинай, не осознавая, что хочешь написать, заканчивай, не осознавая того, что уже написал»*. Это может быть неплохим образцом для любовных писем, но ни в коем случае не подойдет для деловых. Хотя, следует отдать должное французам, когда такие письма появляются в печати, это говорит о том, что в то время, как они не знают, что собираются сказать, они абсолютно точно знают, какую эмоцию хотят вызвать у своего читателя, и не упустят ни единой возможности, чтобы добиться этого.

И это весь посыл письма в конечном итоге? Книжки пишут для того, чтобы привлечь внимание, подогреть интерес, аргументировать позицию и составить убедительные доводы, но разве все это не сущие детали? Когда Вы придете к этому, подумайте, разве не является первостепенной целью пробудить в читателе чувство о том, что он обязан иметь то, что Вы предлагаете или сделать так, чтобы он не мог расслабиться, не выполнив того, что Вы от него требуете?

Рассмотрим, к примеру, два следующих письма. Первое соответствует всем правилам жанра. Оно завоевывает внимание, формирует интерес, описывает то, что предлагается, в нем есть аргументы, убеждение, решающий довод, и все же оно имело очень незначительный успех, тогда как второе дало блестящий результат. В чем различие между ними?

Тогда как первое письмо было нацелено только на интеллект, второе, пытаясь убедить разум, фактически было направлено на завоевание эмоций! И всякий раз, когда Вы хотите добиться действия, старайтесь возбудить чувства!

**Окончательно переработанное, иллюстрированное
Издание «ОЧЕРКИ ИСТОРИИ» УЭЛЛСА в 4 томах.
На 1/4 дешевле, чем исходная цена за два!**

ДОРОГОЙ ЧИТАТЕЛЬ:

Наконец-то «Очерки истории» Г.Дж. Уэллса полностью переработаны, проиллюстрированы 100 известными картинами на исторические темы и выпущены в четырех стандартных книгах библиотечного формата. Миллион экземпляров «Очерков» был продан в объемных одно- и двухтомном изданиях. Их заказали еще миллион человек, но они ждали издания более легкого, более удобного в обращении. И вот оно – недавно переработанное совершенно новое издание, в четырех стандартных томах библиотечного формата, на 25 % дешевле, чем цена первоначального двухтомника.

И это еще не все.

Г. Уэллс давно уже чувствовал, что части его истории нуждались в переделке, что другие части нуждаются в разъяснении и что все в целом надо тщательно переработать. Это был его Шанс. Начав с самого начала, он изменил каждую страницу текста, переписал целые главы, добавил страницу за страницей новый материал.

Это – его заключительная редакция. В обсуждении издания с другом, будучи в тот момент в Америке, г. Уэллс сказал, что по сравнению с переработанным изданием первоначальное английская книга похожа на изделия из Каменного века.

В нем сотня новых иллюстраций, репродукций исторических картин из знаменитых картинных галерей мира. Для этого был перерыт не только Нью-Йорк, но и художественные салоны и галереи Лондона и Парижа. Это – изысканнейшее издание "Очерков истории", которое когда-либо выходило в свет. Все же Вы можете заполучить его – если немедленно отправите почтой вложенную открытку – по удивительно низкой цене.

Минус четверть стоимости!

Подумайте об этом! Окончательно переработанное, напечатанное с совершенно новых, четких, удобочитаемых гранок, с сотней новых иллюстраций помимо тех, которые были в прежних выпусках, и переплетенное в 4 красивых тома библиотечного формата, - и все на 25 %, дешевле, чем первоначальный двухтомник. В любом книжном магазине уже сейчас!

Вот - наше предложение:

Замечательная «История» Г.Дж. Уэллса, самая захватывающая история из когда-либо рассказанных, наполненная романтикой Матери-Земли, изданная в 4 стандартных книгах библиотечного формата, проиллюстрированная сотней известных картин плюс годовая подписка на «Обозрение обзоров».

Оба за 12 долларов, которые удобно выплатить постоянными ежемесячными платежами в 1 доллар или 10 долларов 50 центов наличными.

Уэллс начинает с рассвета времен. До того, как появились люди. Даже до того, как появились рептилии. Широкими, великолепными мазками он пишет картину, подводя Вас непосредственно к сегодняшнему дню.

На нескольких ярких страницах вновь оживает прошлое, и мы переживаем его. Более того, история у него превращается в один связный рассказ, где нить человеческой целеустремленности пронизывает и объединяет людей всего мира и всех возрастов.

А «Обзор обзоров» делает историю сегодняшнего дня столь же живой и интересной, какими Уэллс отображает прошедшие годы. Не отнимая много времени, оно в концентрированном виде преподносит Вам самую суть мировых событий, вооружает Вас информацией, чтобы обсуждать внутренние и зарубежные события с пониманием дела, позволяет Вам читать вашу ежедневную газету с пониманием и настоящим интересом.

Мы ставим Только Одно Условие

Есть только одно условие - Вы должны послать открытку не позднее десяти дней с момента получения этого письма. Такое необычное предложение не может долго оставаться открытым. Мы предоставляем Вам только один шанс. Отправьте почтой вложенную открытку, бесплатно, и мы вышлем Вам для

однонедельного бесплатного ознакомления новый 4-хтомник «Очерков истории» Уэллса с 25 % скидкой от первоначальной цены 2-хтомника. Одновременно мы внесем вашу подписку на Обзор обзоров в течение одного года.

Помните, Вы не рискуете ни пенни. Если по какой-либо причине Вы не будете удовлетворены «Историей», если Вы не почувствуете, что книга дает Вам максимальную отдачу от вложения и удовлетворение от чтения, возвратите ее в конце недели за наш счет, вышлите 25 центов за экземпляр доставленного вам журнала и отмените заказ.

Приложенная открытка обязывает только нас - Не Вас! Подписав и отправив ее, вы обязываете нас предоставить Вам все необходимые доказательства.

Мы можем надеяться, что Вы отправите её сегодня?

Искренне ваши,

* * * * *

ВАШ ПОСЛЕДНИЙ ШАНС
Получить четыре тома по цене
на 25% меньше, чем стоят первые два

УВАЖАЕМЫЙ ЧИТАТЕЛЬ:

Знаете ли вы, что действительно важно понимать обо всех этих доисторических ископаемых и древних цивилизациях, которые были найдены при раскопках за последние несколько лет? Не тот факт, что яйцам динозавра, найденным в Монголии, может быть 10 млн. или 100 млн. лет. Не то, что Храм богу Луны в Уре был построен раньше Вавилонской Башни, или то, что Храм богу Солнца в Мексике еще древнее. Даже не то, произошло ли человечество от обезьян 500 тыс. лет назад или появилось благодаря Создателю.

Не эти вещи. В итоге сейчас они составляют небольшую важность для нас. По-настоящему значимая вещь состоит в том, что после этого появились люди, и что принцип жизни, который заставляет планету вращаться - скрытые возможности, которые им открываются.

Вы читали в книге Уэллса «Очерки истории» о том, как на протяжении миллионов лет этому «принципу жизни» грозили неожиданные изменения климата, нехватка пищи, наводнения, землетрясения, засухи, извержения вулканов.

Но каждая новая опасность была всего-навсего стимулом к нахождению нового источника. Через воду он нашел сушу. Через сушу отыскал воздух. Чтобы дышать в море, он дал жабры. Выброшенным на берег он сформировал легкие. Для защиты от ледникового холода он подарил шерсть. Для умеренного климата – волосы. Для чередования холода и тепла он даровал перья. Для встречи с одной опасностью он защитил панцирем. Для встречи с другой – быстротой ног или крыльев. Но всегда, с самого начала он демонстрировал свою возможность отвечать потребностям каждого живого существа.

Через всю историю жизни и человечества сквозит тот самый направляющий Разум, назовите его Природой, назовите его Провидением, назовите его, как хотите – он всегда удовлетворял любую жизненную необходимость.

Ни один человек, читавший Уэллса, не может не осознавать, что результат существования – рост. Жизнь динамична, не статична. Поэтому все движется вперед, не стоит на месте. Электричество, магнетизм, гравитация, свет – все это является различными проявлениями одной и той же бесконечной неизменной энергии, с которой мы непосредственно связаны.

Уэллс дает Вам понимание собственного потенциала. Из книги Вы узнаете, как правильно направлять ту бесконечную энергию, которая заложена в Вас. Проблема человека на распутье в незнании, какую дорогу выбрать.

Читающие Уэллса избавляются от таких сомнений. Каждый человек сам творец своей судьбы. Единственным законом бесконечной энергии является закон источника. В вас все это есть, но Вы этого не осознаете. Поступайте согласно этим принципам и получайте то, что Вам нужно благодаря собственному потенциалу.

Ваш последний шанс получить книгу Уэллса по низкой цене

Только то, что мы подписали контракт на 100 тыс. комплектов, позволило нам снизить стоимость книги Уэллса «Очерки истории».

Потому что мы хотели рискнуть, заплатив авторский гонорар за такое огромное количество авансом. Потому что в прошлый раз нам удалось продать более 150 тысяч копий его однотомного издания, Уэллс сократил свой авторский гонорар за эти тома до чистой доли обычного количества.

Из 100 тысяч комплектов, на которые мы подписали контракт, 95 тысяч продано. Осталось менее пяти тысяч. И

если Вы видели заказы, приближающиеся к 500 в день в прошлом сезоне, можете себе представить, как быстро уйдут эти пять тысяч.

Пока у нас еще есть книги, мы хотим, чтобы они достались нашим постоянным покупателям и друзьям. Конечно, мы не можем дискриминировать остальных; мы обязаны оформлять заказы по мере их поступления. Но мы убедительно просим Вас позаботиться о своем комплекте сейчас.

Вот наше предложение.

Пришлите прилагаемый купон – без денег – в ответ после оплаты мы пришлем Вам комплект «Очерки истории» Уэллса. Откройте том на любой странице, прочитайте несколько. Попробуйте отложить книгу в сторону. И если Вам не покажется, что «Это самая захватывающая книга из всех», как утверждает New York Tribune, пришлите ее обратно. Едва ли кто-то, кто однажды открыл эту книгу, готов расстаться с ней.

Оплата? Вы будете над ней смеяться! Один доллар в месяц на протяжении года за эту потрясающую книгу Уэллса и годовая подписка на журнал Review of Reviews.

Вы знаете Review of Reviews. Он представляет все лучшее, что может дать наука, литература, драматургия, политика, философия; лучшее, что может отображаться в книгах и международных вопросах.

Если коротко, в журнале есть все, что Вам нужно, чтобы быть хорошо проинформированным на сегодняшний день. Он дарит почву для разговора и непредвзятых размышлений. Журнал переносит Вас в среду «Интеллектуальных аристократов» Америки.

Не завтра, не после ланча – так как то, что нужно сделать после ланча, зачастую не делается вообще – а сейчас, пока это письмо перед Вами, впишите Ваше имя и адрес на прилагаемый купон и отправьте его по почте.

Затем пойдут заказы, книги могут раскупить – сотнями – но Вам будет гарантирован Ваш комплект немедленной предоплаченной отгрузкой.

«Это пригodiлось мне больше, чем колледж», – написал один из читателей.

«Если Вы читаете одну книгу в год», – заявил президент Хопкинс в Дартмунде, «это должна быть книга Уэллса «Очерки истории»».

Прилагаемый купон является бесплатным в течение недели.

* * * *

Почему таблоидная газета будет продавать в десять раз больше чистых, хорошо отредактированных печатных листов? Потому что она для слабых сентиментальных женщин. Почему Билли Сандэй или Эмми Макферсон собирают огромные храмы, в то время, как обычный священник читает проповеди в пустой церкви?

Эмоции! Религия, в которой появляется масса людей, изменивших свои взгляды, которая уничтожает целые города... Она не взывает к интеллекту. Она обращена к эмоциям! Когда Мухаммед впервые стал проповедовать свои учения, они были разумны и общедоступны, но привлекли мало людей. Он добавил эмоциональный концепт – и подчинил более половины мира!

Вы можете не пытаться создать новую религию, но Вы хотите какого-то результата. Чтобы добиться результата, Вам нужно пробудить эмоции у своего читателя. Вы можете убедить его разум, что то, что Вы ему предлагаете – правильно и принесет ему много пользы. Но до тех пор, пока Вы не вызовете у него большого желания сделать это, до тех пор, пока Вы не заставите его чувствовать, что удовольствие, которое он от этого получит не пойдет ни в какое сравнение с затраченными на это усилиями, Ваше письмо будет лишено его главного смысла. В нем может быть все, что угодно, но если в нем не хватает той функции вызывания нужного чувства, Вы можете спокойно выбросить его. Оно никогда не принесет Вам денег.

Пятнадцать лет назад в небольшом городке Коннектикут нашелся человек, у него была книга и идея. Книга была написана для вдумчивых людей, для того, чтобы помочь им найти путь к успеху. Но письма и реклама, повествующие о чудесной тайне силы оставляли читателей равнодушными – настолько равнодушными, что автор потерпел крах. Молодой парень был его бухгалтером, он купил печатную форму и сбыв ее на распродаже издательской собственности.

Вот видите, у этого молодого человека была мысль, что он может продать книгу. Он верил, что простого описания ее содержания, такого, которое было использовано в письмах и рекламе, недостаточно. Важным было вызвать желание у читателя, призвав к его амбициям. У него оставалось только 200 долларов, но он решил рискнуть этой суммой для продажи книги.

Не вдаваясь в подробности, он это осуществил. Потратил 200 долларов, и в ответ на них получил 2000 долларов засчёт заказов по прямой почтовой рассылке! Эти 2 000 долларов стали небольшим началом удачи. Он без промедления потратил

все до единого цента на продажу еще большего количества книг, постепенно увеличивая свой доход подобно тому, как выигрывает биржевой игрок.

За пятнадцать лет, которые прошли с тех пор, парень продал книг более чем на 2 млн. долларов. Его зовут Пэлтон. (A.L.Pelton) Книга называлась «Сила желания». Он потратил два миллиона, так же, как поступил с теми двумя тысячами, делая ставку не на интеллект, а на эмоции.

Такой случай типичен для каждого большого успеха в области почтовой рассылки. Что представляла собой «Книга Этикета»? Она собирала пыль на полках Даблдэя, на складах Пейдж и Компании около десяти или пятнадцати лет, пока Нельсон Даблдэй неожиданно не вернул ее к жизни и не продал миллион копий. Что вызвало такой внезапный спрос? Нет, вы можете быть уверены, любая волна культуры и вежливости смывает нацию, но обычный страх вызвал у читателей писем и рекламы Даблдея ощущение, что бессознательная неотесанность может стоить им позора.

Зачем люди покупают утягивающие ремни, кремы для лица, средства для волос? Зачем они сидят на диетах и выполняют изматывающие упражнения? Не потому, что их разум говорит им, что им это нужно, совсем не потому, что им это нравится. А потому, что ***ими движет собственное самолюбие!***

Призывайте к разуму. Всеми способами. Предлагайте неизбежные оправдания покупки, чтобы они могли похвастаться друзьям и успокоить свою совесть. Но если Вы хотите продавать товары, добиться какого-то действия, ***направьте настоящий импульс на простейшие эмоции!***

Глава 3

ДОБАВЬТЕ В СВОЕ ПИСЬМО ИНТЕРЕСНУЮ НОВОСТЬ

Что хочет мир и чего он хотел всегда – новостей, средств разжигания ослабевшего интереса, возбуждения эмоций.

Расскажите человеку что-то новое, и Вы завладеете его вниманием. Заплетите сюжет или покажите связь между рассказом и Вашим слушателем.

Знаете, какова была главная фишка в «Очерках истории» Уэллса? Новостная ценность! *«Самый старый человек мира», «Был ли потоп в истории Библии», «Обнаружение Моисея»* и так далее. Газетные заголовки, все они. В каждом из них есть новость. Богатый человек, бедный человек, попрошайка, вор - все перестанут считать, если Вы добавите новость в свое письмо.

«Если напала гремучая змея!» Вы можете представить себя не читающим, что произошло дальше? Так поступают каждый раз тысячи людей, когда видят громкие заголовки. По этому принципу продавались сотни тысяч книг О. Генри.

«Миром будет править желтолицый король?» Кого из нас не ошарашит такой заголовок настолько, чтобы не прочесть статью и не разобраться, есть ли смысл бояться, что такое может произойти на самом деле?

«Что в природе считается неискупимым грехом?» Вы можете представить себе читателя, которому не захочется проследить глазами еще хотя бы несколько строк, чтобы найти ответ на поставленный в заголовке вопрос?

И если Вы не сможете удержать его внимание этими несколькими строчками, это Ваша вина, если вы не можете сделать рассказ настолько интересным, что он прочтет все до последней строчки и даже до бланка заказа или картинки, которые следуют далее.

Бизнесмен не отличается от любого другого человека. Понаблюдайте за ним по дороге в офис. Сравните время, которое он посвящает финансовым и деловым новостям, с тем, с каким рвением он поглощает детали последних убийств и скандалов, или с каким вниманием относится к спортивной страничке. Ему нужны новости. Насколько это возможно он постарается найти их в своем бизнесе, но если там их не окажется, станет искать их вне своего дела.

Итак, если Вы хотите завладеть его вниманием, следуйте примеру газетчиков. Они знают, придется сражаться с тысячами других отвлекающих факторов, поэтому тщательно изучают читателя и затем представляют ему то, что наибольшим образом привлечет их интерес.

Вам так же следует соревноваться за внимание читателя. Он не ищет Вашего письма. Его голова занята тысячей дел. Почему он должен переключать внимание с них, чтобы распахивать Ваши страницы с Вашими проектами?

Допустим, Вы решили, какую эмоцию должно вызывать Ваше письмо у читателя, чтобы заставить его сделать то, что Вам нужно. Вы знаете, что каждый человек постоянно мысленно разговаривает сам с собой, основная тема этого разговора – собственные интересы: бизнес, любимый человек, продвижение по службе.

А Вы пробуете вмешаться в этот разговор с чем-то, что соответствует его мыслям. Но некоторые предложения не полностью подходят. Что Вам делать в таком случае? Ищите ценную новость! Ищите что-то, связанное с Вашим предложением таким образом, чтобы оно постоянно отвлекало читателя от его собственных дел. Затем напомните об этом еще раз и покажите, как это предложение связано с теми проблемами или необходимо для их удачного разрешения. Как Вам такое?

Пожалуй, лучший способ объяснения – это показать на нескольких примерах, как это успешно работает. Вот несколько типичных штучек, которые захватят внимание читателя и логически подведут к описанию Вашего предложения.

Знаете ли Вы, что было главной чертой Сократа? Его упрямое любопытство, жажда знать, как все устроено, понимание основных причин.

Это любопытство помогло ему стать представителем высочайшего достижения Греческой цивилизации. Это такой же поиск основных причин, который делает Рекламное Агентство Блэнд бесценным, когда представляется новый продукт, открывается новая область и пробуются новый метод.

В городе Багдад жил мудрец Аким, многие обращались к нему за советом. Он помогал им во всем, ничего не прося взамен. Однажды к Акиму пришел молодой человек, который потратил много, а получил мало, и спросил: «Скажи мне, мудрец, что нужно сделать, чтобы получить большую часть того, что я потратил?»

Аким ответил: «Вещь, купленная или проданная, не имеет цены, пока она не содержит того, что нельзя купить или продать. Ищи Бесценный Ингредиент.»

«А что это за Бесценный Ингредиент?» – настаивал молодой человек. Тогда мудрец сказал: «Сын мой, Бесценный Ингредиент каждого продукта на рынке – это честь и чистота того, кто его сделал. Обрати внимание на имя, перед тем, как покупать.»

С каким вечным вопросом Вы и каждый честный человек сталкиваетесь каждое утро?

«Как мне улучшить свою жизнь?»

Это по-настоящему жизненный вопрос, противостоящий Вам. Он будет преследовать Вас всю жизнь, пока Вы его не решите. Внимательно прочтите вложенный буклет, и Вы найдете ответ на тот важный жизненный вопрос, который Вы и любой другой человек должны решить, если хотите постоянно увеличивать свой доход.

Ваш дедушка на своем старом автомобиле путешествовал не быстрее Цезаря. В индивидуальной поездке он был почти так же ограничен, как жители Рима.

Вдруг – автомобиль – наше поколение освобождено от оков! С машиной километры сокращаются до минут, и самая скромная семья покидает порог дома, чтобы покорять континент.

Весь день, с той минуты, когда утром просыпается Ваш мозг и до гейм-оувера поздним вечером, Вы ищете способы, как продать больше товаров, заполучить больше покупателей, овладеть большими административными возможностями и стать более крупным бизнесменом.

Это одна из самых огромных целей души и сердца, в которой Вы всегда отдаете себе отчет – освоение бизнеса, достижение превосходства в своей области, неуклонный рост финансовой прибыли из года в год.

Вы бы с удовольствием потратили несколько минут на изучение новых способов управления и развития Вашей умственной энергии таким образом, чтобы избавиться от ненужных движений и сделать каждый шаг прогрессивным на 100%.

Вы когда-нибудь думали о том, что мозг среднестатистического человека растрчивает больше энергии, чем у самого ужасного старого болтуна?

Это знание о том, как применять энергию мозга – как думать, как рассуждать, как не растрачивать попусту умственную энергию, как концентрироваться – все это поможет Вам стать лидером в своей профессии.

Это знание покажет Вам, как нужно мыслить, концентрироваться, применять фундаментальные основы всех наук для решения Ваших каждодневных проблем и т.д.

В Коннелсвилле был день зарплаты, я сидел в местном магазине и разговаривал с его владельцем. Вошел рабочий. Он сказал, что хочет то-то и то-то...

Тогда я подумал: если хотите, чтобы бизнес расширялся, делайте так, чтобы Ваш магазин признавали как... и т.д.

Если Вы устали от работы с твердой зарплатой и хотите научиться зарабатывать большие деньги, открыть свой собственный независимый бизнес, у меня есть предложение, которое Вас заинтересует.

Как сохранить детское молоко свежим? Настроив Ваш холодильник для этой важной задачи, Вы настроите его и для всего остального.

На некоторое время сегодня или завтра или в следующем месяце практически во всех коммерческих офисах Соединенных Штатов важный управленец будет откидываться в кресле и изучать список фамилий на листе бумаги, лежащем перед ним.

Среди них может быть и Ваша фамилия. Место на ответственном посту освободилось, и управленец сталкивается лицом к лицу со старой известной проблемой – «Где мне найти работника?»

Лица, слова, поступки, способности различных сотрудников мелькают у него в голове, словно в кратком обзоре. Он в очередной раз осознает, как мало на самом деле работник знает об их надеждах, об их амбициях, об их определенных

способностях, чтобы справиться с более важной работой. Вот когда Blank School приходит на помощь ему и Вам.

Что определило высокую стоимость полевых угодий Айовы? Зерно. Что обеспечило быстрый рост стоимости конечной сельхоз. продукции, рассчитанной по фермерским ценам всем центральным западным штатам? Почему фермерские угодья Луизианы продвигаются меньше? Зерно. Почему? *«Потому что они в кукурузной зоне».*

Если бы Ваши доходы завтра удвоились, смогли бы Вы распорядиться ими, не залезая в большие долги? Если бы Вам пришлось иметь больше денег, на которые можно жить – поддерживать тех, кто зависит от Вас – Вы бы смогли это сделать?

Вы смогли бы, если бы прошли тренинг, предоставляемый нашим Курсом. Он удвоил зарплаты других людей. Он может сделать это и для Вас.

На протяжении двадцати лет я был изгнанником, люди повсюду избегали меня. Меня не принимали в мире бизнеса, в обществе. Я был умственной и физической катастрофой, провалом всего, что угодно. Я был зависим, практически лишен надежды. Жизнь была для меня тяжким грузом.

А потом я научился говорить! (и так далее в описании курса по устранению заикания)

В разгар новогодних праздников большинство из нас, так или иначе, задумывается о том, что произойдет в течение следующих двенадцати месяцев. Часто мы начинаем представлять, планировать, преждевременно расставляем все в голове по местам.

Возможно, поэтому чтение будет приносить множество озарений для Вас, так же, как происходило и со мной.

Я пришел обсудить с сожалением, что обстоятельства всегда будут складываться таким образом, чтобы ставить человека с массой способностей в такое положение, где нет необходимости начинать с борьбы за существование.

Личности представляют собой те, кто вынужден это делать. Во многих человеческих жизнях спасительным моментом является удар, который разбивает все сбережения, которые обнадеживали человека, и тогда приходится ориентироваться на себя.

Много людей говорило мне, что такое было в их жизни, мы знаем, что так может случиться и у нас. Поэтому вместо того, чтобы ругать судьбу, которая ставит перед необходимостью проявлять упорство и что-то представлять из себя, поблагодарите Господа за это и начинайте подготовку. Для этого Вам подойдет Blank Course, и т.д.

Пожилый джентльмен, вышедший из состава Patent Office в 1886 году так как, по его словам, уже всё изобретено.. Большинству из нас ничего не осталось. Бывают времена, когда все мы начинаем ощущать, что механическое оборудование настолько совершенно, насколько это вообще возможно.

Возьмем, к примеру, смазку. Несмотря на пустую трату тысяч долларов на смазывание какого-нибудь подшипника шестью унциями масла, которому достаточно и одной, производители будут довольны, конечно, пока кто-нибудь не придет и не покажет, как можно сэкономить 500%.

Наше дело - разочаровать производителей в их смазочном оборудовании. Это новый вид Большевизма, который оплачивается повсюду.

Вы принялись зарабатывать больше денег. Вашей зарплаты недостаточно. Человек, чье богатство, состоятельность или даже комфорт зависит только от зарплаты, совершает огромную ошибку в жизни. Вы на минуту прекращаете работать, деньги перестают начисляться. Пропустите день, и будет потеряна дневная прибыль, в то время как расходы продолжают расти.

Вам не кажется, что пришло время Природе работать на Вас? Доллар, вложенный в персиковую орхидею, будет работать на Вас днями, ночами, в выходные. Он никогда не прервется на сон или чтобы перекусить, он продолжает расти и расти – с той минуты, как Вы его вложили.

Маленькой лампы достаточно, чтобы обогреть иглу эскимосов, так как его стены изотермичны. Мельчайшие частицы мертвого воздуха (он содержит углекислоту), находящиеся в снежных блоках, обеспечивают естественную теплоизоляцию – самую эффективную из известных науке.

А современные дома обычной конструкции теряют две трети тепла, которое поступает от печей.

Одна треть этого тепла уходит естественным способом через окна и двери. Другая треть растрачивается без необходимости.

Она спокойно уходит через нетеплоизоляционные стены и крыши. Обычные строительные материалы не могут удерживать тепло.

Целотекс справляется с этой проблемой.

Здесь, в Чикаго, есть банк – не больше Вашего – в прошлом месяце он застраховал более 280 новых владельцев сберегательных вкладов! Заметьте, застраховал их только с помощью действия деловых циркулярных писем, без единого агента! Вот почему это письмо жизненно важно для Вас, словно это чек с гарантией. В нем говорится, как.. и т.д.

Предположим, там, где Вы работаете, освободилось новое хорошее место. Смогли бы Вы его занять? Смогли бы вы перейти на него и добиться успеха? Или Ваш босс не позволит, потому что у Вас недостаточно знаний?

Человек, которому предлагается высокая должность, который натренировал себя держаться за нее до того, как ему ее предложат.

Не рискуйте рекламировать себя. Не пускайтесь в авантюру, когда к вам приходит возможность. Если Вы хотите высокую должность, которая требует ответственности и на которой платят большие деньги, подготовьтесь к этому! Подыщите место в той работе, которая нравится Вам больше всего. Затем сразу же приступайте к тренингу в Blank Correspondence School, который мы разработали для того, чтобы Вы получили желаемую должность.

Когда 42-хлетний мужчина, всю свою жизнь отработавший на других, решает уйти в свой бизнес, и когда через несколько месяцев он основывает бизнес настолько солидно, что обходит конкурентов с многолетним опытом – должно быть, что-то есть в его манере ведения бизнеса такое, что однажды захотят узнать остальные.

В январском выпуске журнала Вы найдете историю о том, как Джон Джонс добился успеха, и т.д.

День зарплаты – что он для Вас значит? Ваши деньги крутятся? Или их не хватает, чтобы закрыть бреши после счетов на прошлой неделе (в прошлом месяце)?

На прошлой неделе согласно действительным, официально заверенным отчетам в нашем офисе – 300 человекам подняли зарплату вследствие повышения уровня квалификации после прохождения АВС-курса. Вам не кажется, что пришло время повысить себе зарплату?

Старая поговорка: «Сила в числах», конечно, не подходит к одежде современной женщины.

Может ли быть что-то более обидным для хорошо одетой женщины, чем увидеть точную копию своего пальто на другой женщине?

Эксклюзивность – вот основной принцип пальто наших женщин. Мы не можем позволить никаких копий. Это подход салона Women's Coat Salon.

«Как поживает огород?» – вот утреннее приветствие на станции пригородных поездов. Многие владельцы участков сажают картофель на всей земельной площади. Другие, не настолько амбициозные, сажают только зелень для стола.

Учитывая это, журнал «Дом и Сад» приобретает новое значение. Он уж зарекомендовал себя как журнал с четкой полезной информацией для сада. Теперь это справочник для решения главных проблем каждого дачника.

Теперь Вы получаете больше за каждый час, чем в первый рабочий день. Почему? Потому что в каждый час работы Вы вкладываете больше умений. Уровень Вашего профессионализма возрос.

Деловой профессионализм растет вместе с бизнес-идеями, они рождаются из Ваших деловых знаний. Если Вы обогатите свои знания с помощью успешного опыта других людей, Вы сэкономите драгоценное время и избежите лишних усилий в изучении того, что уже известно. Вы прибавляете знания других деловых людей к своему профессионализму. Вы извлекаете материал, из которого рождаются новые оригинальные идеи.

Именно эти новые идеи ставят и бьют рекорды. Они подчеркивают различие между человеком, которому платят больше и тому, кому платят меньше. И это материал для тех новых идей, которые Вы найдете в System, газете о Современном Деловом Менеджменте.

Вернемся на двадцать пять или тридцать лет назад, в те дни, когда мы путешествовали по дорогам Dobbin и Dashboard. Люди обычно говорили: *"Страхование жизни – хорошая штука, но придется умереть, чтобы выиграть деньги."*

Времена изменились. Поэтому приобретайте страховые полисы. Сегодня существует, как минимум, 17 способов заставить их работать на Вас, прямо сейчас, в течение жизни, и получить крупное вознаграждение, не принося в жертву защитную ценность полиса.

Неважно, какая цель у вас в голове – деловая или личная, возможно, есть полис, который позволит Вам выполнить программу просто, быстро и экономно, и в то же время защитит тех, кто зависит от Вас. Откровенно говоря, я бы хотел обсудить это с Вами, и т.д.

Есть один вид писем, в которых всегда присутствует интересная новость о предлагаемом Вам продукте. Это письма со скидками. Вот несколько примеров писем, оказавшихся наиболее эффективными:

Понедельник, 6 марта – отметьте эту дату в своем календаре прямо сейчас! Это дата распродажи, которую Вы не хотите пропустить. Распродажа белых весенних женских платьев по цене 12 долларов 50 центов. Это событие, о котором стоит рассказать. Большинство платьев... и т.д.

К концу рабочего сезона мы находим у себя 137 томов слегка испорченных выставочных образцов «Трудов Оливера Кромвеля» красивого издания Gold Star – настолько слегка, что вам придется проводить закрытую экспертизу, чтобы разглядеть повреждения, но, тем не менее, Вы об этом знаете, их нельзя продавать в качестве новых книг.

Поэтому вместо того, чтобы послать их обратно в переплетную мастерскую и обеспечить специалистам прибыль от коррекции, мы решили подарить бонус любителям книг – такие люди, как вы, любящие хорошие книги ради книг и не обращающие внимания на незначительные детали, мы предлагаем вам эти 137 томов с бракованными обложками.

В определенные периоды года, мы проводим в нашем магазине специальные нерекламируемые акции. С тем, чтобы лично оповестить о такой распродаже, нам необходимо знать Ваше имя и адрес. Таким образом, напишите, пожалуйста, эту информацию внизу на открытке и вышлите или принесите ее нам в магазин при первой удобной возможности.

Первого октября расценка Бизнес Недели приблизится к отметке в один доллар. Если Вы разместите свой заказ до 30-ого числа этого месяца, то получите возможность приобрести площадку, которую можно будет использовать в любое время до января. После 30-ого числа категорически ни один заказ не будет рассматриваться. В сущности, теперь распространение дает нам право на более высокие расценки.

Это еще одно платье, о котором Вы так мечтали, но решили сэкономить и не купили – элегантное дневное платье, или хорошенькое платье для прогулки, которое Вы стремились приобрести, но не стали, так как это было бы через чур. Но сейчас Вы были бы счастливы сделать это. Всеобъемлющее чувство экономии!

Чтобы освободить площадь для весенней коллекции, которая поступит прежде, чем мы успеем к ней подготовиться, приходится снижать цены на всю красивую зимнюю одежду. Надо быть сумасшедшим, чтобы не воспользоваться преимуществом таких чудесных цен!

В этот конверт мы вкладываем Ваш чек Читателей Smith Bros. на сумму в 6 долларов 20 центов. Это означает, что если Вы подпишите этот чек и вернете его нам до 10-го декабря, мы отправим Вам аппарат для чтения, который вы выберете.

На обратной стороне чека Вы обнаружите полный список всех наших аппаратов с 1А до 6В. Если Вы созреете заказать еще какое-то количество к этому времени, можете реализовать прилагаемый чек к бланку в качестве частичной оплаты.

Вероятно, у Вас будет возможность приобрести Ever-ready Bag в следующем году. Но Вы уже никогда не сможете купить её по сегодняшней цене за 14 долларов 85 центов. Эта стоимость возрастет до 20 долларов.

Это Ваш шанс.

Эта карта принесет Вам новейшую сумку.

Конечно, существуют способы привлечения интереса читателя даже до того, как он прочтет первую строчку письма. Один из них – поместить слоган на внешнюю сторону конверта. Literary Digest использует такой метод в большинстве своих почтовых рассылок. Можете быть уверены, они считают это эффективным, так как ни один опытный рекламист не будет практиковать то, что не оправдывает себя в качестве возрастающего количества заказов в формуляре.

Как правило, такие слоганы на внешней части конверта эффективны только в письмах третьего класса. Они ловят взгляд читателя и вызывают достаточный интерес, чтобы открыть конверт. Review of Reviews использовал их множество раз для огромного преимущества. Во время продажи книг О.Генри, рекламщики использовали такие фразы, как *«Если напала гремучая змея»*, *«Роковой поцелуй»*, *«Если это случилось в Вашу брачную ночь»*. Продавая *«Историю Мировой войны»* Саймона, у них было несколько хорошо работающих фраз. Например, *«И сказали они: Мы не будем сражаться»* и *«Отбой! Мы добрались сюда!»*. *«Если бы чертовы дураки только знали!»* - произнес Рузвельт.

Все это помогало завлечь читателя внутрь конверта. Их целью было то же, что и в газетных заголовках – пробудить в читателе любопытство и заставить его следить за ходом рассказа. Поэтому такие фразы должны расцениваться как любые другие заголовки, по одному стандарту – насколько успешно они справляются с работой? И единственный шанс узнать это – сравнить их с другими заголовками или угловыми визитками.

Даже в почте третьего класса мы часто находим простые угловые визитки, в письмах первого класса они есть практически всегда. Видите, единственной целью двухцентовой марки является сделать так, чтобы письмо казалось личным, и поместить ударную фразу на внешнюю сторону конверта. Таким образом, цель достигнута!

Поэтому нужно следовать хорошему правилу: если хотите использовать ловушку внимания на внешней стороне конверта, сэкономьте половину рекламного бюджета отправкой писем третьего класса.

Один из самых эффективных известных приемов, заставляющих человека заглянуть в конверт, был придуман одним молодым человеком. Он просматривал деловые бумаги, схемы органов фирмы и т.п. в поисках фотографий людей, связанных с различными организациями. Затем, вместо того, чтобы обратиться к человеку по имени, размещал фотографию этого конкретного лица на лицевой стороне конверта, а ниже писал: *«по адресу такой-то Компании»*, и адрес. Это была тонкая лесть, привлекавшая внимание, притом - перспективное.

Для таких привлекающих трюков в оформлении у рекламных проспектов часто больше возможностей, чем у конвертов. Все благодаря размерам, на рекламных листовках больше места для иллюстраций. В самом деле, эта реклама, рассылаемая почтой, должна завоевать интерес читателей точно так же, как и рекламные объявления в журнале. И её успех или неудача зависит от тех же самых факторов - захватывающие внимание иллюстрации и заголовок, интригующее начало, ясное описание, логическая аргументация и решающий довод, с купоном или карточкой, благодаря которым легко оформить заказ.

Это - наиболее очевидные способы привлечь внимание. Однако, зачастую ими увлекаются во вред основной задаче. Более ненавязчивые и эффективные пути к достижению цели можно отыскать в самом письме, рекламном приложении, почтовой карточке или бланке заказа.

Некоторые предложения подкрепляют красочные фирменные бланки. Когда издатель Нельсон Даблдей впервые рекламировал свою «Библиотечку природы», он использовал простой фирменный бланк. Напечатав литографическое изображение пейзажа с птицами, цветами и лесом вверху и вдоль одной из боковых сторон фирменного бланка, он фактически удвоил число заказов! «Библиотечка кожи» увеличила процент заказов почти настолько же.

С другой стороны, мы видели огромное количество предложений, оказавшихся более результативными при оформлении на черно-белом фирменном бланке, а не на красочном цветном. Чтобы быть эффективными, картинки должны не только иметь притягательный внешний вид - они должны так подчеркивать суть, как невозможно сделать другими средствами.

К примеру, однажды мы предложили набор из больших гравюр известных картин. Разместив в верхнем левом углу фирменного бланка маленькое изображение одного из таких отпечатков, мы добавили почти 50 процентов к привлекательности письма и очень выгодно продали гравюры (которые собирали пыль годами).

Это сработало и при продаже календарей - небольшая цветная репродукция картинки, которую мы использовали в календаре, значительно увеличила доход.

Там, где бизнес строится вокруг какой-нибудь личности, как в случае с Эльбертом Хаббардом... Его фотография на фирменном бланке часто добавляет 10, 15 или 20 процентов к притягательности писем. Мы обнаружили, что это так, проводя тестирование различных предложений для Джона Блэра, руководителя Новой Технологической Компании города Уоррен, штат Пенсильвания.

И эти результаты подтвердились для многих людей, с которыми мы работали. Другим эффективным способом привлечения внимания стало добавление к фирменному бланку образца предлагаемой продукции. Когда речь шла о дорожных сумках, мы прикрепляли образец кожи, чтобы показать, насколько она крепка и долговечна.

Когда дело касалось пальто, мы клали образец ткани, чтобы Вы могли убедиться в содержании шерсти, увидеть потрясающий цвет и дизайн, оценить

ткань на ощупь. Далее свою роль играют содержание и то, как сложено письмо, проспекты и карточка заказа. Мы часто обнаруживали, что даже такой незначительный момент, как способ сгиба, влияет на количество заказов. Складывание письма по-военному, лицевой частью вверх, чтобы были видны только приветствие и первая строка письма, временами преумножали количество заказов на целых 10 процентов.

Также помогает увеличение отступа главного абзаца. Мы обнаружили, что это более эффективный способ привлечения внимания к ключевому моменту, чем подчеркивание или использование заглавных букв.

На внимание к письму влияет даже почтовая марка. Две красных 2-центовых марки дают больше ответов, чем одна 4-центовая. Одна красная 2-центовая марка показывает лучший результат, чем две зеленых марки в 1 цент. Коричневая марка за 1,5 цента очень похожа на 4-центовую, она работоспособнее, чем одна зеленая 1-центовая, но не лучше чем две марки по 0,5 цента!

Что касается проштамповки почты и знаков почтовой оплаты, опыт дает разные результаты, но в нашем собственном случае мы выяснили, что наиболее эффективны почтовые марки. Чтобы показать, какое влияние цвет оказывает даже здесь, - нам известно, по крайней мере, одно почтовое отделение, где разрешается черная надпечатка при автоматической проштамповке 1-центовых писем, и эти проштампованные 1-центовые марки часто показывали лучшие результаты, чем 2-центовая или просто штампы!

Конечно, это все - незначительные детали, которые нельзя рассматривать на том же уровне, что и начало письма, описание, аргументацию или его завершение. Но в тот момент, когда Вы уже составили успешное письмо, когда Ваш призыв уже работает, и когда Вы просто ищете способы получить больше заказов, тогда Вы будете удивлены, насколько эти мелкие, казалось бы, незначительные детали могут принести рекордное количество заказов!

ВЕРБАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ, КОТОРЫЕ ЗАСТАВЯТ ЛЮДЕЙ ХОТЕТЬ ПРИБРЕСТИ ВАШ ТОВАР

Что делать теперь, когда Вы завладели интересом читателя? Начать с серии «во-первых, во-вторых, в-третьих», подобно речи старого священника, и усыпить своего читателя, потеряв весь эффект, ради которого Вы так много сделали? Пуститься в скучные описания, от которых он устанет, не дойдя и до половины? Или осторожно вести его от одной интересной вещи к другой с помощью простых и ясных словесных образов, чтобы он фактически видел предлагаемые товары?

Завладеть вниманием читателя – задача номер один. Задача номер два – пронизать текст Вашей идеей, сделать так, чтобы читатель увидел все так, как видите Вы. Говоря кратко, визуализировать текст настолько ярко, чтобы он смог шаг за шагом выстроить в голове картинку, словно ребенок строит из конструктора.

Мысли, как Вы знаете, похожи на картинки. Хорошая иллюстрация состоит из тысячи слов. Но одна ясная картина, выстроенная в голове Вашего читателя, затмит тысячу картинок, так как читатель раскрашивает ее собственными штрихами в своем воображении. Это действует убедительнее кистей всех художников мира!

Секрет рисования такой картины в голове читателя состоит в том, чтобы ухватиться за те известные образы, которые может воспроизвести его воображение, добавить что-то интересное сюда, что-то другое туда и так далее до тех пор, пока Вы не построите полноценный словесный образ того, что предлагаете. Это как строительство дома. Вы кладете фундамент. Затем стены, крыша, полы, окна, двери, лестницы, пока не достроите все целиком. Вы не начнете со стен или крыши. Сначала Вы заложите солидный фундамент, затем будете добавлять кирпичик за кирпичиком, пока не получите конечный результат.

Точно так же обстоит дело с рисованием словесных картин. Вашингтон Ирвин объяснил это на классическом примере при описании педагога в «Легенде о сонной лощине».

«Это был высокий, до крайности тощий, узкогрудый и узкоплечий парень с большими руками и такими же точно ногами: кисти рук вылезали у него на целую милю из рукавов, ступни легко могли бы сойти за лопаты, да и вся фигура его была на редкость нескладной...»

«Когда в ветреный день в раздувающейся, как парус, одежде он крупными шагами спускался по склону холма, его можно было принять за сходящего на землю гения голода или пугало, сбегавшее с кукурузного поля.»

Тысячи распродаж потерпели крах, миллионы долларов не окупились по единственной причине – так мало пишущих письма имеют способность визуализировать предложение.

Способность сделать это, возможно, является самым значимым фактором для успешного письма, так как описание осуществляется в рамках того, что читатель знает.

Как видите, Ваш товар должен закрепиться в сознании читателя. Перед тем, как Вы получите от него заказ, Вам необходимо зафиксировать некую последовательность впечатлений в его сознании, создать эффект, который заставит его хотеть предлагаемую Вами вещь независимо от того, сколько денег и трудностей это ему будет стоить. Метод фиксирования этих эмоций состоит в нахождении чего-то, с чем он (читатель) знаком и дальнейшем «строительстве».

Например, для описания яблок *«как те, которыми Ева искусила Адама»* вызвать сравнение, которое повлечет за собой известный каждому мотив. *«Мед такой же сладкий, каким Клеопатра угощала Антония»* содержит еще одно упоминание, которое узнает практически каждый.

«Столько встреч, сколько долларов у Абрамовича», «Довольный, как слон», «Сто против одного», «Вскочить в уходящий поезд», «Толочь воду в ступе», «Слой густого сливочного шоколада доставит Вам истинное наслаждение», «Компания, производящая по-настоящему качественный товар, но не занимающаяся его рекламой, подобна человеку, который нащептывает что-то сам себе посреди пустыни». Каждая из этих фраз вызывает в памяти знакомый образ, и таким образом дает вам определенное впечатление, к которому привязывается рассказ. Вот в чем разница между тем, как заложить фундамент для дальнейшего строительства и поставить здание на зыбучих песках.

Далее в книге мы предоставим Вам большое количество примеров, как писатель использует эту идею в описании различных продуктов, которые он помог продать.

Об имбирном эле

Знания, входящие в основу его приготовления, сходны с рецептами французских виноделов. Формула и процесс изготовления передается от отца к сыну. Только трое знают секрет его очарования, веселья и мягкого свечения. Опьяняет эль подобно горному воздуху.

Столовое серебро

Веселый звон голосов, чайник со свистком, смеющаяся чашка и Серебряное блюдо с шелковисто-блестящей поверхностью, отражающей каждый луч света.

Комната

Отчасти из-за низкого потолка она казалась очень просторной. Стены и потолок с оттенком темного янтаря. Везде преобладающий тон – темно-коричневый. Занавески

насыщенного цвета, длинный диван, стулья, шторы с оттенком мягкого свечения – все было представлено в палитре деликатного золотисто-коричневого цвета. В центре комнаты находился квадратный стол.

Ковер

Под ее ножками настолько толстый ковер, что она чувствовала, будто бы ее туфли спрятались среди мягких гор.

Прачечная

Большая часть обеденного десерта оказывается на льне миндально цвета. В идеале столовые скатерти должны стираться бережно и умело. Многие истинные хозяйки доверяют White Laundry свои нарядные столовые скатерти. В этой фирме главное не «как быстрее», а «как качественнее». Но вместе со всей заботой мы экономим Ваше время.

Книга

Если Вы один из энергичных зорких людей, тех, кто любит погони и суматоху больших приключений, верит, что нет ничего лучше для уставшей головы и тела, чем здоровое, леденящее кровь, захватывающее воссоздание хорошей истории, тогда...

Гавайи

Четыре дня по ту сторону Голден Гейт... Гавайские острова поднимают гербы цвета туманного нефрита над искрящимся морем. Четыре ночи пролетели, оранжевая луна освещает долину Моана, призраки чудесных цветов распространяют в тени свой колдовской аромат. Четыре дня позади, длинные большие волны, практически доходящие до бара Вайкики, береговые гонки и загорелые серферы, юные боги и богини морских глубин, скорость на аметистовых волнах.

Кто-то хочет повесить гирлянду из цветов жасмина на Ваши плечи. Кто-то хочет пропеть «Алоха, ое!» эхом в Вашем сердце на долгие годы. Почему Вы не едете и не исполняете свои мечты?

Ветчина

Этот знак гласит о том, что эта домашняя свинья прибыла с хорошей фермы, что кормили ее кукурузой, чтобы она была ровной и вкусной, мясо будет ароматным и сочным. Это была молодая свинка, поэтому окорок нежный и имеет тонкую кожу. Мясо доведено до нужной кондиции, оно жирное, это

обеспечивает питательность и вкус его постной части. Этот знак подтверждает, что ветчина коптилась в сахаре, чистой селитре и совсем небольшом количестве соли. Таким образом готовится лучшее, тщательно отобранное мясо с богатым натуральным ароматом. И хранится оно без соленого протравливания.

Развитие недвижимости

С любой позиции индустрии развлечений и владельцев недвижимости, Бока Гранде – мертвый город. Он всегда был мертвым, и, возможно, всегда таким и останется. Поэтому он притягивает живых людей. Он не вступает в ссору с каким-либо более крупным и лучшим течением. Он просто представляет их самим себе. В нем нет Торговой Палаты, нет экскаваторов и землесосов, и ничего, представленного в 1931 году. Бока Гранде – пристанище для тех, кто предпочитает возвращаться в среде развлечений. Провидение проделало совершенную убедительную работу, чтобы сделать город славным местом для плавания, ловли рыбы и игры в гольф. Мы проводим здесь зимы задолго до того, как вспыхнул бум. Бока Гранде должен Вам очень понравиться. Он по вкусу многим умным людям. Сила его привлекательности в природе. Позвольте нам отправить Вам книгу об этом месте. Книга очень хорошая и не перегруженная.

Электрический морозильник

Всего лишь на несколько градусов ниже температуры обычного морозильника – более холодная зона обеспечивает замечательное хранение продуктов. Это зона, в которой воздух кристаллизуется как мороз, оставаясь сухим, хрустящим и холодным. Это зона So-and-so, производимая электрическими морозильниками компании So-and-so.

Духовая плита

Blank Heat-Spreading Burner – это блок небольших высокоскоростных потоков. Спроектирован он так, что тепло распространяется даже на сплошное дно посуды. Процесс горения настолько совершенен, что расходуется весь газ. Вы извлекаете пользу из каждого атома газа. Дно кухонной посуды остается всего в 7–8 дюймах от насадки горелки. Теперь Вы избежите образования нагара.

Духовой шкаф

Это духовой шкаф Blank, выполненный по принципу немецкой духовки с печной дугой для предотвращения воздушных карманов. Патентованный распределитель тепла на дне

обеспечивает даже выдачу тепла и предохраняет Ваше жаркое и выпечку от пережаривания сверху и снизу. На дверце духового шкафа находится температурный индикатор, который подскажет, сколько градусов внутри.

Здесь присутствуют англичане, способные доказать, что американцы вовсе не страдают отсутствием чувства юмора, как это пытаются доказать нам газетные анекдоты. Конечно, будет непросто улучшить их описания.

Сливовый пирог

Это происходило в одной из замечательных старых дач, в которых ставятся букетик лаванды; там, где мы впервые попробовали сливовый пирог нашей мечты – чудесное ароматное блюдо с большим количеством сливы. Признаем, что наши рты были слишком заняты, когда мы спрашивали о рецепте, но мы были в слишком приподнятом настроении. Так или иначе, что было, то было! Они дали рецепт для наших покупателей.

Дорогая пожилая домработница с локонами и в черной тафте привела нас в кладовую, чтобы показать, как это делается, и рассказала замечательные вещи; о том, что лучше всего печь такой пирог, когда луна пребывает во второй четверти. Вот почему Вы так часто видите нашего шеф-повара на крыше в Пикадилли, беспокойно всматривающегося в темное ночное небо.

Черепаховый суп

Когда мы говорим о черепаховом супе, наши голоса становятся очень осторожными, чтобы не показаться нечеловечными. Мы подразумеваем черепаховый суп со специями. Его готовят для тех, кто празднует по-царски. Если Вы пристально всмотритесь в его глубины, то увидите сочные калиппи и кусочки мягкой части тела черепахи, неясно мерцающие в супе, таком густом и удивительно прозрачном. Также у нас есть особый, полностью обезжиренный черепаховый суп.

Однажды соперник, доведенный до бешенства от зависти, пришел и плохо отозвался о нашем черепаховом супе. Мы убили его. Мы поступили неверно, так как в то время у нас не было охотничьей лицензии, но это говорит о том, что мы не бесчеловечны.

Пироги

Эти пироги пекутся у нас в маленьких покрытых розами дачах людьми, окутанными знаниями домашнего приготовления

выпечки. Мы даже не позволяем им приехать в Лондон на праздники, боясь, что их переманят современные методы. Поэтому они терпят, не спеша, мирно, с бутылками розовой воды в руках, маленькими щепотками розмарина, большими бутылками пахты готовят великолепные пироги, наполненные английской добротой.

Можно ли печь такие пироги при лондонском уличном шуме? Мы считаем, что нет.

Сыр

В Англии существует несравненное стадо маленьких лоснящихся гуэрнских коров, дающих молоко, на треть состоящее из сливок. Мы делаем масло именно благодаря этому чудесному стаду. Вот почему не бывает ошибок во взбивании.

Со всей скромностью мы заявляем, что в Англии производится всего лишь несколько таких же хороших сыров, как наш. Годами мы получали его в одной и той же прекрасной сыроварне. Мы сохранили несколько Чеддаров с прошлого года для тех, кто любит благородную роскошь созревшего сыра.

Пусть Вас не вводит в заблуждение тот унылый "Стилтон", что делают бледные юнцы на шумных фабриках, которые ждут-не дождутся фабричного гудка, чтобы броситься к своим велосипедам и помчаться в кино.

На нашей настоящей ферме Стилтон мы покажем Вам, почему люди преклоняются перед этим именем. Весь сыр изготавливается на участке фермера Лестерширского, начиная с огромных мисок со сливками и передников с первоцветами и заканчивая окрашиванием. Когда такие сыры, как эти, появляются в столовых, лица генералов смягчаются, а адмиралы издают вздох обожания!

Ветчина

Защищенная оболочкой в сале цвета слоновой кости с плотным розовым мясом...

Отведав такое, человек начинает осознавать, как он обожает всех своих родственников – да, практически всех.

Бекон

Когда аромат от его жарки распространяется в пространстве, проходящие мимо издают пороссячий визг. Это один из недостатков городской жизни.

Прелесть нашего бекона заключается в секрете его копчения. Он становится сочным в мягком дыме от редких деревьев и старинных трав. Часто мы стоим в очереди часами для того, чтобы купить грудинку чудесного бекона, находясь в глубокой задумчивости и находя самое большое счастье.

Оживляется свои описания, и добавляйте улыбку там, где это возможно. Дайте читателю что-то, что взбодрит его от безразличия и пробудит эмоции. Вы никогда не видите знака «*Билеты только на стоячие места*» напротив музея или публичной библиотеки или театра, в котором показывают образовательные фильмы и фильмы о путешествиях. Но попробуйте попасть на хороший фильм где-нибудь в восемь часов вечера! В чем разница?

В том, что большинство людей совершенствуют свой интеллект только из-под палки. Они наслаждаются эмоциями всегда и относительно чего угодно.

Поэтому заставьте их трепетать! Если хотите описать горчицу, придумайте историю. Расскажите, как девушка собиралась на пикник; какая забота исходит от небольшой порции; прикосновение; аромат; восхитительная ветчина; острая горчица; и затем о том, как молодой человек забыл все это от восторга встречи с ней.

Расскажите об очень бедном человеке, у которого не было ни пенни на покупку велосипеда своему сыну, о котором тот так просил Санту. Спустя какое-то время малыш лег спать, отец сел, достал свой карманный нож, старую древесину и выстрогал что-то наподобие деревянного велосипеда, который восхитил не только мальчик. Показ игрушки мануфактурщику навсегда избавил отца от нужды.

Расскажите, как резиновые покрышки обязаны усилиям молодого ветеринара в попытке смастерить более удобную инвалидную коляску для больной матери; как первая сенокосилка состояла из огромного количества ножниц, прибитых с одной стороны к доске, с другой стороны привязанных к веревке, которая раскрывала и закрывала их. Обратитесь к истории создания Вашего продукта. Подарите покупателю смех, слезу или комок в горле. Взбодрите его эмоции! Тогда у Вас не возникнет проблем с тем, как заинтересовать!

К примеру, сравните следующие рекламные предложения. Первые три хороши, они вызвали достаточное количество заказов. Но в них был призыв только к интеллекту. Однажды, мы попробовали использовать стиль, почерпнутый в последних четырех рекламах. От других мы всецело отказались, так как эмоциональный тип утроил наши доходы.

Номер 1.

Рузвельт произнес: «История Мировой войны» господина Фрэнка Саймона – замечательная работа, и я с удовольствием ожидаю появления оставшихся томов. Не будет лишним сказать, что никто, кроме него в этой или любой другой стране не

смог бы проделать такую работу. Трудно выбрать, чему восхищаться: по-настоящему экстраординарному обращению с существенными фактами показанной войны; или откровенной чистоте, с которой представляются факты; или совершенной объективности и непредвзятости выводов.

Номер 2.

В колледжах изучают такую историю

Йельский Университет заказал 400 копий избранных глав из «Истории Мировой войны» Саймона для использования в качестве учебника по истории. Экс-президент Хэдли отреагировал на это следующим образом: *«Я получил столько удовольствия от того, что уже написал Саймон о войне, что буду несомненно рад увидеть результаты его наблюдений и выводов в более постоянной форме.»*

Возможно, раз в поколение рождается человек, обладающий даром описать историю живой, интересной. Такой человек, как Маклай – гений, способный воплощать природный дар в языке, истории и фактах с огромной пронизательностью и переносящий Вас в описываемый мир.

Номер 3.

С июля 1914 года, когда его пылающая редакция напугала мир своим предсказанием великой войны, Саймон стал выдающимся писателем о войне. Его цитировали все газеты мира. У британского правительства были его перепечатанные статьи и вещания в радиоэфирах. Французское правительство только ему из всех военных историков подарило крест кавалера Почетного легиона. Греческое правительство сделало его Офицером Королевского ордена Искупителя. Король Румынии назвал его Офицером Королевского ордена Звезды Румынии.

Ни одному другому писателю не доставалась информация от политических деятелей и генералов так свободно и откровенно. Ни одного другого военного критика не цитировали так часто и не ценили так высоко в качестве авторитета. Массы основывали свое мнение на его суждениях. Его слова правили надеждами и страхами миллионов.

Безусловно, это прекрасно, что сейчас у вас есть вся история войны этого автора в конечном виде, с особенными интересными статьями и случайно освещенной информацией из уст величайших военных, морских и политических лидеров Америки и Европы.

Номер 4.

«На центральном участке фронта мы еле держимся, правый фланг отступает, и потому нам остается только одно: перейти в наступление.», Маршал Фош

Вот сообщение, которое генерал Фош отправил Жоффри в критический момент битвы на Марне. Заявил, что его войска истощены после трех дней продолжительных боев. «Слишком устали?» – кричал он. «С немцами то же самое. Атакуйте!» Атаковали они галантно. Он собрал все измученные подразделения, все резервы, и в самый подходящий момент, когда враг считал, что победа близко, растоптал Прусскую гвардию жестоким отчаянным нападением. Прорвал линию обороны, уничтожил врага и спас Париж!

Много ли Вы знаете об этом замечательном лидере?

Знаете ли Вы, что он повсюду считается одним из величайших тактиков мира? Знаете ли Вы, что именно он спас порты Кале и Дюнкерк, и таким образом сделал возможным свободный проход для людей и продовольствия из Англии? Известно ли Вам, что он взял в свои руки защиту итальянцев в тот момент, когда австро-немецкая гонка была на пике. И он не только спас Венецию, но и превратил неизбежный крах в светлую победу?

История Великой войны

Представлен подробный отчет этих подвигов, также как и история всей войны. Вы сможете прочесть о героическом противостоянии, и т.д.

Номер 5.

Горькое разочарование

(Иллюстрация к этой рекламе показывает назначенного на должность диктатора с огромным количеством фейерверков с лейблом А.Е.Ф., готовых взорваться позади него.)

Кайзер снова и снова уверял народ, что и нечего бояться Америки, что все, что мы сможем когда-либо получить после немецких подводных лодок – это несколько отрядов войск и полные продовольствия грузы. Формируются огромные армии, производится большое количество боеприпасов, самолеты и великие корабельные флотилии, все это – всего лишь «американский обман».

Что горькое разочарование означает для него

Наши мужчины находятся на линии фронта вот уже сотни тысяч лет; наш морской флот уже знаком с опасностями подводных лодок. Вскоре у нас будет более миллиона человек во Франции и более двух миллионов на учениях, а наше кораблестроение восстановит все будущие потери от субмарин и мин.

Но для несомненной защиты Немецкой Военной Мощи, выиграть войну и сделать мир безопасным на следующие сто лет понадобится выложиться по полной программе, потратить всю силу, которую мы сможем набрать. И одна из первых вещей, необходимых для того, чтобы заполучить большинство громадных источников – знать о войне все – что к ней привело, как она началась, как проходила. Где можно найти всю эту информацию?

Номер 6.

Ужасный год

Согласно плану немцев, это был «Ужасный год». Высшее немецкое командование осознало необходимость принятия решения перед тем, как сила американцев сделает это чувствительным, поэтому их стратегия заключалась в том, чтобы нанести поражение союзной державе до тех пор, пока они не бомбардируют их путь через Париж или Английский канал, заставить союзников принять перемирие с немцами.

Но американцы внесли изменения

Вопреки всем ожиданиям немцев, Америка справилась с проблемой транспорта так быстро, так успешно, что стала способна подключить сотни тысяч людей к сражению в критический момент, превращая победу немцев в огромное несчастье.

Наши парни не только остановили немцев, отшвырнули полчища пруссов назад к Марне. Их энергия и решительность дали возможность Фошу успешно выстоять, захватив тысячи пленных и буквально горы боеприпасов.

История Мировой войны изложена ярко и импульсивно.

Номер 7.

Нашествие янков

Шел кульминационный момент битвы в Шато-Тиери. Немцы обрушили ураган из пуль, снарядов, огневых струй и ядовитого газа на французов, которые хоть и считали себя непоколебимыми ветеранами, начали поддаваться тому разрушительному шторму и нескончаемым толпам наступающих варваров.

Французский главнокомандующий уже был готов к беспорядочному отступлению. Он уже отдал приказ госпиталю с сотнями раненых двигаться назад. Перспективы были по-настоящему плачевными – дорога в Париж, к сердцу Франции, казалось, была открыта завоевателям, как вдруг из-за холма позади французских солдат, послышался военный марш – пели тысячи новых, полных сил солдат – пели весело, уверенно, восторженно:

***Янки идут,
Янки идут,
Янки идут оттуда!***

Сквозь туман и дым от снарядов пробирались длинные толпы американцев, с заряженными ружьями, штыками. Каждый с восторгом пел, подходя к неприятелю.

Они подошли к немцам, словно множество диких котов. Они убивали их штыками, винтовочными прикладами ножами. Они подходили лицом к пулеметам, выхватывали их, душили стрелявших голыми руками!

За два коротких доблестных часа была выиграна вся война. За два часа, которые будут в истории относиться к Ватерлоо или Геттисбергу, немцы опровергли тот факт, что у них не было шанса, что они сражались против чего-то слишком огромного, что можно победить, у них оказалась такая стойкость духа, которую ничто не могло остановить.

Полная история о Шато-Тиери никогда не была описана. Ни в одной газете или журнале Вы не сможете найти информацию о том, что происходило тогда. Все это обсуждается в конфиденциальных условиях за круглым столом, когда встречаются высокопоставленные союзники. Лишь тогда открывается правда.

Но теперь, наконец-то, Вам удастся узнать всю историю той замечательной битвы, о том, как наши парни принесли немцам победу. Это изумительная история. Она заставит сердце

каждого американца биться чаще. Вы можете прочесть о том, как все было в книге

Саймона «История Мировой войны».

Глава 5

ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ ЛЮДИ ДЕЛАЮТ ПОКУПКИ

Большинство людей подобны машинам.

Существует шесть основных мотивов действий человека: любовь, заработок, моральные обязательства, гордость, потакание своим слабостям, чувство самосохранения. И зачастую они настолько смешаны между собой, что сложно сказать, какой из них оказывает большее влияние. К примеру, человек может хотеть новую машину только из чувства гордости за ее внешний вид. Кроме того, деньги не имеют для него значения. Гордость сама по себе не заставит его совершить покупку.

Чтобы усилить мотив гордости, Вам нужно укрепить его с помощью капельки потакания своим слабостям, степени любви и долга перед женой и семьей и огромной капельки заработка. Покажите, как старая машина причиняет вред его репутации, как счета за ремонт и большее потребление газа и бензина съедают разницу в цене, как он сможет сэкономить сейчас, тогда как через месяц или год это будет невозможно.

К чем большему количеству мотивов Вы можете призвать, тем более успешным Вы становитесь. Но важно, чтобы Вы различали мотивы, которые побуждают читателя желать какую-то вещь и те мотивы, которые заставляют его действовать так, как Вы хотите. Потому как основная цель Вашего письма - заставить читателя совершать то, что Вам нужно. К примеру, он может не хотеть оплачивать счет. Возможно, ему самому позарез нужны деньги, и все его желание направлено на то, чтобы сохранить их. Но если Вы сможете «продать» ему идею о том, что кредит значит для него больше, чем владение теми деньгами или чем-то, что можно на них приобрести, Вы затронули нужный мотив.

В чем он выиграет, если будет действовать так, как вы хотите? Что потеряет, если откажется? *«Если бы кто-то заставил Вашего мальчика стать вором»* - фраза из письма компании NCR. *«Ощущая то, что Вы чувствуете к своему мальчику, стоит ли создавать соблазн другим?»*

Любовь, гордость и чувство долга – все они смешались с дополнительным побуждающим фактором предполагаемого заработка – предотвращение ущерба от мелких ворышек. Но любовь - доминирующий мотив.

Любовь всегда самый сильный мотив. Вы знаете об этом, но читайте газеты, взгляните, как люди каждый день отдают все, что у них есть за это чувство – богатство, честь, саму жизнь. Любовь остается самым сложным мотивом для эффективности письма. Потому что она настолько универсальна, о ней так часто говорят, что тому, кто пишет письма, следует быть более находчивым, упоминая ее с любым другим мотивом.

Теперь заработок. Это просто. По правде говоря, этот принцип работает до самой смерти, а мы – доверчивая раса, и скорее готовы поверить, что кто-то бескорыстно заинтересован в том, чтобы помочь нам заработать или сэкономить деньги, чем сойдет с пути для дальнейшего благополучия наших близких, тех, кто нам дорог.

Например, расскажите человеку, что у вас осталось в наличии только две машины, или десять пиджаков его размера, или сто томов книг. И когда следующая партия поступит в продажу, цена увеличится на 25%, но так как он постоянный покупатель, вы оставите для него парочку по старой цене. И он Вам поверит. Но попробуйте объяснить тому же самому человеку, что единственная причина Вашей продажи «Книги знаний» или «Junior classics» - Ваша горячая любовь и заинтересованность в благосостоянии детей, он над Вами посмеется. Возможно, он купит эти книги, если непосредственно увидит пользу от них у своих детей. Но он возмутится, что его любовь к собственным детям используется для отнимания денег.

Вот искусный призыв к гордости, применявшийся с огромным успехом в те дни, когда на дорогах вместо автомобилей ездили лошади с колясками. Его с успехом можно применять и сейчас:

Г-ну Джону Джонсу,

Джонсборо, Н. К.

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

Мистер Смит, менеджер нашего завода, только что приехал с Вашим запросом от 1ого января. Он прочел его мне и сказал:

«Помните господина Джонса, не так ли? Он довольно обеспечен, там, где он живет, в Джонсборо – многие семьи знают его. Если бы г-н Джонс ездил в одной из наших колясок и рассказывал друзьям и соседям, кто их изготавливает, и как ему эта коляска пришлась по душе, мы бы продали гораздо больше колясок в наступающем году.»

Затем он выдвинул идею, которая, я уверен, необычайно Вас порадует, г-н Джонс. Вот она:

Я приказываю изготовить для собственного пользования самую лучшую коляску, какая только может быть. Вот её проект. Обратите внимание на супер-прочные колёса, которые я разработал. Взгляните на тройные спицы – они облегчают езду. Г-н Смит ответил лишь: «Мистер Джонс непременно будет восхищен такой коляской, как Ваша. Почему Вы не предложите ему ее? А для себя смастерите другую.»

Он думает, что если я пошлю Вам свою коляску для сборки на заказ, Вы, как человек, разбирающийся в этом, человек, понимающий, какое сырье используется для хороших колясок, будет безусловно рад ей.

И, конечно же, Ваши друзья и знакомые будут завидовать Вам и восхищаться моей коляской, когда увидят Вас в ней. Я знаю, Смит прав. Поэтому я решил отреагировать на его предложение и отправить Вам коляску, дизайном которой я так горжусь.

Итак, мистер Джонс, вот супер-коляска – одну специально сделали для президента Коламбус Багги Компании – такая коляска с большей износостойкостью и лучшим внешним видом будет стоить для Вас на несколько долларов больше.

Если Вы станете ездить в этой коляске, то будете всю жизнь ей гордиться. Просто заполните прикрепленный бланк, пришлите его обратно по почте, и я тотчас отправлю Вам такую же коляску, как моя. Или, если попросите, сейчас отправлю Вам коляску, сделанную для меня, а для себя сделаю другую.

Конечно, одежда не может сделать из кого-то человека. Но Вы знаете, как она помогает быть понятым.

Это подобно тому, как Том Эдисон или Чарли Шваб могли бы носить любую одежду и не страдать от не престижного облика, если пиджак окажется потертым или не будет сидеть.

Но большинство из нас более осторожны. Помимо того, что могут подумать о нас друзья, мы и сами не будем ощущать себя комфортно, не будучи уверены в безукоризненности своего внешнего вида.

Ввиду удачной покупки шерсти, мы предлагаем Вам MacCarden Motor Robe по специальной низкой цене 9 долларов 85 центов (это на 5 или 6 долларов меньше ожидаемой Вами стоимости в магазине). Однако, мы предупреждаем, что в будущем шерсть будет стоить нам гораздо дороже; и мы не можем надеяться, что цена 9 долларов 85 центов продержится долго, в то время как сегодняшний запас сокращается.

Только взгляните на прилагаемый буклет и задумайтесь об увлекательной истории, которая сопутствует этому – образованию на высочайшем уровне, развлечения в образовательном смысле.

Те, кто прочел это полное, в последний раз отредактированное издание Очерков, говорят, что оно обогащает больше, чем обучение в Колледже. Обучение в Колледже обойдется Вам примерно в 5 000 долларов и отнимет 4 года жизни. Чудесная работа Уэллса будет отослана Вам на пробу. Вы прочтёте 4 книги с таким увлечением, так быстро, словно множество новелл.

Одна из старейших фирм резинового бизнеса – завод по производству шин – хочет проверить, будут ли владельцы автомобилей покупать их шины напрямую, если он будет продавать их по цене, которую сейчас платят дилеры.

Этот производитель шин знает, что можно произвести такую экономию, если множество ненужных расходов по продаже и прибыль посредника уничтожится.

Таким образом, он собирается протестировать аудиторию автомобильного спорта, предложив владельцам средств транспорта самые лучшие шины, которые он выпускает с помощью нашей торговой организации, работающей посредством почты по всей стране.

И чтобы быстро узнать, хотят ли на самом деле люди сэкономить 25% на самых лучших шинах, какие только можно изготовить, он должен в августе разослать письма нескольким владельцам автомобилей.

У нас осталось всего лишь 790 пуховых курток на продажу по низкой цене. И когда их раскупят, Ваш шанс сэкономить на зимних куртках улетучится. Но пока есть эти 790 штук, Вы можете приобрести великолепно сидящую, симпатичную зимнюю куртку хорошего качества, какую Вы бы хотели носить, с небывалой скидкой.

Как оптовые покупатели большого количества загородных магазинов, мы обходим производителей каждый день, и всякий раз, когда они выпускают нечто «особенное», они ликвидируют

маленькую партию, заканчивают копирование некоторых дизайнерских моделей, эта одежда поступает к нам!

Вы знаете, какие скидки можете найти, делая покупки в местных магазинах. Тогда представьте, что мы можем сделать, ежедневно закупаясь у самих производителей. Минус четверть, минус треть или даже половина обычной цены – в этом нет ничего особенного, так как у производителей нет времени заморачиваться с этими небольшими партиями, поэтому они продают их практически по нашей цене.

В результате мы можем предложить Вам несколько самых очаровательных и наиболее характерных моделей всех размеров, самых модных цветов и материалов по цене гораздо ниже обычной.

Каждый человек может оглянуться назад – не слишком далеко – и вспомнить случаи, когда небольшие ошибки лишали его престижа, стоили расположения кого-то, чьим мнением он дорожил, превращали то, что могло быть дружбой, которой необходимо дорожить, во вражду или равнодушие.

Но не стоит больше терять возможности. Так же, как врач может изучать медицину, юрист учить законы, так и Вы можете познавать искусство культуры – предмет хороших манер, включающий этикет.

Одна из лучших возможностей использования речевого воздействия – письма-напоминания. На самом деле, это всего лишь наше мнение, что существует только два способа собирать старые счета. Первый – убеждение. Второй – угроза судебного преследования или потеря кредитоспособности.

Когда Вы посылаете серьезную угрозу, Вы заставляете немалое количество правонарушителей заплатить, но другие настолько свирепеют, что клянутся, что никогда не заплатят. Пришлите сверху еще одну угрозу, и еще большее бешенство гарантировано. Используйте речевое воздействие, и Вы охладите их пыл. Поступит несколько оплат, и у Вас будет все для того, чтобы отослать другую эффективную угрозу.

Вот несколько образцов стимулирующих писем с предложениями о погашении задолженности:

Вспомните, как Авраам Линкольн совершал утомительные прогулки от бакалеи, в которой он зарабатывал сущие гроши с тем, чтобы отнести бедной пожилой даме несколько центов сдачи, которые та забыла.

И как Марк Твен из-за того, что его имя ассоциировали с одной из неуспешных компаний, взял все их долги на себя и,

несмотря на то, что был немолодым, выплачивал каждый из них.

Это то самое выражение «Я не буду должен никому ни пенни», которое вызывает и укрепляет самоуважение и личностную целостность, составляет кредитную репутацию, помогающую человеку в трудное время. Это потому, что мы, как и те, с кем мы имеем дело, считаем это такой хорошей старомодной честностью, что уверены в оплате Вашего счета, даже если недавно на нем появился долг.

Кроме того, что Вы руководите похожим бизнесом, вряд ли Вы можете разобраться в массе деталей, имеющих в содержании тысяч этих одно-, двухдолларовых счетов. В таком бизнесе разница между прибылью и убытком зависит от быстроты сборов больше, чем где-либо еще.

Я знаю, Вы не будете осознанно играть определяющую роль, борясь с трудностями относительно чего бы то ни было, с чем Вам придется иметь дело. И я абсолютно уверен, что когда Вы поймете, что чтобы немедленно спастись от провала, Вам следует сделать это, Вы пришлете мне чек в ответе на письмо.

В Каменном Веке записи вырезали на каменных плитах. Когда пришло время оплатить долг, Мистер Кредитор представил счет в крайне вежливой форме, держа кусок плиты в одной руке, а каменный молоточек в другой. У должника не оставалось альтернативы.

Затем цивилизация продвинулась до того, что решающим фактором в том, платить или нет, стала угроза тюрьмы. Но теперь есть другое предложение – кредит. Любое дело, маленькое или солидное должно основываться на кредитоспособности.

Опять-таки (возможно у Вас именно так), есть бизнесмен, слишком занятый более важными делами, и работа над его финансовыми и бухгалтерскими проблемами поручена какому-то другому человеку, позволяющему этим факторам развиваться, не осознавая того отрицательного воздействия, которое они оказывают на Вашу кредитоспособность.

Мы хотим избежать того, чтоб Ваше имя было написано красным. Уверен, Вы тоже. Вот какой способ есть относительно счета:

Джон Джонсон – Счет дебитора – \$25.00

Но кроме того мы получаем чек к 17-ому числу. Вот как наш отдел бухгалтерии оформит это:

(Красным цветом) Джон Джонсон – Неоплаченный счет – \$25.00

Вся проблема в таком оформлении заключается в том, какой эффект это произведет на НАШЕГО профессионального кредитора и на профессиональных кредиторов всех других магазинов, принадлежащих нашей Ассоциации. Ваш чек до 17-ого числа предотвратит всё это.

В записях указано, что Ваш счет просрочен на 90 дней. Вы не возвратили товары, не совершили оплату и не оповестили Blank Company о причине задержки.

Несмотря на то, что написано повторно, в записях также указано, что Вы даже не изъявили желания ликвидировать свою задолженность. Вы вынудили их возобновить счет, совершить действие, которое сможет защитить интересы компании.

Вы можете хорошо знать закон, но сообщаю Вам, что приобретение товаров с целью обмана подразумевает уголовную ответственность. И если вина подобного мошенника доказывается, человек приговаривается к заключению.

Ваше судебное дело сейчас находится в Юридической службе и будет рассмотрено через неделю, если Вы не осуществите перевод необходимой суммы в Blank Company.

Надеемся, что Вы выполните платеж во избежание неприятностей, публичности и судебного процесса.

Суммируя все сказанное, вызывание правильного мотива сводится к тому, чтобы читатель желал то, что Вы ему предлагаете, будь то товары, деньги, кредит или чистое карантинное свидетельство, не только потому, что так должно быть, а потому, что это будет значить для него! Когда Вы поймаете его, размышляющего над этими строками, когда Вы предоставите ему преимущества, которые он будет приобретать, поступая так, как нужно Вам, настолько эффективно, что ему будет

хотеться этого больше, чем чего-либо еще, несмотря на все трудности, тогда Вы сможете почувствовать, что продемонстрировали искусство убеждения.

Глава 6 ПРОБА ПУДИНГА

В маленьком городке на северо-западе Пенсильвании есть предприятие посылторга, построившее бизнес с нуля (сейчас имеет миллион долларов в год) на основе лишь одного – пробы.

Они описывают свои продукты лучшим образом, следуют обычным правилам захвата внимания и пробуждения интереса, но в качестве главного аргумента используют пробу.

В одном из их наиболее эффективных писем сказано:

«Когда 10 000 человек со всей страны присылают письма, чтобы получить дождевик, в этих плащах должно быть что-то необычное. И когда такой человек, как Джон Джонс с соседней улицы вашего города (здесь они ставят имя настоящего покупателя, зачастую имя известного человека) не только присылает заказ на дождевик, но и очень доволен им, он пишет:

«Ваш дождевик не только сделан очень качественно и отлично сидит (я провел в нем долгое время), но и продается по необычайной цене. Я не нашел ни в одном из местных магазинов даже в два раза дороже.»

Когда тысячи хорошо одетых бизнесменов и профессионалов со всей страны присылают нам подобные письма, когда больше дюжины Ваших собственных приятелей заказывают такие дождевики и радуются им, с удовольствием присылая 14 долларов 65 центов и чувствуют, что сэкономили 10 или 15 долларов на этом – не думаете ли Вы, что стоит хотя бы взглянуть на эту необыкновенную цену, особенно когда прилагаемый купон подарит Вам такой же, нужного размера?»

Конечно, вначале было труднее. Не было десяти тысяч покупателей. Поэтому они зависели от доказательства «бесплатного ознакомления, ненужности платить деньги, пока не пройдет неделя». Это помогло завоевать доверие. И так же скоро, как получали заказ, они работали на пределе, чтобы ответить на письмо довольного покупателя, от которого они могли получить рекомендацию. Рекомендации были приманкой, ими соблазнили каждого в городе, где жил покупатель.

Такая идея зазвучала, она показала результат. В Пенсильвании никто никогда не слышал о них. Без капитала, без особых преимуществ они построили бизнес с оборотом более миллиона долларов. Почему? Потому, что заявления, предъявляемые ими самими, были смехотворны... поэтому в расчёт брались те, которые были высказаны непосредственно их покупателями. Возможно, не только это стало определяющим.

Они не отбрасывали фразы-обещания за ненужностью. Поэтому люди верили в правдивость их фраз, они знали, что товары можно вернуть обратно.

В каждом рекламном письме должен быть аргумент или какое-нибудь доказательство, но все аргументы мира не сравнятся с таким доказательством, как:

«Знаете Джима Джонса, который живет на Весей Стрит, в нескольких кварталах от Вас. Вот что он говорит... Но мы не просим Вас спрашивать его об этом. Мы даже не просим Вас верить таким людям, как Сенатор или Конгрессмен, или национально известному банкиру или еще кому-то. Попробуйте сами и убедитесь! Для этого воспользуйтесь бесплатным прилагаемым купоном. У Вас будет возможность бесплатной недельной пробы.»

Что помогает продавать миллионы запатентованных лекарств каждый год?

Что заставляет людей глотать галлоны тошнотворных горьких препаратов, фунты морских водорослей и т.д.? Проба. Человек описывает Ваши симптомы настолько точно, что создается впечатление, что он смотрел Ваш надгортанник. Затем он уверяет Вас, что одна доза или дюжина таблеток спасли его от каждого недуга.

Что Вам остается, кроме как попробовать несколько штук?

Если лекарство настолько эффективно помогло ему, Вы естественно считаете, что не будет ничего плохого, если сами попробуете чуть-чуть. Так идет продажа.

Мы доверчивы, но настолько привыкли слышать, как каждый заявляет, что это лучший или самый дешевый продукт в мире, что воспринимаем все эти слова с долей скептицизма. Позвольте какому-либо третьему лицу высказаться с избытком энтузиазма о замечательной цене или услуге, которую ему оказали, и мы прислушаемся. Отбросьте позитивные доказательства, и мы не готовы рисковать деньгами.

По этой причине имеет смысл добавлять рекомендацию в каждое письмо, которое Вы пишете. Я знаю одного необычайно успешного рассыльщика заказов по почте, который не допустит, чтобы хоть одно письмо-напоминание ушло от него без рекомендации. Я считаю, он прав.

Почему Ваш покупатель не оплачивает счет? Зачастую потому, что он недоволен Вашим продуктом, что на самом деле это не настолько хорошее соотношение цены и качества, как он предполагал. Ему больше, чем кому-либо еще нужно убедиться в этом. Есть ли наиболее успешный способ убедить его, чем с помощью слов кого-то, кто уже пробовал этот продукт?

Да, рекомендации достаточно непопулярны благодаря тому, как рекламщики повторяют за звездами и покупают их свидетельства в пользу товаров на все, от жевательной резинки до пижам. Но никогда не будет так, чтобы настоящая

правдивая рекомендация не стала убедительным фактором, рассеявшим сомнения в голове покупателя.

Глава 7

ПОДДЕРЖИВАНИЕ ЭТОГО ИМПУЛЬСА

Понаблюдайте за толпой. Только в критический момент текста уличного зазывалы его помощники в другой стороне толпы начинают продвигаться к окну с билетами.

В каждой продаже, вживую или по почте, наступает тот самый критический момент. Ваш потенциальный заказчик практически убежден.

Вы захватили его внимание, пробудили в нем интерес, Вы практически убедили, что он должен приобрести предлагаемый товар, Вы без всякого сомнения доказали, что он лучший и самый дешевый. Но он не готов сразу согласиться. Предостережение, инертность, назовите это чем угодно, не дают ему сделать шаг.

Желание, очарование выгодной покупки подстрекают его. Он колеблется, сомневается. Сначала так, потом – так. Если слишком настаивать, он не согласится. Если мало проявлять инициативу, все останется как есть. Что Вам следует делать?

Дайте ему толчок, но так, чтобы он об этом не догадался. Поддержите тот импульс, который поможет ему пробраться сквозь толпу, вместо того, чтобы никак не реагировать или раздумать. Как Вам это сделать?

Вы уже знаете мотив - необходимо продать. Поэтому ищите предварительное задание, которое сможет заставить этот мотив работать. Затем смотрите, если Вы можете упростить его для своего покупателя, чтобы он двигался дальше, а не остановился и не передумал.

В частных продажах Вы каждый день находите такие примеры. Что пытается заставить Вас сделать реклама автомобиля? Купить машину? Не совсем. *«Приходите и посмотрите на наши новые красивые модели»,* - вот и все. *«Нет каких-либо обязательств. Они будут рады показать их Вам.»*

Вы идете, и что происходит? Продавец настаивает на том, чтобы Вы купили? Нет, конечно! Он демонстрирует Вам модели, отмечает, какая Вам нравится, предлагает Вам посидеть внутри, почувствовать сцепление, ощутить комфорт и роскошь. Затем он задает вопрос, хочется ли Вам прокатиться на ней загород в следующее воскресенье? Просто чтобы посмотреть, какой у нее прекрасный ход. Она будет в назначенное время перед Вашим домом, или чуть раньше. Вдруг он уступает Вам кресло водителя. Он ничего не говорит о продаже, всего лишь обращает Ваше внимание на послушное урчание мотора, на то, как машина обходит препятствия, на комфорт и те финтифлюшки. И когда Вы стоите по ту сторону порога Вашего дома, он вежливо намекает: *«В какое время завтра ее отправить?»* или *«Давайте взглянем теперь на старую машину и посмотрим, на что она способна.»*

И практически перед тем, как Вы осознаете это, у Вас появляется новая машина.

Это умение преподнести товар. И такое умение Вам необходимо отразить в каждом письме. Просто помните, что практически каждый человек уклоняется от принятия

решения, которое стоит ему денег. Ему нужно время на обдумывание. Он ненавидит брать на себя определенные обязательства.

Поэтому потакайте ему. Сообщите ему дружелюбно: *«Не принимайте решение сейчас. У Вас впереди масса времени. Просто заполните графы «рост, вес, размер» на прилагаемом купоне, и мы пришлем Вам дождевик нужного размера. Попробуйте его. Поносите его неделю. Возьмите его с собой загород и сравните со всем, что сможете найти в местных магазинах. Затем решайте.»*

Видите, насколько это проще? Не о чем беспокоиться, не нужно принимать решений – просто взгляните на дождевик. Если он подойдет и понравится Вам... К тому же, это не окончательно. Если передумаете, просто пришлите его обратно.

Но что случается, когда дождевик прислан. Вас может не быть дома, погода может быть не дождливой. Поэтому Вы его не надеваете. И он лежит дома неделю или две. Затем приходит письмо. Боже! Вы должны надеть плащ и испробовать его! Вы делаете это. Хорошие ожидания оправдались. Вы надеваете его несколько раз и сажаете пятна. Неудобно отсылать его обратно и, как бы то ни было, те, кто купил дождевик, говорят, что невозможно найти такой же даже в два раза дороже. Конечно, у Вас нет времени или сил, чтобы пойти самому и сравнить цены. Ну, хорошо, это удачная покупка. Возможно, коробка, в которой его прислали, уже выброшена. Так совершается еще одна продажа. Конечно, не лучший способ продажи, но, возможно, среднестатистический.

Абсолютно точно, что подобные принципы работают почти при каждой продаже. К примеру, наш друг продает яхты, некоторые из них стоят более миллиона долларов. Думаете, он идет и пишет Моргану: *«Посмотрите туда. Ваша старая яхта немного вышла из строя. Грязевые щитки поцарапаны, обивку поела моль, а что касается двигателя – он настолько хрипит, что когда Вы его заводите, все судна вокруг снимаются с якоря и уплывают прочь, боясь, что Вы нанесете им урон, пока прибудете в Хобокен. Оригинальная Модель T Ford не может грохотать громче, чем то, что Вы называете яхтой. Лучше позвольте мне оформить заказ на настоящую яхту. Как насчет этого теперь?»*

Этот человек содействует продаже яхт на 25 млн. долларов, но я не думаю, что какая-либо из них продавалась таким образом. Конечно, нет. Когда человек получает рекламу, он не сталкивается ни с какими грубостями. Он получает письма с фотографиями новейших яхт с проворным намеком на то, как замечательно было бы забыть об офисе на несколько недель или на месяц, забыть о работе и отправиться в Круиз по Карибскому морю или к островам Южного моря, или куда-либо еще, где манят приключения.

После всего этого, первое время новая и особенно привлекательная яхта готова к пробному круизу. Мистер Проспект получает специальное письмо или телеграмму с чем-то подобным:

«Новая яхта Астербилт к пробному непродолжительному путешествию в следующий четверг 10ого числа. Мистер Астербилт устраивает специальную вечеринку на несколько приятных часов. Лодка покидает док Яхт Клуба строго в 10 часов. Р. С. В. Р.»

Мистер Проспект ответит? И особенно Миссис Проспект! Я представлю Вам три догадки. Когда они будут на борту вместе с большим количеством «больших бизнесменов» и их жен – потенциальных клиентов, как и они сами – для них все будет удобно? Говорю Вам – да. Это совершенное, роскошное судно.

Никаких грубостей. На самом деле, лодку показывают официальные лица компании. Каждая любопытная особенность вызывает у клиентов интерес, так же как в истории с продавцом автомобилей. Они осматривают салон, кабины, даже моторное отделение, такое чистое и аккуратное... Они становятся за штурвал, ощущают лодку, начинают обдумывать, что бы они сделали, если бы у них была такая вот.

И примерно тогда приходит человек с фотографией новой лодки, которую они строят для мистера Ван Спиффингена – чудесную лодку, но некоторые люди предпочитают немного большую скорость. И у мистера Проспекта есть возможность рассказать о своих предпочтениях. И как бы странно это ни было, у них в здании есть именно такая. Таковы планы. И перед тем, как он осознает это, мистер Проспект распишется в нужной графе и теперь является Покупателем. Скоро на яхте будет вечеринка в честь пробного путешествия. В чем разница? Продажа яхт проходит по-крупному, и чуть более искусно – вот и все. В сущности это снова зазывала и его помощники. И хотя способ может меняться, в каждой продаже необходимо применять психологию.

Особенно это относится к продажам по почте. Почему Вы должны покупать плащ у Джона Блэра, которого Вы никогда не видели, когда в паре кварталов от Вас есть прекрасный магазин, где Вы можете выбрать из целого ряда плащей, просмотреть столько, сколько Вам хочется, и если Вам не удастся найти идеально подходящий, можете воспользоваться старым. Зачем Вам испытывать трудности и рисковать, отправляя заказ по почте, когда можно запросто купить плащ недалеко от дома? Только по двум причинам: первая – Вы убеждены, что таким образом сэкономяте деньги. Вторая (важнейшая) – потому что Джон Блэр упростит все настолько, что Вам будет удобнее поступить так, чем купить плащ в соседнем магазине. И те же принципы работают в каждой продаже по почте. Просто рассмотрите несколько таких примеров удачных способов «поддержания этого импульса».

Не принимайте решения о покупке сейчас. Вы сможете сделать это позже. Просто отправьте обратно специальную БЕСПЛАТНУЮ ПРОБНУЮ Карту, в ответ Вам придет Blank machine, все расходы оплачены. Затем, после шестидневного тестирования – после того, как у Вас была тысяча шансов испробовать ее – если все не так, как мы сказали, отправьте ее обратно за наши деньги. Мы оплатим расходы в обе стороны. Можно ли доказать большую веру в Blank machine?

Позвольте мне просто показать, что это будет значить для Вас. Это не повлечет за собой никаких огромных обязательств

от Вас. Заполните карту и отправьте ее - вот и все. Остальное сделаем мы.

Поймите это для себя - рабочая одежда, питание, работа, ветеринарные счета - все это вы тащите на себе, и доставка стоит Вам денег. Эх, хорошенькая сумма!

Если Вы возьмете сейчас карандаш и заполните прилагаемую карту, мы расскажем Вам все о грузовых автомобилях Ford, как они повышают эффективность и снижают расходы людей в сфере Вашего бизнеса.

Только отправляйте прилагаемую карту сегодня. Это минимально Вас обязывает. Мы только рады продемонстрировать. Ничего плохого не случится, если Вы этого не сделаете.

Просто заполните прилагаемый купон и отправьте его. И в этом отделе будут готовиться образцы для продажи в следующую субботу. Помните, Вы ничем не рискуете. Все, о чем Вам следует думать - прибыль.

Это накладывает на Вас небольшое обязательство. Это просто дает нам шанс утвердить цифры, которые Вы можете проверить напротив стоимости, которую оплачиваете. В любом случае, мы всегда рады это сделать - получаем ли определенную работу или нет.

После тщательного осмотра и 10ти дней пробы, если Вы подтверждаете, что хотите Excelle, Тогда Вам нужно прислать нам всего лишь 5 долларов и счет с удобной оплатой на следующие 9 месяцев. Но если Вам не нужен Excelle, помните, Вы можете без вопросов вернуть его, так как не обязаны принимать эту бесплатную пробу таким образом.

Это не накладывает на Вас никаких обязательств. Если нам не удастся продемонстрировать, что заняться этим делом в Ваших

интересах, это сугубо наша вина. Просто отправьте нам карту и позвольте предоставить Вам факты. На Вашем лице должна появиться улыбка удовлетворения, иначе о какой продаже может идти речь? У нас гарантия на каждую машину. Могли бы Вы желать большего! Учитывая все это, Вы отправите прилагаемый бланк?

Возьмите с нас слово – проверьте – дайте нам возможность подтвердить Ваши требования. Используйте прилагаемую почтовую открытку. Заполните ее и пришлите нам.

Современная и актуальная лампа Аладдина скрывается в прилагаемой карте. Сотрите ее карандашом, и Ваше желание сбудется.

Помните, заказ – это возможность продажи Blank Вам. Нет продажи – нет обязательств – до тех пор, пока Вы не пользуетесь им в течение 30 дней и не будете довольны. Просто позвольте ему показать Вам, на что он способен.

Джону Джонсу, Председателю Правления огромной Ассоциации Национальных Банков однажды задали вопрос, как ему дается справляться с таким огромным количеством работы, требующей важных правительственных решений. *«Мне никогда не требуется больше часа на решение любого важного вопроса»*, – ответил он, – *«потому что сначала я обозначаю все факты, а время решать – пока все это свежо в голове.»*

Так как Вы склонны согласиться с прозвучавшим доводом мистера Джонса, мы отправляем для Вашего удобства форму для фиксации Вашего решения по поводу важных фактов, которые находятся перед Вами в этом письме. Вот прилагаемый проштампованный конверт с адресом для отправки обратно нам. Таким образом, Вы можете, не теряя ни минуты, получить первую прибыль от принятого решения.

Подпись и отправка прилагаемой карты накладывает на нас бремя доказательства, и влечет за собой никаких обязательств.

Я хочу сыграть свою роль. Хотите протестировать меня? Просто отметьте на прилагаемой карте размер шин Вашего автомобиля – и оценивайте результат!

Не откладывайте в сторону размышления об этом. Здесь нечем озадачиваться, потому что Вам не нужно отправлять пенни или обещать что-либо. В случае, если Вам не нравится Blank, отправьте его в конце недели. Все просто!

Все, что Вам нужно сделать, чтобы попробовать – это заполнить, подписать и отправить карту. Спустя 30 дней Вы можете вернуть Blank, если захотите.

Пользуйтесь этой машиной за наш счет на протяжении 10 дней. Если подойдет, оставьте ее у себя. Если нет, отправьте обратно нам. Отгрузка оплачивается грузополучателем.

Это тестирование в любом случае ни к чему Вас не обяжет и не будет стоить ни пенни.

Посмотрите на прилагаемой карте особые виды товаров, которые Вас заинтересуют? Делая это, Вы подтвердите получение нашего каталога, и также дадите нам право занести Вас в наш список.

И помните, книга бесплатна. Каждому из первой тысячи производителей, подписавшихся на Blank Magazine, мы вышлем копию с матерчатым переплетом книги, состоящую из 300 страниц, бесплатно. Два доллара, которые Вы заплатите за журнал, многократно вернутся Вам еще до того, как прочтете и половину из 12 статей.

Мы прилагаем письмо, которое написала нам Железнодорожная компания. Пожалуйста, возвратите его в прилагаемом

проштампованном конверте с указанным адресом и расскажите, что Вы думаете о нашем плане.

Просматривая страницы этого письма, Вы найдете подходящую открытку. Ваше имя и адрес на этой открытке подарят Вам пробники Morco Flavors. Эти сильные концентрированные ароматы в три раза более стойкие, чем обычные масла. Вам понадобится лишь одна треть обычного количества. Вот на чем можно отлично сэкономить.

Возьмите его домой. Пользуйтесь Quick-Lite в течение 10 дней. Если Вам не покажется, что это самый замечательный светильник из всех, которые Вы когда-либо видели, если он не соответствует всему тому, что мы рассказали, верните его дилеру, и он отдаст потраченные деньги. Мы представляем Вам предложение «10-дневный визит» в качестве абсолютной гарантии удовлетворения от покупки. Условия для этого не ограничены. Купите лампу. Пользуйтесь ей в течение 10 ночей. Если не захотите оставить ее у себя – если Вы будете продолжать пользоваться другими осветительными приборами – верните Quick-Lite дилеру и получите свои деньги.

Все, что Вам нужно сделать – написать свое имя на прилагаемой карте, пока бесплатное предложение об этой 10-томной книге актуально. Мы гарантируем Вам удовлетворение и восторг. Если Вы остались недовольны после получения книг, отправьте их обратно за наш счет. И если Вам пришлось потратить какие-либо деньги, мы вернем их.

Если вкратце, Ваш читатель заинтересовался, но еще не принял решения. Он колеблется писать имя в нужной графе. «Как-нибудь в другой раз!» «Завтра!» Это маленькое словечко «завтра» явилось причиной упадка испанского народа. Конечно, оно дорого стоило продавцам и тем, кто пишет рекламные письма. И больше, чем все остальные причины, вместе взятые, оно сорвало продажи.

Поэтому не упускайте свою возможность.

Глава 8

КАК УСТРОИТЬ В ПИСЬМАХ ЛОВУШКУ

Как хвост для бумажного змея, как штурвал для корабля, так и завершение для каждого важного письма. Кроме этого, это может быть замечательное письмо. Оно может правильно совпадать с мыслями читателя, завоевать его интерес, побудить его действовать, но если в нем не будет сказано, что нужно делать, если в нем не будет обозначено наказание в случае, если он этого не сделает, Ваши ожидания сорвутся, как рыба с крючка.

Существует всего лишь одна причина, по которой вообще когда-либо читаются письма. Человек ожидает награду. Это ключ к тому, чтобы поддерживать его интерес. Вы ведете его на протяжении всего письма, постоянно подогревая интерес, но всегда удерживая что-то для кульминации.

Вы подошли к ней. Делаете особое предложение. Читатель впечатлен. Он обещает себе, что сделает нужные выводы.

Но Вам нужно не это. Вам нужен заказ или оплата. Как этого добиться? Запустите импульс, как написано в последней главе. Хорошо! А если это не сработает, что тогда? Опишите наказание!

Существует всего лишь две причины, почему читатель поступит так, как Вы сказали ему в письме. Первая – **Вы заставили его хотеть что-то так сильно, что он забывает про свою инертность, чтобы добиться получения заказа.** Вторая – **Вы посеяли в нем страх, что он потеряет что-то стоящее, если не поступит так, как Вы сказали.**

Это может быть не плативший долги дебитор в страхе потерять кредитоспособность или заработать судебный иск. Это может быть покупатель, боящийся пропустить выгодную покупку. Это может быть торговец, не желающий пропускать Ваше предложение. Это может быть амбициозный юноша, боящийся потерять возможность успеха.

Но кроме того, что Ваше завершение письма посеет в читателе страх, что он упустит что-то стоящее, если не сделает так, как Вы ему велели, других результатов Вы не добьетесь.

Поэтому когда Вы собираетесь посеять страх, будьте определенным! Будьте особенным! Если угрожаете судебным процессом, скажите читателю, что пока Вы не получите от него перевод или удовлетворяющее объяснение к определенному числу, счет перейдет Вашему адвокату. Если собираетесь повысить цену и хотите оформить все возможные заказы по старым цифрам, определите точную дату повышения цен. Или если у Вас осталось лишь несколько моделей, скажите их точное число.

Это требует уверенности – как видно из двух следующих примеров:

Первого октября расценка Messenger достигнет 1 доллара за ряд. Если Вы разместите заказ до 30 числа, то сможете приобрести площадь, которую можно будет использовать в любое время до 1 января за 750 за ряд. После 30ого заказы по цене менее 1 доллара за ряд приниматься не будут. В действительности, наш оборот позволяет поставить стоимость в 1 доллар уже сейчас.

Не дайте этому письму покрыться пылью на Вашем столе. Отправьте прилагаемую бронь прямо сейчас или дайте указания рекламному агенту забронировать для Вас место, и будьте уверены в этой очень удачной сделке.

Осталось только 46 экземпляров! Успех нашего специального предложения превзошел все ожидания. Необходимо будет выпустить еще одно издание. Изменится стиль переплета. В противном случае оба издания будут одинаковы. Так как мы не хотим держать на руках два стиля, то предлагаем вам купить один из оставшихся 46 по старой цене, несмотря на то, что возросшая стоимость бумаги, печати и переплета заставили нас поднять цену на новые тома более, чем на 50%.

Заставьте читателя чувствовать, что это его последний шанс – заставьте наказание висеть в воздухе перед его глазами. Не выигранная экономия, упущенная возможность. Вложите в заключение страх перед последствиями.

Наконец, говорите ему, что делать. Не позволяйте ему решать. Все мы ментально ленивы, как Вы знаете, поэтому продиктуйте ему нужные действия. Если он намерен сделать определенные вещи, опишите их ему. Скажите ему написать имя на прилагаемой карте, или прикрепить чек или долларовую купюру к этому письму и послать обратно во вложенном конверте. Вот как некоторые успешно воплотили это в жизнь:

«Так, что мне теперь делать?» – вы спросите. Просто отправьте Ваш заказ лично мне. Просто скажите – «Сделайте костюм, как Вы обещали в письме.»

Если Вам нужны другие образцы или дальнейшая информация, мы будем более, чем рады предоставить это. Но сначала отправьте свой заказ. Помните, у нас есть материал, которого хватит только на 95 костюмов. Вы можете получить сшитый на заказ, качественный, хорошо сидящий костюм за 37.50 долларов вместо 75 долларов. Но для того, чтобы успеть, Вам следует поторопиться.

Не присылайте деньги после 1 числа. Если Вы все-таки это сделаете, их гарантированно вернут. Кроме того Вы заплатите 50 долларов вместо 40.

Я испытываю уважение к тем, кто делал заказы, когда наш проект был еще зеленым. Вот почему я предоставляю Вам это предложение. Вы были одним из первым наших заказчиков. Помните, никаких старых цен после 1ого числа. Все уже сейчас может стоить 50 долларов.

Такую замечательную возможность, конечно же, быстро расхватывают. Наши двери распахнутся в понедельник в 9 утра. Будет изобилие выбора, Вам не стоит откладывать время визита.

Если Вы заполните прилагаемый бланк и отправите его обратно, мы вышлем Вам несколько таких комплектов БЕСПЛАТНО. Но такое предложение должно быть рассмотрено до 30-ого числа этого месяца. Scholarship Blanks сейчас поступают по ставке, и очевидно, что все доступные комплекты к 30-ому числу разберут. Таким образом, необходимо высылать заказ как можно раньше.

Был огромный спрос, и осталось всего несколько копий, но одна из них может стать Вашей, если заполните и отправите прилагаемую карту.

Но Вы должны действовать сейчас. На руках осталось только 2700 экземпляров этой книги. Остальные будут издаваться по цене в два раза дороже. Поэтому прикрепите к этому письму деньги и отправьте нам сегодня.

Запомните: тому, кто сегодня сомневается, никогда не улыбнется удача. Люди, сделавшие миллионы на нефтяных

землях Техаса, это те, кто рисковал, бесстрашно двигался вперед, они сами себе судья – они не медлили.

Поговорка о том, что все приходит со временем, могла быть актуальна сто лет назад, когда у людей была масса времени ждать чего-то хорошего от жизни. Сегодня везет человеку, который к этому стремится. Прилагаемый бланк – это Ваша бронь чего-то хорошего в жизни. Теперь Вы отправите его – СЕЙЧАС?

Доказано, что в семи случаях из десяти среднестатистический бизнесмен читает первую строку абзаца обычного письма, это ощутимо не так у покупателей. Они скользят взглядом по середине, затем перепрыгивают на последний абзац, чтобы разобраться, о чем идет речь, и сколько это стоит. Поэтому существенно важно прятать ловушку в этот последний параграф.

Также помните, что успешное завершение письма состоит из двух частей. Первая – убеждение и приманка. Здесь раскрывается выгода читателя от заказа, и то, что он потеряет в случае промедления. Это подчеркивает гарантию и минимизирует стоимость.

Когда читатель добирается до этого момента, он практически готов действовать, но в Вашем завершении нет ловушки. Что нужно сделать читателю, чтобы все сработало? *Расскажите ему!*

Сделайте это настолько ясно и просто, чтобы у него не было оснований не делать заказ. Если так не поступите, Вы не закончили письмо. Не хватает когтей ловушки, читатель срывается с крючка под названием «почти готов» и уплывает обратно в состояние безразличия.

Глава 9

ШЕСТЬ ВАЖНЫХ ПРАВИЛ

Подводим итог.

Каждое хорошее письмо содержит 6 существенных элементов:

- 1. Введение**, захватывающее внимание читателя, совпадающее с ходом его мыслей и устанавливающее точку соприкосновения с его интересами, таким образом, возбуждающее его любознательность и заставляющее читать дальше.
- 2. Описание или объяснение**, которое обрисовывает читателю Ваше предложение. Сначала подчеркиваются важные вещи, затем они дополняются необходимыми деталями.
- 3. Мотив или причина**, создающая сильное желание того, что Вы продаете в голове читателя или побуждающее его действовать так, как Вам нужно, с помощью описания – не Вашего предложения, а то, что оно даст - комфорт, радость, прибыль.
- 4. Доказательство или гарантия**, которая представляет читателю подтверждение Ваших высказываний и вызывает доверие гарантией возвращения денег в случае, если товар не понравится.
- 5. Смысл рассказанной истории или наказание**, которое достигает немедленного эффекта, заставляя читателя задуматься о потере денег, престижа или возможности в случае, если он не станет действовать.
- 6. Заключение**, рассказывающее читателю, что и как делать, и упрощающее для него эту задачу.

Это правила для всех мужчин и женщин, которые учатся искусству написания эффективных писем. Спустя некоторое время всё это войдет в привычку. Эти пункты будут применяться на автомате. Вы можете даже смешать их все в один гуляш, так что новичку покажется, что их вовсе нет. Но они есть в каждом успешном письме.

Однако, правило – это только начало. В письме есть механизмы. Только здесь начинается настоящее написание писем. Помню первые письма о продаже, которые я писал. Я знал так мало о том, как правильно писать письма, сколько знает каждый, кто берется за пишущую машинку, чтобы выполнять свою работу. Но я был полон идей, и все они выплеснулись в том письме. Вот именно это и считается.

В то время я занимался горной инженерией в небольшом городке Пауеллтоне, штат Западная Вирджиния. У нас была необычайно богатая жила газового угля, которую называли пауеллтонским пластом, а также две сотни старых улейных печей, с помощью которых мы положили начало компании «Пауеллтонский кокс».

Как и все остальные шахты в районе, в бизнесе мы зависели от брокеров в больших городах. Они заключали контракты с крупными клиентами на значительные партии угля или кокса определенного сорта и затем делали заказ у той шахты, которая предлагала самую низкую цену, принося им наибольшую прибыль. В результате все шахты оказывались практически в одинаковом положении, независимо от качества их угля. В хорошие времена они специально завышали цену для рабочих и из-за нехватки рук и автомобилей могли работать только три или четыре дня в неделю. В плохие же времена они перебивали цену друг друга, чтобы получить эту небольшую прибыль, и работали только один или два дня в неделю.

Такой порядок вещей действовал в течение многих лет, как в наших шахтах, так и во всех остальных шахтах округа. И был повод думать, что это могло продолжаться бесконечно, как, фактически, это и происходило со многими шахтами округа.

Но от частых размышлений у нас однажды появилась идея столь очевидная, что вы зададитесь вопросом, почему мы не подумали об этом раньше. Идея заключалась в следующем: **наш газовый уголь и кокс были очень высокого качества.**

Наверняка должны были быть задачи, с которыми наш уголь и кокс справились бы гораздо лучше, чем любые другие их виды. Если бы мы могли определить эти задачи, предприниматели, нуждающиеся в угле и коксе, платили бы любую цену именно за наш продукт, и помимо получения большей прибыли, мы бы прекратили зависеть от прихотей брокеров и были бы уверены в регулярном объеме заказов, независимо от того, какие наступали времена: хорошие или плохие.

Итак, мы начали экспериментировать и пришли к выводу, что для выработки газа у нас определенно был лучший уголь в округе. Беря за основу расчетов кубический фут произведенного газа, не говоря уже о побочных продуктах, любая газовая компания могла позволить себе заплатить на 25-33% больше за наш уголь.

Это было именно то, что нужно. С этого момента каждая газовая компания в пределах радиуса нескольких сотен миль была нашей целью. Мы не принимали во внимание стандартные цены за тонну, основывая наши аргументы на том, сколько кубических футов газа получалось из каждого фунта угля, и сколько этот газ стоил, включая цену за доставку угля.

* * * * *

Сколько вы платите за кубический фут вашего газа? [было главной идеей наших писем]. Если мы расскажем, как сократить расходы на четверть, заинтересует ли вас это настолько, что вы решите это испытать? «Топливная компания Цинциннати» сократила свои расходы даже больше, и вот цифры, приведенные в письме их руководителя. [Здесь мы цитировали точные цифры и затраты]. «Банковская компания

Индианаполиса» и ...[здесь мы упоминали четыре или пять других компаний хорошо известных в данной отрасли] также имеет подобный опыт. Мы будем рады послать Вам точные цифры от каждого нашего клиента, если вам будет интересно.

Но лучше любых расчетов других заводов будет возможность провести ваши собственные расчеты на вашем заводе. Отправьте вложенную карту, без денег. Получив ее, мы вышлем Вам партию пауеллтонского очищенного газового угля стандартного качества.

Испытайте его. Испытайте его любым желаемым способом. По окончании испытания отметьте, сколько газа Вы получаете из фунта угля, и сколько этот газ стоит! Если Вам не покажется, что пауеллтонский уголь сэкономил Вам, по крайней мере, 25%, то та партия, которую мы послали, не будет стоить Вам ни единого цента. Но если Вы действительно поймете, что можете сэкономить от 25 до 33% стоимости вашего газа, тогда мы заключим с вами контракт на весь объем газового угля, который вы используете в течение следующего года, по цене 1,25\$ за тонну, франко-борт, Пауеллтон, Западная Вирджиния. Помните, если нет экономии, то не нужно и платить. Но если мы сэкономим для вас 25 %, то заключаем контракт. Идет?

* * * * *

Я не знал ни единого правила составления писем. Я бы не увидел разницы между основным доводом и фразой, разрушающей все. Но я переполнялся энтузиазмом по поводу нашей идеи, и этот энтузиазм, должно быть, пронизывал письма, поскольку мы получали очень много заказов от газовых компаний, и он побуждал нас выполнить каждый. И что самое главное, компании продолжали с нами сотрудничать. Когда я уехал из Пауеллтона, в наших списках все еще числилась практически каждая газовая компания, которую мы когда-либо вносили туда.

Иногда кто-то, конечно, уходил от нас, соблазненный заманчивыми предложениями. Когда подобное случалось, мы ничего не говорили, просто добывали несколько стандартных образцов угля другой компании и посылали их в лабораторию вместе с нашими образцами для проведения сравнительного теста. Когда приходили результаты, исходя из них, мы рассчитывали стоимость угля и финальную стоимость кубического фута газа и посылали результат без каких-либо комментариев руководителю или другому представителю этой газовой компании. В большинстве случаев такая компания снова становилась нашим клиентом.

Когда проблема с углем была решена, мы приступили к поиску подобного решения и для кокса, поскольку газовые компании предпочитали очищенный уголь, а это означало, что весь неочищенный и мелкий уголь доставался нам.

Разумеется, мы часто проводили анализ нашего кокса и знали, что в нем было особенно низкое содержание фосфора, серы и золы. Таким образом, мы решили выяснить, в какой сфере литейной промышленности эти качества считались самыми ценными.

Скоро мы узнали, что для производителей стальных рельсов фосфор был настоящим проклятием. Поэтому было немного трудно убедить компанию «Ашлендская сталь» в том, что кокс с таким низким содержанием фосфора, как наш, стоит на 25 центов за тонну больше, чем любой другой, который можно купить. Казалось бы, 25 центов за тонну это немного, но когда вы умножаете эту сумму на шестьдесят - девяносто тонн в день, а именно столько требовалось компании «Ашлендская сталь», то это вполне могло влететь в копеечку.

Это было хорошим началом, поэтому весьма воодушевленные мы стали наводить справки о других компаниях. В производителях печей и плит мы нашли возможных клиентов, которых сера беспокоила так же, как металлургическую компанию фосфор. В тонкой отливке, которая была необходима в производстве печей и плит, наличие серы означало появление пузырей и трещин, и требовало таких больших затрат, что никакие низкие цены бы не помогли.

Но производители печей находились по большей части довольно далеко от нас, и там были доступны производители кокса с таким же низким содержанием серы, как и у нас. Чтобы начать сотрудничать с ними, помимо ценового фактора, мы должны были найти аргумент более убедительный, чем низкое содержание фосфора.

Мы работали над этой проблемой в течение достаточно долгого времени, говорили с различными производителями, чтобы получить сведения об их проблемах, изучили многочисленные книги по этому вопросу и, наконец, наткнулись на ответ почти случайно.

Случилось так, что мы рассчитывали на большой контракт с компанией «Плиты и печи Бакса» из Сент-Луиса. Это была одна из наиболее успешных компаний, которой нужно все только самое лучшее, независимо от цены. Поэтому прежде, чем заключить контракт, они купили партию кокса у каждого из полдюжины предприятий, чьи результаты анализов и предложения говорили об их шансах на выигрыш.

Мы послали им партию и намеревались отправиться в Сент-Луис, чтобы быть на месте, когда будет принято решение о заключении договора. Это планировалось сделать на тот случай, чтобы мы могли, если бы нам показалось это уместным, в последнюю минуту скинуть 10-15 центов за тонну, чтобы перетянуть чашу весов в нашу сторону. И вдруг внезапно, без какого-либо уведомления, почтой прибыл контракт с указанием нашей первоначальной цены!

Сказать, что мы были приятно удивлены – это ничего не сказать. Но мы не позволили ни нашей радости, ни нашему удивлению помешать осознанию того факта, что это и было, вероятно, решением нашей проблемы. Если наш кокс так хорошо прошел сравнительный тест, что мы без труда заключили контракт с компанией «Плиты и печи Бакса», обойдя лучших производителей кокса и лучших

продавцов в Коннелсвилле, значит, в нашем коксе должно быть что-то особенное, что известно любому производителю печей. И мы не стали тратить время на поездку в Сент-Луис, чтобы узнать, что же именно это было.

И вот то, что мы выяснили: из-за высокого содержания углерода и низкого содержания пепла пауеллтонский кокс сторал при температуре, которая могла расплавить гораздо большее количество железа, и имел структуру, которая поддерживала феноменальный вес. Так что в итоге, если одна единица хорошего кокса могла расплавить восемь или девять тонн железа, то единица нашего кокса плавил пятнадцать тонн! Из расчета цены кокса в 7 долларов за тонну выяснялось, что компании «Плиты и печи Бакса», чтобы расплавить тонну железа с помощью обычного кокса требовалось 80 - 90 центов, тогда как при использовании пауеллтонского кокса это стоило им только 47 центов! Вас еще удивляет, почему они сделали у нас заказ без переговоров и торгов?

Проблема была решена, как это часто бывает, без каких-либо усилий с нашей стороны. Господь помог нам тем, что дал уголь, а вместо поддержки нас нужно было наказать для того, чтобы мы перестали наживаться на специфических преимуществах наших продуктов.

Но мы были слишком счастливы от того, что нашли решение, чтобы волноваться по поводу того, что осталось в прошлом. Нам потребовались примерно три дня, чтобы отправить письма каждому производителю печей в пределах пятисот миль от нас. Не забывайте, это происходило в 1907 или 1908 году, когда имя Брайан все еще было на слуху.

Когда Билл Брайан впервые привел в действие свою программу «16 к одной», ожидавшие этого производители и бизнесмены назвали ее бессмысленной и непрактичной, считали, что она не будет работать.

Поэтому когда Билл Смит, глава компании «Плиты и печи Бакса» из Сент-Луиса, гордо зашел в кабинет президента с докладом «о переплавке 15 к одной», неудивительно, что он встретился лишь со скептицизмом со стороны президента.

"Вы путаете политику с расчетами вашего литейного бизнеса!"- заявлял глава государства. Билл может и не обладал таким красноречием, как его тезка, но никто никогда не смог бы сказать, что он уходит от спора. Таким образом, в результате президент согласился использовать его программу в следующий раз.

И, конечно же, расчеты Билла оказались верны! Они не сравнились бы с «16 к одной» Брайана, но эта программа приравнивала 15 тонн железа к одной тонне кокса!

Конечно, Билл скромно отказывается от своей заслуги. *«Любой мог сделать это с тем коксом»,* - говорит он.- *«У него такая структура, что можно было бы построить Эйфелеву башню. А что касается фосфорных пузырей, то это совершенно для него не типично».*

Вот причина, почему «Пауеллтонский кокс» получил контракт с компанией «Плиты и печи Бакса» в том году после непосредственного соперничества и

тестирования всех качественных видов кокса на рынке. По этой же причине компания «Печи Галлиполиса», «Плиты Хантингтона» и десятки других пользовались продукцией «Пауеллтонского кокса» в течение многих лет.

Конечно, некоторые иногда уходили. Мы не можем противостоять заманчивости низких цен, но когда клиенты начинали рассчитывать стоимость их кокса в количестве расплавленного железа, как сделала компания «Плиты и печи Бакса»; когда они понимали, что при таком расчете пауеллтонский кокс стоил всего лишь 47 центов за тонну расплавленного железа по сравнению с 80-90 центами у любой другой марки, и когда они добавляли к этому стоимость отходов из-за серы и фосфора, они всегда возвращались. И проходило много времени, прежде чем они уходили снова.

Если вы рассчитываете стоимость кокса не по установленной цене, а по тоннам расплавленного им железа, если вы покупаете продукт с высоким теплосодержанием углерода, а не серу, пепел и фосфор, то у нас есть некоторые расчеты, которые заинтересуют вас.

Стоит ли нам послать их вам?

То письмо принесло нам прибыль. В течение какого-то времени мы практически обладали монополией на обслуживание производства печей и плит в нашем районе. Мы не владели регионом полностью, потому что хорошая структура кокса зависит в значительной степени от навыков его производства, а владельцы других печей с правильным видом угля преуспели в производстве кокса почти такого же хорошего качества, как наш. Проведя тщательные исследования, они нашли способы загрузить печь так, чтобы их кокс плавил примерно столь же большое количество железа, как и наш.

Но не думайте, что мы почивали на лаврах, или играли в гольф все это время. Мы поняли, что не пройдет много времени прежде, чем кто-нибудь выйдет на наш уровень. Поэтому мы попытались продумать, по крайней мере, один хороший шаг вперед.

Мы изучали не только наш уголь и кокс, но и различные способы очистки угля и производства кокса. Мы пытались осуществлять более длительные и более кратковременные периоды приготовления продукта, загружая духовки в большей или меньшей степени - делали фактически все, что нам приходило в голову, чтобы улучшить нашу продукцию.

И мы не остановили работу над нашим собственным продуктом. Было проведено несколько экспериментов по более эффективному использованию нашего угля и кокса. Мы никогда не слышали о правиле, что в письме должно говориться не о самом продукте, а об удовольствии или прибыли, которые ваш клиент получит от него. Однако получив богатый опыт, мы узнали, что уголь и кокс были своеобразными наркотиками на рынке и могли быть проданы только на ценовой основе, тогда как кубические футы газа, или тепловые единицы пара, или расплавленные тонны железа продавали сами себя.

В соответствии с нашей идеей сделать все возможное для усовершенствования продукта, мы приобрели несколько книг по искусству ведения переписки и применили принципы, обрисованные в них в общих чертах, к нашим письмам. Я помню первый набор книг, которые мы получили. Это была *«Библиотека деловой переписки»* от издательства «Систем». Три тома, которые стали нашей Библией для работы с прямыми почтовыми рассылками. Оглядываясь назад, я не думаю, что мы смогли бы найти лучшую основу для наших исследований. Бесспорно, это помогло нам продать много тысяч тонн угля и кокса, и без этого, возможно, наши продажи бы снизились. Я думаю, что сейчас те книги не издаются, но существует еще *«Прикладная деловая переписка»* Герберта Уотсона, и я полагаю, что она помогла узнать, как использовать письма для получения прибыли, большему количеству людей, чем любой другой набор книг, когда-либо изданный.

Джон Блэр, основатель компании «Новый процесс» в Вартене, штат Пенсильвания, однажды сказал мне то же самое. Его освоение искусства написания хороших писем началось с того же самого набора из трех книг. После этого он очень быстро научился некоторым приемам самостоятельно.

Вернемся к работе: начиная с 1907 или 1908 и в течение пяти лет мы продали фактически все продукты наших шахт и печей по почте. Мы написали множество различных писем и объявлений, предлагая любые варианты сотрудничества, основанные на единственном предложении. Но, к сожалению, моя книга писем была потеряна несколько лет назад, а компания тогда перешла к другому владельцу, таким образом, единственный образец, который я могу показать, является письмо, о котором говорилось выше.

Это было приблизительно в то же время, когда мне посчастливилось встретить Томаса Х. Бека, тогда заведующего отделом продаж, теперь президента компании «Коллиерз». Он был заведующим отделом продаж продукции «Айвори соуп» компании «Проктор энд Гэмбл», где ему пришла в голову идея, такая же революционная, как наша идея о продаже кубических футов газа и расплавленных тонн железа.

Мыльные хлопья, кажется, продавались прачечным в бочках по весу. Одну бочку мыла считали равной другой, таким образом, продажи основывались почти полностью на цене. Тогда Тому Беку пришлось в голову проанализировать мыльные хлопья «Айвори соуп», сравнить результаты тестов, проведенных в их лаборатории, продукции всех конкурирующих марок. Какого же было его удивление и восхищение, когда выяснилось, что продукция конкурентов содержала примерно 15% воды, тогда как в «Айвори соуп» было всего лишь 5%!

Если бочка мыла стоила 2\$, то прачечная могла бы заплатить за «Айвори соуп» 2,20\$ и получить фактическое содержание мыла за ту же самую цену за фунт, которую она платила конкуренту. Если кроме этого она платила 1\$ за перевозку или доставку бочки, то выходило, что конкуренты «Айвори соуп» получали на 10 центов больше.

Тому Беку потребовалось не больше тридцати секунд, чтобы осознать возможности, которые это открывало. Как только стало возможно, он начал посылать письма в каждую прачечную в его районе, спрашивая, что они покупают: мыло или воду, предполагая, что, возможно, было бы проще использовать свою собственную воду из крана, вместо того, чтобы привозить ее с фабрики и к тому же оплачивать ее по стоимости мыла.

Сказать, что это произвело фурор среди производителей мыла - не сказать ничего.

В конечном итоге, это позволило ему начать гораздо более плотно работать с Кольерами, а мне узнать человека, которому я смог рассказать об идее продажи книг Кольера почтой. Идею, которую я долго вынашивал.

Об этом мы поговорим в следующей главе.

Глава 10

КАК ВСЕ ЭТО НАЧИНАЛОСЬ

Компания «Кольер и сыновья» издавала книги с 1885 года, распространяя их через продавцов, рассредоточенных по 37 филиалам.

За два или три года до 1913 они совершили 6 различных попыток в продаже книг по почте – все безуспешно. Один человек потратил 25 тысяч долларов и продал 18 комплектов книг. Поэтому когда я без знаний о торговле книгами и опыта, кроме нашего угля и кокса, заявил, что у меня есть идея, дающая надежду на успешную продажу, власть имущие только посмеялись. И это неудивительно.

Случилось так, что Кольер был моим дядей. Он нес ответственность за мое образование. Но он всегда говорил, что не возьмет меня в бизнес до тех пор, пока я не придумаю и не представлю что-либо, чего не будет нигде. По этой причине я никогда не пытался попасть на место рядом с Кольерами. Но теперь мне казалось, что появилась идея, которой они смогут воспользоваться. Поэтому я пытался продать ее им.

Я обнаружил в Томе Бэке благосклонного слушателя, и, так как Procter & Gamble была крупным потребителем угля, Том видел множество писем нашей компании и полностью одобрял их идею. Таким образом, с помощью него и вице-президента Дж. Кеннеди я наконец-то продал им идею о полугодовой проверке.

Можете быть уверены, это не имело никакой значительной базы. Мне должны были платить 25 долларов в неделю и 5% с каждой продажи, которую я осуществлял по почте. Оставить хорошую, безопасную, оплачиваемую работу ради неопределенного шанса, с радужной надеждой на большое количество заказов... Но я был молод, одинок и достаточно глуп, чтобы знать, что может произойти. Поэтому воспользовался шансом.

К своему счастью, я нашел хорошего наставника Кольера в лице Брюса Бартона. Тогда он был помощником менеджера по продажам в сфере рекламы. Помогать мне совсем не входило в его обязанности, но он взялся за это. И благодаря его предложениям и доброй критике я чувствовал, что самые первые наши письма обладали совершенным успехом. Насколько совершенным Вы можете понять из того, что прибыль от первых шести месяцев составила 34,5%. А я заработал так много денег на комиссии в 5%, что условия были отменены, и я стал получать хорошую зарплату.

Кольер уже почти 6 лет продавал "Гарвардских классиков" – знаменитую «книжную полку длиной в пять футов», созданную Доктором Элиотом. Это был у них самый ходовой товар, поэтому, разумеется, я и начал с него. Однако их коммивояжеры охватили продажами все большие города, поэтому мои усилия следовало направить на маленькие городки и села. Даже после того, как мы доказали, чего можно достичь с помощью писем, Кольеры никогда не забывали, что их торговый дом создан коммивояжерами, и они не позволяли нам с нашими письмами помешать продажам, совершаемым коммивояжерами.

Именно по этой причине я ушел от них через пять лет – чтобы получить больше свободы действия, но пока что это было для меня лучше любых университетских курсов повышения квалификации.

Там был Том Бэк, один из тех коммивояжеров-профессионалов, которые встречаются раз в жизни. Он мог продать любому человеку или группе людей практически все что угодно. Я видел, как он встречался с людьми, бывшими противниками его идей, а после встречи все они становились его сторонниками, и каждый из них теперь уже одобрял его планы. Вы могли не соглашаться с ним – но не могли противостоять ему. У вас возникало такое чувство: *«Да, это неосуществимо, но если за это берется Том Бэк, он добьется успеха у публики!»*

Затем Брюс Бартон – на равных с любым из писателей-рекламистов. Он обычно описывал в общих чертах схему своей рекламы, а затем давал мне ее заполнять. Это являлось гуманитарным образованием в области написания рекламы.

Следующий – Джордж Кеннеди, который начал накапливать опыт работы, звоня в двери и собирая по 50 центов ежемесячных взносов по платежам за Диккенса, Теккерея или каких-то старых оригинальных томов, выпущенных торговым домом Кольер. Он был в бизнесе почти так же долго, как и сам Р.Ф., а Р.Ф. Кольер был именно тем человеком, который организовал продажу книг в рассрочку в этой стране!

То, чего не знал Джордж Кеннеди о том, как заставить должника расстаться с деньгами, которые ему не хотелось отдавать, наверняка было известно очень немногим.

Я начал работать в фирме Кольер первого июля 1913 года. А уже девятого августа мы разослали наши первые рекламные письма.

Они состояли из иллюстрированного четырехстраничного письма, первая и четвертая страницы которого содержали само письмо, а на внутренних страницах размещались иллюстрации и рекламное объявление.

Письмо было отослано по тарифу первого класса без вложения, и к нему прилагалась почтовая карточка с маркой. Включая почтовые расходы, все это стоило нам около 4-х центов. Можете мне поверить, мы ждали ответов на эти рекламные письма со страхом и трепетом. Мы отправили 10 000 таких писем, в основном, по книгам-лидерам продаж, залежавшимся уже 1 или 2 года, и побывавшим в руках двух или нескольких коммивояжеров, книги эти были возвращены как не пользующиеся спросом.

Когда заказы начали возрастать благодаря этим книгам – старым лидерам продаж, коммивояжеры, отказавшиеся от них, – и весь отдел продаж – внезапно заинтересовались ими. Потому что наше первое письмо, касающееся этих старых отказных запросов, принесло 4,5 процента заказов на комплект книг стоимостью 39 долларов! Четыре с половиной процента означали, что с учетом 4-х центов, затраченных на каждое письмо, наши заказы стоили нам меньше 1 доллара

каждый. Можете представить такое для комплекта книг за 39 долларов? Не удивительно, что наши доходы за эти шесть месяцев составили 34,5 процентов!

Беда в том, что эти старые отвергнутые книги-лидеры продаж вскоре закончились, а после этого коммивояжеры уже не отдавали их с такой готовностью. Но пока они еще оставались, «собирать урожай» было легко. Вот первое письмо, которое мы составили для их продажи:

Если Д-р Элиот, президент Гарвардского университета, сказал бы вам –

«Приходите ко мне домой сегодня вечером. Я хочу показать вам кое-какие книги, которые, я уверен, вам понравятся; они интересны, занимательны, и в то же время они дадут вам основы гуманитарного образования, даже если Вы будете уделять чтению этих книг всего пятнадцать минут в день».

Вы бы пошли, не правда ли, и на следующее утро бы поспешили достать копии этих книг. Вот это и было в действительности сделано Доктором Элиотом. Читая, изучая, набираясь опыта в своей жизни – при этом в течение 40 лет являясь президентом Гарвардского университета – он выбрал "книжную полку длиной в пять футов", содержащую не так уж много книг, и только те из них, которые реально важны для американцев XX века.

Только 15 минут в день, и потом...

Вот что он говорит вам: *«Я верю, что добросовестное и внимательное чтение этих книг даст каждому человеку основы гуманитарного образования, даже если он уделяет чтению всего пятнадцать минут в день».*

Задумайтесь об этом – основы гуманитарного образования под личным руководством Доктора Элиота, который обучил и сделал успешными множество людей, являющегося в настоящее время большим авторитетом в области книг и чтения, чем любой другой человек в мире. Какие другие книги или кто еще могли бы дать вам так много?

Работа Доктора Элиота завершена. Вы должны хотя бы посмотреть на результат – плоды его 40-летнего опыта работы в качестве президента Гарвардского университета. Они не просто являются продуктом его гения – они являются законченными высказываниями человеческой расы.

Просмотрите книги в течение недели – за наш счет.

Не посылайте нам ни цента. Просто опустите прилагаемую карту в почтовый ящик, и полный комплект "Гарвардских классиков" будет выслан Вам из нашего ближайшего филиала ЗА

НАШ СЧЕТ. Оставьте книги у себя на неделю; просмотрите их; читайте их; наслаждайтесь ими. Мы не будем убеждать Вас купить их ни тогда, ни сейчас.

Потому что мы понимаем, Вы сами должны решать, нужны ли Вам эти книги. Если захотите оставить их себе, можете выбрать любой платеж, можете даже платить по 2 доллара в месяц; если нет, сможете вернуть их за наш счет в конце недели без всяких проблем.

Это Ваш шанс воспользоваться замечательными знаниями и опытом Доктора Элиота и подготовиться к жизни. Вы должны хотя бы УВИДЕТЬ И ПОСМОТРЕТЬ библиотеку, которую он выбрал для того, чтобы направить Вас на путь, ведущий к еще большему, всеобъемлющему успеху. Почтовая карточка доставит эти книги Вам, расходы будут заранее оплачены. Просто напишите на ней свое имя и бросьте в почтовый ящик.

Но помните, в великой книге Времени есть только одно слово – «СЕЙЧАС» – поэтому бросьте карточку в почтовый ящик сейчас.

Искренне ваш,

На внутренних страницах письма слева была изображена большая пачка книг, положенных одна на другую, пока они практически не закрыли здания Гарвардского университета на заднем плане. А справа – аккуратная линия "книжной полки длиной в пять футов", за которой изображены здания Гарвардской библиотеки. Основную идею выражала цитата из Эмерсона: *«В Национальной библиотеке Парижа – миллион книг. Человек мог бы читать с рассвета до заката в течение пятидесяти лет и умереть еще только в первой нише».*

И что же он получил бы в результате своего пятидесятилетнего чтения? Набор разнородных фактов, не соотносящихся между собой, не представляющих особой ценности ни для кого и ни для чего. С другой стороны, читая "Гарвардских классиков" только пятнадцать минут в день, человек получил бы правильное представление обо всем изученном – а именно, получил бы гуманитарное образование.

После того, как наше первое письмо имело такой успех, мы попробовали ряд других, чтобы определить, сколько повторных рекламных писем мы способны отправить с выгодой для себя по этим старым книгам-лидерам продаж. По этой серии писем мы в конце концов рассчитали, что второе письмо принесло нам прибыль в 2,5 процента, третье – 1,5 процента, четвертое – 1 процент, а последнее – 2 процента.

Вот письмо № 2. В него мы вложили рекламный проспект. К этому прилагалась почтовая карточка.

Посмотрите ли Вы "Гарвардских классиков" – «книжную полку длиной в пять футов» д-ра Элиота, если мы отправим Вам комплект книг за наш счет НА НЕДЕЛЮ?

Мы не просим Вас решать сейчас, оставить ли этот комплект у себя. Все, что мы хотим – чтобы Вы посмотрели книги в течение недели у себя дома – посмотрите, какие замечательные горизонты они открывают перед вами – судите сами, стоит ли платить по 7 центов в день за то удовольствие, пользу и развитие интеллекта, которое они приносят.

Мировая цивилизация на полке!

В течение многих лет Доктор Элиот чувствовал, что все книги, действительно важные для американца XX века, могут уместиться на «полке длиной в пять футов». Когда после 40 лет работы в качестве президента Гарвардского университета он распростился с активной работой, то поставил себе задачу отобрать из бесчисленного количества написанного и сказанного за последние пять тысячелетий лишь немногие произведения величайших мыслителей во всех областях, которые наиболее живо отображают мысли и достижения человеческой расы с начала мира.

В результате без преувеличения получилось поставить всю мировую цивилизацию на одну книжную полку. Из многих произведений величайших мыслителей Доктор Элиот выбрал те несколько характерных работ, охватывавших их основные идеи, наилучшим образом выражавших главные мысли. Он предоставил Вам возможность получить лучшие произведения каждого из них, не загружая при этом полки всеми произведениями всех мыслителей.

Только пятнадцать минут в день.

И вот что Доктор Элиот говорит Вам: «Я верю, что добросовестное и внимательное чтение ЭТИХ КНИГ даст каждому человеку основы гуманитарного образования, даже если он сможет уделить чтению всего пятнадцать минут в день».

Задумайтесь об этом! ОСНОВЫ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, тратя всего пятнадцать минут в день, под личным руководством Доктора Элиота, лучшего учителя и величайшего авторитета в области книг и чтения во всем мире. Какие другие книги или кто еще могли бы дать вам так много?

Экономия для Вас составит 433 доллара 5 центов.

В "Гарвардских классиках" пятьдесят томов, а в них содержится 418 законченных произведений трехсот величайших писателей, которые когда-либо были известны в нашем мире. Если бы Вы купили эти тома не в комплекте, а по отдельности, даже в самых дешевых изданиях и переплетах, эти 418 произведений обошлись бы Вам в 472 доллара 5 центов. Мы же предлагаем их в переплетах из шёлковой ткани с золотым теснением, подстрочными примечаниями, справочником и энциклопедическим указателем на 76000 статей, всего за 9 центов за каждое из 418 произведений – 39 долларов за полный комплект из пятидесяти томов. Вы сможете вносить платежи так, как захотите – даже всего по 2 доллара в месяц.

Справочник ссылок.

Юристы говорят нам в своих процессах, редакторы в передовицах, священники в проповедях, а бизнесмены в редких беседах, что они начинают зависеть в удивительной степени от ключа к мировой сокровищнице мысли.

Видите ли, это не просто предоставляет Вам самые лучшие мысли Мастеров всего мира по важнейшим темам, но каждая мысль, каждая эпоха, каждый предмет, даже слегка затронутые в этих книгах, могут быть мгновенно найдены с помощью замечательного указателя, приложенного к 50-му тому – указателя, содержащего 76000 ссылок.

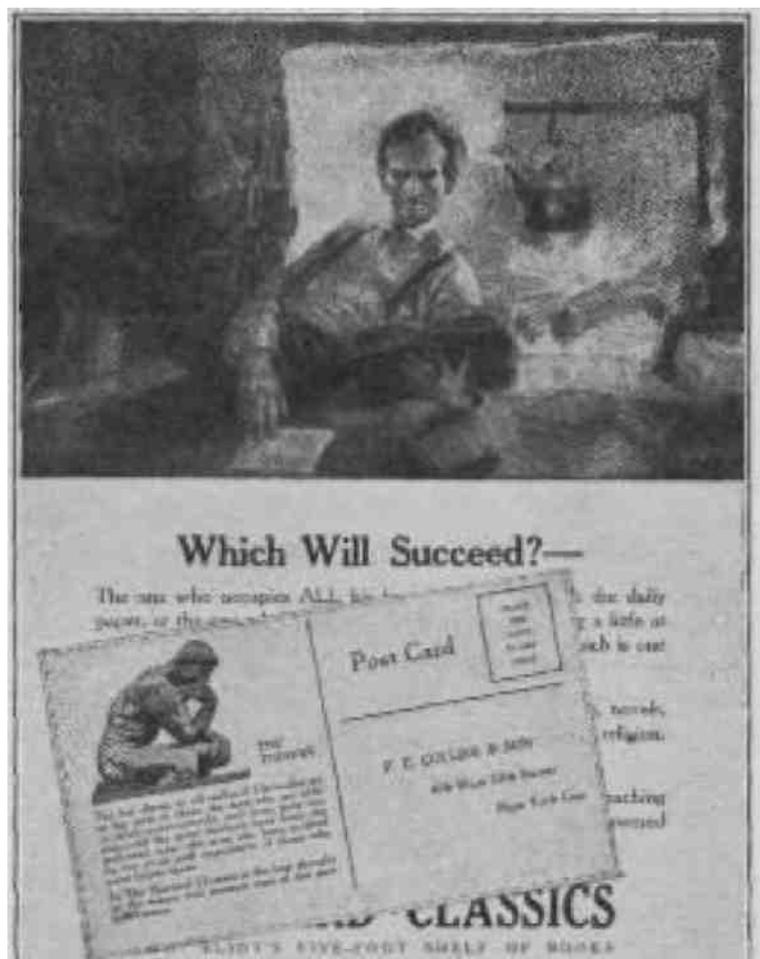
Посмотрите книги в течение недели-----за наш счет.

Не присылайте ни цента. Просто опустите прилагаемую карту в почтовый ящик, и полный комплект "Гарвардских классиков" будет отправлен Вам из ближайшего филиала ЗА НАШ СЧЕТ. Оставьте их у себя на неделю; просмотрите их; читайте их; наслаждайтесь ими. Мы не будем убеждать Вас купить их, ни тогда, ни сейчас. Потому что мы понимаем, Вы сами должны решать, нужны ли Вам эти книги. Если не захотите оставить их себе, Вы сможете вернуть их в конце недели без каких-либо проблем за наш счет.

Письмо № 3 вошло в эту серию позже, после начала мировой войны. Как и два предыдущих письма, оно было выстроено вокруг одной идеи, сформулированной Карлайлом: *«Все дела, мысли, достижения человечества лежат в магическом хранилище книжных страниц»*. Но для того, чтобы найти хорошие книги, нужен

руководитель, и Доктор Элиот, президент Гарвардского университета в течение 40 лет, стал для нас настоящим руководителем.

Вложение в письмо, следовавшее за этим, в известной мере добавляло привлекательности – и действительно, мы уже по своему опыту знали, что хорошее рекламное объявление увеличит притягательную силу почти любого письма на 25-33 процента. За рекламным проспектом следует карточка заказа – такая же, как и в повторном рекламном письме № 2, за исключением объявления на внешней стороне.



Книги из этого комплекта явились завершающим достижением Доктора Чарльза Уильяма Элиота в области образования, представляя результаты его чтения, учебы и преподавания в течение всей жизни, 40 лет из которой он был президентом Гарвардского университета. Они содержали такую мировую литературу, которая расширяет горизонты и умственный кругозор и дает возможность занятому американцу XX века действительно стать начитанным и осведомленным, затрачивая всего несколько минут в день.

Мировая цивилизация на книжной полке.

В "Гарвардских классиках" пятьдесят томов, они содержат 418 законченных произведений, написанных тремя сотнями

величайших писателей, которые когда-либо жили на свете. Из бесчисленного количества написанного и сказанного за последние пять тысячелетий Доктор Элиот отобрал эти немногие произведения величайших мыслителей во всех областях, наиболее живо отображающие мысли и достижения человеческой расы с начала мира.

Посмотрите книги в течение недели – за наш счет.

Не посылайте нам ни цента. Просто опустите вложенную в письмо карточку в почтовый ящик, и полный комплект "Гарвардских классиков" будет выслан из нашего ближайшего филиала ЗА НАШ СЧЕТ. Оставьте книги у себя на неделю; просмотрите их; читайте их; наслаждайтесь ими. Мы не будем убеждать Вас купить их, ни тогда, ни сейчас, потому что мы понимаем, Вы сами должны решать, нужны ли Вам эти книги. Если не захотите оставить их себе, **сможете вернуть их в конце недели без лишних вопросов за наш счет.**

Но война?

Просто вспомните, что недавно написал президент Вильсон, величайший из известных миру мыслителей, президенту Западного колледжа, который спросил его, должны ли закрываться наши колледжи и надо ли на это время забыть об общем образовании.

«Ни в коем случае наши школы и колледжи не должны закрываться на время войны, и ни в коем случае мы не должны отказываться от общего образования. Никогда за всю историю так не нужны были образованные, культурные мужчины и женщины, как будут они нужны в последующие несколько лет для проведения работ по реконструкции и установлению мира».

Это ваш шанс воспользоваться замечательными знаниями и опытом Доктора Элиота, чтобы подготовить себя к решению послевоенных проблем. Вы должны хотя бы УВИДЕТЬ И ПОСМОТРЕТЬ библиотеку, которую он выбрал для того, чтобы направить Вас на путь, ведущий к еще большему, всеобъемлющему успеху.

Почтовая карточка доставит эти книги к вашей двери, расходы будут заранее оплачены. Просто напишите на ней свое имя и бросьте ее в почтовый ящик.

Но помните, в великой книге Времени есть только одно слово – «СЕЙЧАС» – поэтому бросьте карточку в почтовый ящик сейчас.

Искренне Ваш,



The Margin that made Garfield President

DO YOU remember President Garfield? A rival student at School. His recitations. He puzzled. He was really the best. He was the one who really made the difference. He was the one who really made the difference.

EXAMINATION CARD

By _____

The _____

by _____

his _____

just such Margins

The margin between success and failure is often exceedingly small. It is not so much a matter of great natural ability as of what you have done to develop your ability.

Success—the ability to get things done, to persuade and convince others, depends very largely upon your breadth of mind, upon your power to probe for real causes, and the breadth and power come from contact with great brains.

Read in the following pages how you can

Increase your Margin

Письмо № 5 будет сюрпризом для многих. Оно длинное – о, такое длинное! Четыре полных страницы убористого шрифта! Кто бы стал читать это? Однако люди явно читали, потому что с низкой цифры в один процент после предыдущего рекламного письма и 1,5 процента после письма № 3, заказы подскочили до 2-х процентов! И все усилия, которые мы прилагали, чтобы получить доход после шестого, седьмого или восьмого рекламного послания, были бесплодны и не принесли практически никаких результатов. Поэтому мы назвали это письмо «завершающим» и положили этих лидеров продаж в архив. Вот это письмо. С ним была отправлена только почтовая карточка.

Вы сэкономите 413 долларов 5 центов.

Торговый дом Brentano, крупнейшая в мире фирма по продаже книг в розницу, назначает цену на эти 418 произведений даже в самых дешевых изданиях и обложках, равную 492 доллара 5 центов.

САМАЯ НИЗКАЯ ЦЕНА, ЗА КОТОРУЮ когда-либо продавали «ГАРВАРДСКИХ КЛАССИКОВ», сейчас в этом новом издании в переплетах из шелка достигла одной восьмой цены первоначальных комплектов.

Я отложил сто комплектов этого издания специально с целью их предоставления для БЕСПЛАТНОГО ПРОСМОТРА. Это письмо - Ваш шанс просмотреть один из этой сотни «комплектов для бесплатного просмотра» в вашем собственном доме.

Это окончательная минимальная цена для Вас, ОНА ДЕЙСТВИТЕЛЬНА ТОЛЬКО НА КОРОТКИЙ ПРОМЕЖУТОК ВРЕМЕНИ. Я пишу Вам потому, что при всем том, что Вы слышали и читали о "книжной полке длиной в пять футов", Вы никогда еще не видели этих книг. У Вас еще никогда не было той возможности, которую я предлагаю сейчас - действительно подержать в руках тома этих книг, почитать дома один или два из этих 418-ти шедевров, убеждаясь к своему удовольствию в удивительной завершенности указателя на 76000 слов, и поражаясь тому, что пятьдесят книг, изготовленных так хорошо и переплетенных так профессионально, могут продаваться ЗА ТАКУЮ ЦЕНУ.

Просто прочтите приведенный ниже отрывок из письма руководителя торгового дома Brentano, крупнейшей фирмы по продаже книг в розницу, чей главный офис, как Вам известно, находится в Нью-Йорке на пересечении Пятой Авеню и Двадцать седьмой улицы:

«Мы возвращаем Ваш перечень книг с "книжной полки длиной в пять футов". Этот перечень охватывает около 300 авторов и их произведений.

Те же книги могут быть предоставлены в обычном издании в цельнотканевых переплетах за 472 доллара 5 центов, за исключением примерно 14-20 авторов, чьи книги были опубликованы в 14-18-м веках и сохранились лишь как большая редкость, и стоят очень дорого. Они хранятся в европейских библиотеках только для справок, так как копии редко встречаются в открытой продаже».

Их постатейные выдержки крайне интересны. Например, 1-й том, содержащий произведения Франклина, Вольмена, Пена, могут быть продублированы в трех маленьких томах «Библиотеки для всех» стоимостью 50 центов каждый, или 1 доллар 50 центов за все три тома (а цена тома "Гарвардских классиков" 1 доллар 10 центов).

Но 8-й том, содержащий девять величайших древнегреческих драм Эсхила, Софокла, Еврипида и Аристофана при копировании будет стоить 10 долларов 60 центов, тогда как 39-й том, содержащий некоторые из наиболее ценных предметов собственности Британского музея и Национальной библиотеки в Париже, редко переиздавался и сейчас почти недоступен ЗА ЛЮБУЮ ЦЕНУ, кроме как в собрании "книжной полки длиной в пять футов".

Следовательно, первое, что я хочу сделать, - это удовлетворить ваше любопытство по поводу того, как оказалось возможным для нас изготовить и продавать книги общей стоимостью 472 доллара 5 центов в одинаковых переплетах, с подстрочными примечаниями, глоссариями, предисловиями и т.д. - всего за одну восьмую этой стоимости. В первую очередь именно по этой причине я бы хотел, чтобы Вы увидели один из этих комплектов книг для бесплатного ознакомления.

Но я хочу поговорить с Вами не только о цене этих книг. Я хотел, чтобы Вы подумали о собрании сочинений "книжной полки длиной в пять футов" в переводе на ВРЕМЯ, которое для современного занятого человека не только по ценности равно деньгам, но и намного более ценно, чем деньги.

Посмотрите на "книжную полку длиной в пять футов" с позиции времени, которое она экономит для Вас, Вашей жены и детей.

Вам нужно написать письмо или доклад, или подготовить выступление; кому-то из Вашей семьи надо составить сообщение для женского клуба; одному из детей задали в школе составить рассказ на какую-либо тему; в газетах проходит обсуждение какой-то проблемы, и Вы хотите специально изучить эту проблему.

Где можно быстро найти материал для всего этого? Нигде, насколько мне известно, кроме как в Указателе "Гарвардских классиков". Возьмите, например, тему «Здоровье» и посмотрите, что там для Вас приготовлено.

Вот отрывок из Указателя:

«ЗДОРОВЬЕ, Антоний – уход, ii, 197; Берк – об удовольствии и идее, xxiv, 36, 38; Карлайл – xxv, 4234, 435-6; Карлайл – уход, 402-3; Ченнинг – xxviii, 366-7; Декарт – , xxxiv, 50; Эпиктет – уход, , ii, 160 (118); Хант – xxvii, 307; еще об этом – xxxvi, 213-14, 215; Локке – о важности здоровья, xxxvii, 9, 10; Паскаль – о хорошем и плохом обращении со здоровьем, , xxviii, 374; Поп – xl, 443; правила – xxxvii, 10-28; бессознательность – xxv, 338-48; Вулман – уход, i, 244-45.

«ЗДОРОВЬЕ, Пинкни, xxviii, 394-45.

«ЗДОРОВЬЕ, Его здоровье в воде, vi, 191.

«ЗДОРОВЬЕ, Для моего здоровья, vi, 28-9.

Наводит на размышления, не так ли? Поэтому для каждой из 75 999 вещей, которые Вы знаете, как свои пять пальцев, у Вас уйдут часы или даже дни на то, чтобы собрать все это из разрозненных томов. Но ни время, ни деньги не смогут описать «Классику Гарварда».

Подходящие слова в этом случае:

удовольствие, самоуспокоенность, прелесть ментального развития. Взгляните с этой точки зрения на один из этих ста томов с бесплатным просмотром. Закройте на мгновение глаза и позвольте этим 418 друзьям взять Вас за руку и отправиться в мир воображения.

Вы прокатитесь по Нилу с Геродотом; побродите по «испанскому материка» с Дрейком; увидите великие греческие трагедии в афинском амфитеатре; услышите, как Цицерон произносит речь против Катилины в римском сенате; проследуете за Челинни по сложным лабиринтам его деловых отношений с королевским двором и понтификами; постоите вместе с Колумбом на борту Санта Марии в момент, когда он заметил голубоватый туман, оказавшийся Новым светом; увидите Харви, впервые открывающего кровообращение.

ВАЖНО! Цена на издания «Классики Гарварда» скоро повысится.

Стоимость бумаги, чернил и переплета увеличилась более чем вдвое со времен закупки материала для производства этой партии книг. Наше предложение будет длиться недолго, затем цены на товары повысятся с тем, чтобы соответствовать затратам на производство. Воспользуйтесь пока еще низкой стоимостью и пришлите открытку с заказом СЕЙЧАС.

Ничего примечательного в этих письмах нет, не так ли? Вам много раз доводилось видеть составленные гораздо лучше. Однако они обладают одним

хорошим свойством. Они напоминают о том, что произойдет после оформления заказа.

В течение пяти лет я работал с Кольерами. Продажи книг этой компании составляли сотни тысяч долларов. Почему? Потому что у них в уме была поставлена конкретная цель, и они старались делать так, чтобы каждое произнесенное слово приближало их к этой цели на еще один шаг. Возьмем в качестве примера письмо №1. Какова его цель?

1. Отделить от общей массы читателей единицы, которым можно продать понятия «культуры» и ценности повышения образованности. Если бы доктор Элиот из Гарварда сказал вам: *«Приходите сегодня вечером ко мне в гости. Я хочу показать вам некоторые книги, которые, как мне кажется, придутся вам по вкусу. Они интересные, занимательные, кроме того дадут вам основы гуманитарного образования, даже если вы будете читать их по 15 минут в день».*

Можете ли Вы представить себе что-то, что в большей степени привлекло бы Ваше внимание и вызвало бы интерес у человека, склонного к культуре, не вкусившего прелестей образования в колледже? Вы знаете таких людей, и Вы знаете, что многие из них чувствуют недостаток культурных знаний, которые даются в колледже. Подсознательно они всегда боятся, что немного уступают своим друзьям, учившимся в колледже. Как бы они были рады возможности пообщаться с таким известным преподавателем, как доктор Элиот! Как бы взволновала их мысль о курсе лекций под его руководством! Поэтому эта идея хорошо вписывалась во внутренний диалог, происходящий в их подсознании!

2. Простота!

У них была возможность посещать вечерние занятия в школах и колледжах, что со временем вывело бы их на тот же интеллектуальный уровень, как и после четырех лет в колледже. Но для этого потребовалось бы столько усилий. А сколько бы времени тратилось зря, учитывая то, насколько дорогим оно было для этих людей. Поэтому они не стали этим заниматься. Но вот выпадает возможность получить все необходимые знания под руководством одного из величайших преподавателей страны, затрачивая *всего 15 минут в день!* Доктор Элиот использовал свой сорокалетний опыт, чтобы выбрать несколько действительно стоящих книг из миллионов написанных, и скомпоновать их так, что всего за несколько минут приятного чтения каждый вечер, они смогут заменить четыре года колледжа

3. Бесплатный пробный образец, никаких затрат или риска.

Дать читателю оценить качество книг без каких-либо обязательств или риска. Естественно, ему любопытно узнать, какие книги доктор Элиот считает наиболее важными. Он хочет увидеть их, мельком пролистать, возможно, прочитать пару страниц.

Так вот его шанс сделать это совершенно бесплатно. Возможно, он уже читал какие-либо из этих книг. Возможно, он ближе к стандарту своих друзей,

окончивших колледж, чем казалось. В любом случае, было бы неплохо узнать все это, а раз уж это совсем ничего не стоит...

Письмо №2 начинается точно с того места, где закончилось письмо №1: *«Не хотите ли оценить книги издания «Классики Гарварда», если мы вышлем Вам комплект за свой счет на неделю бесплатного пользования?»*

Не принимайте решение, хотите Вы их покупать или нет, сейчас. На это будет масса времени позже. Просто полистайте их в течение недели и сами для себя решите, насколько они интересны. Какое захватывающее развлечение! Какой изумительный способ самообразовываться!

Только подумайте об этом! Вся мировая цивилизация на книжной полке! Все, что человек когда-либо создал, о чем подумал, что обрел и чем являлся в пределах пятифутовой (полутораметровой) книжной полки. **Вы можете позволить себе упустить такой шанс?** Образование и развлечение в полной мере - все это возможно за 15 минут в день. А теперь цена! Вы экономите 433,05 долларов по сравнению с обычной магазинной стоимостью тех же самых книг других изданий. Один только этот факт делает сделку разумной за любые деньги. Затем в качестве дополнительного стимула добавляется справочная книга, энциклопедия. Конечно же, этого достаточно для того, чтобы попросить прислать Вам эти книги и пролистать их!

Также прилагается рекламная брошюра с призывами к честолюбию, описанием и аргументами в пользу книг на центральных страницах, доказательства их ценности в цитатах из письма Брентано на последней странице.

Письма №3 и №4 повторяют примерно те же аргументы, но другими словами и с другими иллюстрациями. Письмо №5 является хорошей мотивацией – это последнее предложение. В нем подчеркивается выгода, повторяются все преимущества, которые Вы получите, если будете действовать без отлагательств, но потеряете, если промедлите. В нем делается акцент на принципе *«бесплатно и без риска»*, затем оказывается, что сделать заказ так просто, что кажется стыдным не воспользоваться такой возможностью.

Вкратце, компания так старалась достичь цели, следуя правилам, описанным в предыдущих главах, что, даже не отправив пятого письма, получила заказы на 39 долларов стоимостью менее чем 2 доллара за заказ! Есть несколько более действенных методов заработать деньги.

Глава 11 ПЕРВЫЙ БЛИН

В каждом бизнесе работает аксиома, что первая продажа дается труднее всего. Это как первый блин или первый поцелуй – после него все идет гладко.

И как ни в чем другом эта аксиома подтверждается в продажах по почте. Когда Вы осуществляете рассылки по почте, надеясь заинтересовать людей своей продукцией, самое сложное задание – завоевать доверие. Это причина для предложений бесплатной пробы. Вот что делает необходимым гарантию о возврате денег.

Поэтому когда Вы продали что-то одному человеку, самая сложная работа позади. После этого должна начать поступать прибыль. Даже если первая продажа стоила Вам 10, 20 или 50 процентов стоимости товара, вторая редко превышает 5-10 процентов.

Почему? Потому что покупатель верит Вам. Вы продали ему что-то: продукт оправдал все прорекламированные характеристики; вот поэтому покупатель готов верить тому, что Вы скажете в будущем.

Вот почему крупные компании почтовых рассылок с удовольствием потратят несколько долларов, чтобы заполучить первый клиентский заказ. Вот почему опытные пользователи почтовых рассылок в отличие от других людей знают, что с гораздо большей готовностью купят недорогой товар от того, кого они уже знают. И успешные переводы ради этих небольших покупок закладывают базу доверия так же прочно, как большая продажа.

К примеру, New Process Company of Warren, чтобы быстро заработать список покупателей, продавали носовые платки с инициалами. Нью-Йоркская Wm. H. Wise & Co продавала «Книгу Альберта Хаббарда» за два или три доллара. В результате были реализованы многочисленные тысячи экземпляров «Маленьких путешествий» за 100 долларов!

С Кольером мы начинали с самой дорогой из наших продаж, поэтому на руках у нас оставались несколько сотен тысяч старых запросов, в которых отображался интерес в тех экземплярах. Затем, когда мы завоевали доверие людей, продали им остальные тома.

Первым была «Полка Классики Гарварда» - логическое продолжение Классики. Было двадцать томов в переплетах, перекликающихся с Пятифутовой Полкой. Первые покупатели Классики, рекламируемой по почте, составили около 10% всех заказов. С тех пор, когда циркулярные письма стали стоить нам меньше 3,5 центов за штуку, 10% означало, что каждое письмо стоило нам 35 центов или менее 2% от торговой стоимости!

Нет ничего необыкновенного с первыми покупателями и последующими продажами по почте. Однажды Вы завоевали доверие статьей, отработавшей все, что Вы в нее вложили и даже больше. Теперь Вы можете продать десяти процентам

списка Ваших клиентов любую продукцию. Конечно, если будете продолжать возвращаться к ним каждый месяц, как часто делает New Process Company, Вы не будете продавать 10% каждый раз. Но если Ваше предложение затронет большую часть аудитории, Вам будет поступать значительное количество прибыльных заказов каждый раз.

Чтобы реализовать это, Вам следует взглянуть на письмо, за которым последовало огромное количество заказов на «Полку Классики Гарварда».

В них обоих нет ничего выдающегося. Циркулярное письмо – совсем не то, что я бы отправил сейчас, если бы рассылал предложение. Оно мало интригует. Просто сравните его с некоторыми циркулярными письмами, которые мы использовали для продажи «Очерков истории» Уэллса, или О.Генри, или «Истории войны» Саймона. Это все еще работало. Почему? Потому что, продавая «Классику Гарварда», мы уже захватили интерес читателей, который можно использовать в любой последующей имеющей к этому отношение продаже. Поэтому обычное хорошее письмо с довольно неинтересным циркуляром срывает экстраординарно большой куш. Вот это письмо:

ВЫ – ВЛАДЕЛЕЦ КЛАССИКИ ГАРВАРДА

Поэтому Вам, вероятно, будет любопытно, что Доктор Элиот добавил Двухфутовую полку – 20 томов – к своей знаменитой Пятифутовой Книжной Полке. Это называется –

Полка Классики Гарварда

В них содержится 45 самых известных новелл величайших писателей всех времен. Представлено 7 разных стран: Россия, Франция, Англия, Германия, Испания, Скандинавия и Америка – от каждой наиболее значимый автор со своими лучшими рассказами.

Эти литературные произведения чудесны, их влияние огромно. Они заслуженно могут называться существенной частью литературы каждого американца XX века. Они дополняют и завершают Классику Гарварда, заполняя практически нетронутое поле оригинальной Пятифутовой Книжной полки.

Специальное предложение Владельцам Классики Гарварда

Специальное издание Полки Классики Гарварда выпущено для владельцев Классики Гарварда. Из-за многочисленной критики, зарисовок и эссе именитых людей его называли «Изданием комментаторов». Сейчас мы можем предложить Вам полный набор Полки Классики Гарварда в 20 томов, обтянутых шелком, отпечатанных золотом со скидкой в 44% по сравнению с предложением Brentano, изображенным на обратной стороне

письма. Они оплачиваются в течение всего нескольких месяцев очень маленькими суммами или со скидкой при платеже наличными.

Присмотритесь к книгам в течение недели – за наш счет

Не принимайте как должное наши слова об этих замечательных рассказах. Не рассматривайте окончательными суждения Доктора Элиота, сохраняющего за собой почетное звание преподавателя Гарвардского Университета, и, возможно, являющегося величайшей персоной в литературе в мировом формате на сегодняшний день. Ознакомьтесь с книгами для себя. Прочитайте дома один-два из сорока пяти чудесных рассказов. Затем решайте. Просмотреть книги не будет стоить Вам ничего – прилагаемая карта дарит возможность *недельного ознакомления*.

НЕ ПРИСЫЛАЙТЕ ДЕНЕГ. Просто попросите посмотреть рассказы, которые доктор Элиот отобрал для Вас. Это обеспечивает прилагаемая карта. Впишите в нее свое имя и адрес, затем отправьте ее по почте.

Но запомните, что это специальное предложение для владельцев Классики Гарварда действует только до тех пор, пока существует «Издание комментаторов». Поэтому отправляйте прилагаемую карту сейчас.

Искренне Ваш,

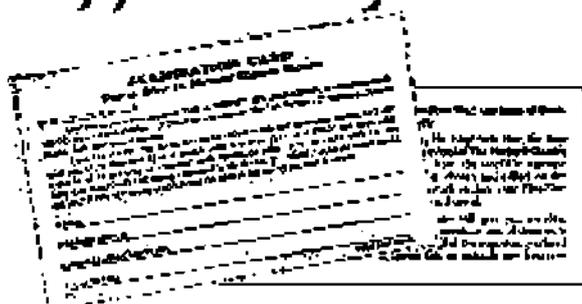
Затем любители художественных произведений существенно повысили процент продаж, но все зависело от степени заинтересованности уже изданной Классики Гарварда, поэтому казалось, что стоит включить и ее.

Гораздо лучше с точки зрения хорошей почтовой рассылки было наше предложение Юношеской классики, Двухфутовой Полки для детей.

Представьте, как такой подход подействует на родителей малышей:

Вы знаете, как малыши любят хорошие истории, как они с удовольствием слушали бы их вместо принятия пищи, игры или сна; как они иногда упрашивают Вас рассказать им историю или почитать.

To OWNERS of the
"HARVARD
CLASSICS"—
an
opportunity!



HARVARD CLASSICS
SHELF OF FICTION

У кого из родителей так не случилось? Кто из них не кивнет головой в согласии с каждым словом из сказанного? Вы захватили интерес читателя. Теперь Вы указываете на то, с чем он тоже согласится. Что ребенок будет читать *что-то*, а то, что они читают в таком возрасте, имеет огромное влияние на их дальнейшую жизнь. Это герои, мужчины и женщины, которые представляются им замечательными и достойными того, чтобы им подражать. Они формируют характер ваших детей.

Как поэтому важно иметь хорошую правильную литературу. Перед Вами шанс получить 846 лучших детских рассказов со всего мира, отобранных двумя известными педагогами, Доктором Элиотом и Доктором Нейльсоном.

Затем успешно следуют доказательство, убеждение, удачная покупка и бесплатное ознакомление. Все сделано просто. Вот заголовок:

Вы знаете, Как Маленькие Дети Любят Хорошие Истории?

Как они с удовольствием слушали бы их вместо принятия пищи, игры или сна; как они иногда упрашивают Вас рассказать им историю или почитать.

Они будут читать что-то. А то, что они прочитают сейчас, определит, кем они станут. Это герои, мужчины и женщины, которые представляются им замечательными и достойными того, чтобы им подражать. Они формируют характер ваших детей. Это имеет огромное воздействие на их будущую жизнь, это зачастую обуславливает разницу между успехом и провалом.

Если Вы можете из всей литературы мира выбрать только фольклорные рассказы и басни, только повести и рассказы, только стихотворения, которые представят Вашим детям правильные идеалы, которые побудят их на самые хорошие поступки, которые лягут в основу их дальнейшего обучения. И если бы Вы могли воспользоваться советом самого читаемого писателя и прекрасного педагога при выборе этой литературы, то поймете, что никакая цена за это не будет высокой.

Вы сможете получить только те истории, рассказы и стихотворения – 846 штук – которые отобраны и одобрены самым читаемым писателем его дней, Доктором Чарльзом Элиотом, на протяжении сорока лет занимавшим должность президента Гарвардского Университета. Они представлены в десяти томах. Рассматривайте слова Доктора Элиота во введении в качестве обучения для ваших детей.

846 лучших детских рассказов со всего мира

Все, что есть лучшего в мифологии и фольклоре, сказках и легендах, исторических романсах о рыцарских подвигах, историях о храбрости и отваге, о животных и природе – если вкратце, все лучшее, что есть в детской литературе всех национальностей и стран, включено в эту Юношескую классику – истории, которые мамы читают своим малышам по вечерам Народные сказки и былины Крайнего Севера.

Мифы Греции и Рима, с ними ребенок знакомится с великими героями, с которыми он встретится снова в старшей школе на обложках учебников. Затем приступайте к рассказам о героях и героинях периода рыцарей.

Также в этих произведениях Вы найдете героев Шекспира. Пьесы адаптированы, чтобы детям было легче читать.

Сюда входит «Алиса в Стране Чудес», «Робинзон Крузо», «Жанна Д`Арк», «Эвангелина». Здесь есть никогда не стареющие рассказы – «Аладдин», «Синбад-Мореход», герои и героини лучших историй Скотта. Чудесные люди детства – все они здесь, готовые стать очаровательными помощниками Вашего мальчика или девочки.

Сэкономьте 30 долларов и получите лучшее

В Юношеской классике – Двухфутовой Книжной Полке для детей 846 рассказов, стихотворений, сказок и эссе – хватит для вечернего чтения на протяжении трех лет.

Выпускаемые в различных переплетах оригинальных издателей, эти 846 шедевров будут стоить Вам на 30 долларов больше, чем предлагаем мы со стандартными переплетами – лучший продукт издательского искусства.

Собранные в 10 томов, в прочных переплетах, эти 846 рассказов, сказок, стихотворений стоят 16 долларов, выплачиваемых по одному доллару в месяц. Собранные в один том стоят 24 доллара, выплачиваемых по 1,5 в месяц со скидкой в 10% за наличный расчет.

Каждый из 10 томов имеет цветной фронтиспис – репродукцию знаменитой картины, набор иллюстраций (подразумевается художественное образование).

846 шедевров упорядочены Профессором Нейльсоном, главой Английского департамента Гарвардского университета, на литературных семинарах, ставших настоящим обучением правильного восприятия великой литературы и неким мостиком к классике взрослого мира.

Домашнее обучение, разработанное великими педагогами, развивает личность и обеспечивает успех – вот как можно охарактеризовать Юношескую классику одним предложением.

Продается по цене как минимум на треть меньше, чем если покупать отдельными частями.

«Мама Никогда Не Читает Мне»

Несчастен мужчина или женщина, которые, оглянувшись назад, говорят: «Мама никогда не читала мне.» Такие люди потеряли одно из богатейших сокровищ существования; школьные уроки казались бы проще. Значимые жизненные задачи основываются на идеализме, который вырабатывается в те годы, когда ребенок впитывает все, как губка.

В Юношеской классике представлено все для мальчиков и девочек, жаждущих получить такой богатый опыт, для родителей, которые ХОТЯТ погрузить своего ребенка в мир великой литературы, но озадачены тем, ЧТО и КАК ЧИТАТЬ.

Покажите Вашему мальчику или девочке в первые годы жизни важные идеалы и благородные мысли, представленные в литературе. Сделайте его или ее героев не грубыми

персонажами, а великими личностями, мужчинами и женщинами, которые писали историю. Наполните его сознание такими картинками и героями, и Вам не придется беспокоиться за его (ее) будущее.

Это стоило того, чтобы ведущие преподаватели Америки провели такую работу над Юношеской классикой и что Доктор Элиот согласился предоставить свою превосходную репутацию и влияние во благо родителей и детей Америки.

Нет Такого Университета, В Котором Мама Читает Детям

«Нет такого университета», - говорит знаменитый человек «в котором мамы читают детям».

Это явилось источником вдохновения для Юношеской классики.

Для мам и пап, которым НЕ БЕЗРАЗЛИЧНО, кем станет их ребенок, это значит гораздо больше, чем три цента и пять минут в день. Эта великолепная библиотека снимает огромное бремя.

Генри Клэй сказал: *«Мудрая мать и хорошая книга дали мне возможность добиваться успеха в жизни. Мама жила в большой бедности, но, тем не менее, всегда покупала детям книги. Это тот вид бедности, когда пища для ума насыщает тело.»*

Слушали Ли Вы Когда-нибудь Рассказ

Из самых молодых правителей Миннесоты - последний Губернатор Джон Джонсон? Он говорил о первом дне начала пути его жизни:

«Человек, повлиявший на мою карьеру больше, чем кто-либо другой, живет в маленьком городе, откуда я родом. Он подобрал для меня правильные книги, объяснил мне, что и как нужно читать. Практически всем, что имею, я обязан этому человеку и тем книгам.»

ПРАВИЛЬНЫЕ КНИГИ - так как они оказывают влияние на жизнь мальчишки из простого маленького городка в переломный период его становления, в нем пробуждаются амбиции, формируются цели, которые в итоге приводят к должности губернатора. Возможно, без них он навсегда остался бы кассиром магазина, в котором начинал работать. Те книги, которые он читал в годы подросткового развития, открыли перед ним мир и показали, как нужно его завоевывать.

Копните поглубже биографию практически каждого преуспевающего человека, и Вы увидите ту же самую историю о

хороших книгах. Франклин, Джексон, Клэй, Линкольн – ни у одного из этих людей никогда не было преимущества достойного образования. Каждый из них добился успеха благодаря хорошим книгам.

Просмотрите Книги В Течение Недели – За Наш Счет

Не верьте слепо нашим словам о ценности и значимости этой книги. Не воспринимайте как должное суждения Доктора Элиота, выдающегося педагога своих дней. Позвольте нам отправить Вам книги на неделю, без оплаты и обязательств. Просмотрите их для себя. Прочитайте дома несколько из 846 рассказов и стихотворений из Юношеской классики.

Затем решайте, стоят ли эти книги двух или трех центов для каждого из Ваших детей – стоят ли они удовольствия, пользы, умственного развития. Запомните, вы не обязаны оставлять их. Мы вышлем Вам книги на одну неделю – чтобы почитать, ознакомиться, обсудить это с семьей. Если они понравятся, пришлите нам доллар к концу недели, и высылайте по доллару в месяц. Если же книги не подойдут, верните их без всяких проблем за наш счет.

НЕ ПРИСЫЛАЙТЕ ДЕНЕГ. Просто попросите посмотреть рассказы, одобренные для детей Доктором Чарльзом Элиотом, Почетным Президентом Гарвардского университета, который управлял обучением наиболее успешных людей, возможно, больше, чем кто-либо другой в мире.

*Прилагаемая карта дает Вам такую возможность.
Просто отправьте ее по почте.*

После «Юношеской классики» мы включили в список более шести других книг. Главные среди них: «Моя история Великой войны», «История наций» Лоджа и Шекспир.

Вот типичный пример письма о рассказе на военную тему, написанный в начале 1917 года, когда казалось, что конец может наступить в любую минуту:

Что После Войны?

Знаете, что, возможно, случится после этой Мировой войны? Вам известны основополагающие условия, от которых зависит развитие и прогресс наций?

Знаете ли Вы, что на самом деле случилось после тех войн в Англии, к примеру, после кампании Наполеона? В наших Соединенных Штатах после Гражданской войны? Что случилось с

воюющими и нейтральными сторонами после Франко-Прусской войны? Что произошло с международной торговлей после Русско-Японской войны?

Знаете ли Вы, что мир делает с ценами – поднимает их или снижает? Делает деньги доступными или дефицитными?

Знаете ли Вы какую-либо нацию, столкнувшуюся с банкротством или отказавшуюся от уплаты военных долгов? Знаете ли Вы, как военные долги влияют на налоги? Как часто Вам хотелось лично поговорить с властями, основываясь на абсолютных знаниях, на настоящих фактах Мировой войны внутри страны – о возможных потерях и воздействии на торговлю, институты и наше благосостояние?

ИСТОРИЯ ВЕЛИКОЙ ВОЙНЫ

Что привело к ней – Как она началась – Вся война

Здесь приведены факты, которые Вы, как деловой человек, обязаны знать. В них рассказывается вся правда этого великого кризиса в мировой истории – кризиса, который влияет на Вас и на меня практически так же, как и на Европу.

Можете себе представить хотя бы на мгновение, что какая-нибудь нация или группа наций смогла бы взять на себя долг в 60 миллиардов долларов, при этом не повлияв на внешнюю кредитную систему мира? Можете представить, что 14 миллионов человек могут быть убиты, ранены или потерять работу или деньги?

Это Возможность Америки

Война сверкает пламенем в глазах Америки, напоминая о коммерческом превосходстве. Кроме того, что война может затянуться, Европа в конечном счете переформируется. Территории в тысячи квадратных километров, находящиеся сейчас в руинах, должны быть отстроены заново. Миллионы людей должны быть одеты и накормлены.

Вы – деловой человек. Поставьте перед собой вопрос ребром. Что Вы на самом деле знаете о ресурсах различных стран Европы, их населении, одежде и пище? Что заставляет страны сдаваться?

Германия на самом деле голодает?

Вероятна ли революция в Австрии или в России?

Может ли Великобритания быть окружена подводными лодками?

Ответы на все эти вопросы можно найти в пяти томах истории Великой войны. Как Вам удастся сформировать достойное мнение о том, что может произойти без этих ответов? Как Вы можете планировать свой бизнес?

До настоящего времени мы, американцы, испытывали глубокое чувство независимости. У нас не было времени или желания знать, как живет остальная часть мира. Но сейчас мы *обязаны знать*.

Англия, Германия и другие страны, достигшие коммерции и новых рынков, изучали страны, людей, особенности. Поэтому американский бизнесмен, производитель или продавец должен задуматься, может ли он развиваться, в состоянии ли он воспользоваться всеми представленными возможностями.

**«Великие События Мира»
- 10 томов -**

Вместе с пятью томами «Истории Великой войны» охватывает всю историю мира, от древних цивилизаций до сегодняшних дней. Оба издания расскажут Вам обо всех людях мира. Они проведут множество параллелей сегодняшней великой борьбы с историей других народов на протяжении пяти тысяч лет.

Они раскрывают очень важные факты о каждой нации, которые Вы должны знать. Не сухие, безлико написанные факты, а захватывающая информация, переданная в форме интересного рассказа. Это позволяет узнавать историю, читая самую увлекательную литературу.

Эти тексты писали выдающиеся историки мира. В нескольких привлекательных, легко читаемых томах собран весь материал, которых в старых изданиях занимает множество томов и стоит очень дорого.

Здесь пять обильно иллюстрированных томов Истории Великой войны, красиво перетянутых кожей на три четверти и десять томов Великих событий мира, выпущенных в роскошной темно-коричневой обложке. Пока мы представляем данное издание, можем сделать для Вас специальную ценовую комбинацию на эти 15 томов – 2 доллара 20 центов за штуку – 33 доллара за оба комплекта, выплачиваемые всего лишь по полтора доллара в месяц, со скидкой в 10% при оплате наличными.

Это хорошее предложение, однако, только пока остаются эти издания, так как бумага, печать и обложка дорожают не по дням, а по часам. И цена на наше следующее издание поднимется кардинально.

Просмотрите Эти Книги В течение Недели – Бесплатно

Не полагайтесь полностью на наши слова о цене и интересе этих великолепных книг. Не верьте на слово тысячам ученых и деловых людей, которые купили книги и хвалят их. Позвольте нам отправить Вам эти книги на неделю – БЕСПЛАТНО – так Вы сами сможете проверить, насколько они захватывают, какой чудесный мир они открывают перед Вами.

Запомните, Вы не обязаны оставлять их у себя. Мы отправляем их Вам со специальной предоплатой – НА НЕДЕЛЮ БЕСПЛАТНОГО ПРОСМОТРА. Если они понравятся, отправьте нам полтора доллара к концу недели и всего лишь полтора доллара ежемесячно. Если книги не подойдут, без проблем верните их за наш счет.

Но также помните, что сегодняшние цены будут держаться только до тех пор, пока книги есть в наличии на складе.

Пришло Время

После того, как война закончилась, каждый может сказать, каков оказался исход, как повлияло перемирие на промышленность, но взгляд в прошлое такого рода редко варьируется. Сейчас человек может судить об этих вещах, человек с развитой интуицией, способный планировать будущее и быть готовым к потенциальным возможностям; деловой человек, который возглавит первые ряды американского бизнеса.

СЕЙЧАС, когда каждое газетное издание фокусирует свое внимание на Европе, сейчас, когда знания бесценны, пришло время овладеть не только знаниями всей истории этой войны, а также информацией о последствиях прошедших войн, сказавшихся на торговле, кредитовании, труде и капитале.

НЕ ПРИСЫЛАЙТЕ ДЕНЕГ. Просто попросите взглянуть на эти книги, раскрывающие существенные факты мировой истории наиболее интересным образом. Карта дает такую возможность. Отправьте ее по почте – сейчас.

Искренне Ваш,

Это письмо стоит около трех центов для списка наших покупателей и около одного цента для докторов, юристов, бухгалтеров, инженеров и других занятых людей. Таким образом, циркулярное письмо и карта стоят всего от 2 до 3 центов по

почте, что составляет около доллара за заказ. Исходя из того, что «История» стоит 33 доллара, получается неплохая прибыль.

«История» Лоджа выпускалась раньше и не вызвала своевременного интереса, поэтому у нас не получилось с ней так, как хотелось. От следующего письма мы получали около одного процента заказов из нашего списка. От брошюры, следующей за письмом, мы имели 3,5 процента заказов из профессионального списка.

От обоих этих изданий поступала прибыль, письмо и брошюра стоили копейки. Письмо стоило 2 цента, брошюра – менее 2,5 центов. Но результат не выливался в крупные суммы.

СТО ЛЕТ НАЗАД У ВСЕЙ ЕВРОПЫ БЫЛИ СВЯЗАНЫ РУКИ ПО ОТНОШЕНИЮ К НАПОЛЕОНУ

Сегодня практически весь мир борется против Германии. Наполеон скончался на горном острове Святой Елены. Будет ли также с самодержцем?

Это довольно старая история. Одна нация пытается навязать свое правление другим людям – один человек пытается править миром. Ксеркс, Александр, Цезарь, Наполеон, Кайзер – все они мечтали властвовать над миром, все они достигли успеха в какой-то мере. Но то, что было возможно во времена Александра и Юлия Цезаря, категорически невозможно сейчас, в дни всеобщего просвещения. «Мир должен и будет принадлежать демократии».

После битвы при Ватерлоо Бельгия, Голландия и Люксембург были поставлены в положение нейтральных государств. Знаете, почему?

Приходилось ли Вам когда-либо слышать длинную историю о дипломатии и интриге, которые лежат в основе Тройственного союза и Тройной Антанты?

Помните об инциденте в Агадыре?

Читали ли Вы когда-нибудь объективное описание периода перестройки в южных государствах после Гражданской войны? Знаете ли Вы, что множеству стран Европы предстоит пройти такой же период после сегодняшней войны?

Известно ли Вам, что на торговлю, кредиты и денежные стандарты оказывается такое же влияние, как в предыдущие войны (конечно, в гораздо большем масштабе)?

Это просто другой случай повторения Истории. Обо всех различных фазах реконструкции и приведения в порядок коммерции, торговли и кредитования можно судить, опираясь на опыт прошедших войн. Можно на самом деле предвидеть, можно спокойно строить планы на будущее, но следует пользоваться опытом Истории.

СЕЙЧАС, когда каждое газетное издание привлекает Ваше внимание к проблемам войны, СЕЙЧАС, когда знание может быть бесценно, пришло время получить эти работающие на практике сведения истории, которые смотрящие в будущее американцы обязаны иметь.

В новой форме истории, адаптированной для современных занятых людей Вы найдете интересные, отображенные в описательной манере факты о каждой нации, о которой следует знать. Это единственный сборник истории Мира, в котором целый том посвящен огромным нациям, детально описывающий историю каждого народа.

«История наций» Лоджа раскрывает очень важные факты обо всех воинствующих народах, о которых необходимо знать, чтобы понимать причины и последствия величайших битв истории.

Она отображает факты и персонажей каждой нации с цифрами, которые нигде больше не представлены в столь удобной форме для читателя. Это не сухие факты, а захватывающие, рассказанные в виде описаний, что позволяет изучать историю, словно читая самую увлекательную книгу.

Изначально «История наций» Лоджа издавалась Snow Company в Чикаго по цене от 120 до 625 долларов.

Однако, выпуская по пять миллионов книг в год, как мы делаем, мы обладаем такими производственными возможностями, каких не было у Snow Company. Поэтому мы способны печатать полные 25 томов Истории наций Лоджа на специальной филигранной бумаге с помощью тех же печатных форм, что и высококачественные книги Де Люкс, по цене всего лишь в 44 доллара – на две трети меньше самой низкой цены Snow Company. Вы можете оплатить книги любым удобным для Вас способом, даже ежемесячными платежами по два доллара.

Ознакомьтесь С Книгами В Течение Недели – За Наш Счет

Не верьте нам на слово о чудесной цене и увлекательности этих замечательных книг по истории. Не верьте безоговорочно тысячам их радостных владельцев. Ознакомьтесь с книгами

сами в течение недели в домашней обстановке. Бесплатно и без всяких обязательств – ЗАТЕМ РЕШАЙТЕ.

НЕ ПРИСЫЛАЙТЕ ДЕНЕГ. Просто отправьте прилагаемую карту по почте, и Вам немедленно будет отправлен весь комплект книг ЗА НАШ СЧЕТ для недельного просмотра. Если в течение недели Вы поймете, что книги стоят того, оставьте их у себя. Если нет, верните их обратно без каких-либо проблем за наш счет.

Но, по крайней мере, попросите посмотреть комплект, который экс-президент Корнельского Университета Эндрю Уайт называет *«Лучшей Мировой историей глазами современных историков»*.

Искренне Ваш,

Затем следует Шекспир, Дюма, различные мемуары и тому подобное. Письма-мемуары начинаются с истории жены коммивояжера, спасшего царя и его армию от турков, дополняются дюжиной других интересных рассказов подобного типа, с упоминанием Помпадура, чьи правдивые рассказы образуют легенду о короле Кофетуа и нищенке, кажущейся в сравнении банальной, и показывают, как ее дурной лозунг *«После нас хоть потоп!»* - логически приводит к революции и Правящему террору, так же, как червоточина царя влечет за собой действие в России более ста лет позже. Не говоря уже о том, что такие истории захватывают интерес читателя и приносят прибыльные заказы, ни одна из них не сравнится с продажами Классики Гарварда.

Это были наши выдающиеся книги. С репутацией Доктора Элиота на обложке мы могли поехать в любую страну, в любой город, любую деревушку и оставить там как минимум несколько комплектов этих безупречных работ. Но исключая то, что продавец не мог продать, нам не разрешалось приезжать в крупные города, где живет большинство населения и где больше всего читают.

Но опыт показывал вразрез с привычным мнением, что гораздо проще продавать жителям по почте, чем вживую. Это правило работает даже с такими товарами, как плащи, рубашки, галстуки и другой одеждой. Это абсолютно точно работает с книгами.

Таким образом, наша торговля была ограничена. Было сложно получить прибыль с заказов по телефонным справочникам и автомобильной информации.

Списки занятых людей плохо оплачивались, их было сравнительно мало в сельской местности. Наиболее прибыльными в списках значились продажи таких изданий, как Обзор Обзоров, книги Даблдея и т.д. Нам было запрещено использовать их согласно географическим ограничениям, у них не было времени рассортировывать списки и отсылать письма только в села.

По этим причинам наши продажи достигали только около 250 тысяч долларов в год, в то время как если бы мы могли обращаться ко всей стране, это были бы миллионы. Поэтому когда Обзор Обзоров предложил мне управление продаж почтовых рассылок, я рискнул, чтобы показать, что можно сделать с помощью почты, когда перед тобой нет никаких преград.

ДВА МИЛЛИОНА ДОЛЛАРОВ ЗА РАССКАЗЫ О'ГЕНРИ.

Уже более 30 лет «Обзор обзоров» продает журналы и книги по почте. Прежде чем Чарльз Д. Лейниер и Фред Стоун начали получать прибыль от продаж литературных изданий, они что только не пробовали. К осени 1918 года ведение дел отнимало у них уйму времени, таким образом, они были вынуждены передать эти обязанности кому-то другому. Выбор пал на меня.

Смешно, но я должен был работать с малоизвестными произведениями, в то время как основную ставку они делали на лидера продаж, сохранявшего свои позиции на протяжении двух лет.

К тому времени, когда я начал работать в «Обзоре», короткие рассказы О'Генри продавались уже шесть лет, но результаты продаж были неутешительными. Поэтому мне предложили даже не пытаться что-то изменить, а лучше направить усилия на «Историю мировой войны» Фрэнка Саймона, а также «Институт производительности» Эмерсона Харрингтона. Я потратил несколько недель на написание рекламных проспектов для этих произведений. Когда их напечатали и подготовили к отправке, я решил прочесть несколько рассказов О'Генри и от скуки, чтобы как-то заполнить время, набросал письмо и рекламный проспект к ним. Покончив с этим, я остался весьма доволен результатом (Господа Стоун и Лейниер тоже). Поэтому мы решили испытать судьбу и разослали их.

В течение года мы продали более 50000 экземпляров произведений О'Генри общей стоимостью свыше 1 000 000 долларов! При этом «Производительность» принесла нам менее 150000 долларов...

Мы пытались изменить стиль письма для произведений О'Генри и рассылали различные рекламные брошюры, но продажи не увеличивались. Сначала посчитали, что читатели слышали об О'Генри и знали интригующие сюжеты его историй. Поэтому мы не тратили время на объяснения и начинали письма с предложений о покупке и подарке в придачу. В качестве него предлагались различные варианты. Самым популярным был Джек Лондон. Например, если вы сделаете заказ прямо сейчас, дополнительно к экземпляру О'Генри вы получите пять томов известных историй Джека Лондона.

Уловка стара, но есть ли разница - старая схема или новая, если она приносит заказов на 1 000 000 долларов? Далее приведены несколько брошюр и писем, которые считаются наиболее эффективными:

ЭКОНОМИЯ ДЛЯ ВАС – 108 ДОЛЛАРОВ

Оригинальное издание О. Генри расхватывали за 125 долларов, правда здесь мы предлагаем Вам особое издание, отпечатанное с тех же форм, что и оригинальные тома, содержащее те же слова и иллюстрации по цене в семь раз меньше.

**САМАЯ НИЗКАЯ ЦЕНА, ПО КОТОРОЙ КОГДА-ЛИБО
ПРОДАВАЛИ РАБОТЫ О. ГЕНРИ.**

Сейчас представлено новое издание, обтянутое шелком, стоящее в семь раз меньше, чем оригинальные тома.

Это самая низкая цена для Вас. Она продержится только до тех пор, пока будет в наличие особое издание. Я обращаюсь к Вам, потому что вместе с тем, что Вы слышали и читали о произведениях О. Генри, Вы никогда НЕ ВИДЕЛИ их.

Вы никогда еще не испытывали удовольствия держать их в руках – прочесть дома несколько из его чудесных рассказов, к собственной радости убеждаясь в гениальности этого человека, в глубине его понимания.

Весь англо-говорящий мир находится в бешеном восторге от О. Генри. За прошедшие три года его рассказы побили все рекорды небольших произведений со времен начала публикации книг.

Директоры колледжей, великие юристы, короли финансов, лидеры наций, солдаты и моряки, клерки и проститутки – представители всех классов, молодые и пожилые, богатые и бедные, мужчины и женщины – все они спешат приобрести рассказы, являющиеся лакомством для каждого.

Как минимум пятьдесят историй О.Генри были переложены в сценарии, даже в настоящее время их экранизации заполняют лучшие кинотеатры. В колледжах они являются излюбленными пособиями писателей новелл. Бюро Даниэлс провело опрос в Аннаполисе на предмет выявления самого популярного автора, и О.Генри возглавил этот список, Джек Лондон занял в нем второе место. Во всех библиотеках на привалах самым большим спросом наших солдат и матросов пользовались произведения О.Генри.

Джек Лондон – пять томов – бесплатно

Вторым по популярности после О. Генри является Джек Лондон, так что если Вы делаете заказ в кратчайший срок, мы оправляем Вам вместе с Вашим комплектом произведений О. Генри БЕСПЛАТНЫЙ комплект из пяти томов произведений Джека Лондона. Описание сборника находится в прилагаемой брошюре. Количество имеющихся у нас сетов, как бы там ни было, строго ограничено, так что мы можем обещать прислать Вам пять БЕСПЛАТНЫХ томов Джека Лондона, только если Вы заказываете комплект произведений О.Генри без промедления.

**Изучите оба комплекта у себя дома в течение недели –
за наш счет**

Не отправляйте нам деньги. Просто внесите свои данные в прилагаемую карточку, отправьте ее по почте, и оба этих сета окажутся у Вас.

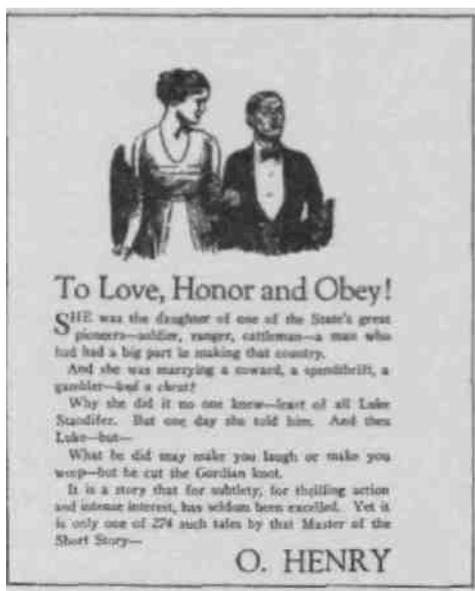
Помните, это не требует никаких обязательств. Почтовый заказ является буквально потенциальной сделкой продажи Вам самих книг. Здесь нет продажи как таковой – Вы не обязаны платить за книги – до тех пор, пока Вы проверяете их в течение недели у себя дома и убеждаетесь. Просто позвольте нам прислать Вам книги на проверку. Карточка позволит доставить книги Вам. Просто внесите в нее свои данные и отправьте по почте.

Только не забывайте, у нас имеется в наличии лишь малое количество таких бесплатных комплектов произведений Джека Лондона, и мы поступим по принципу «первым первого и обслуживают», так что если Вы желаете приобрести этот комплект, отправляйте карточку **НЕМЕДЛЕННО**.

Искренне Ваш,

ВАЖНО! Бумага, типографская краска, переплет и работа подорожали в два раза с момента, когда это издание О.Генри было выпущено. Поскольку такая тенденция сохраняется, Вы можете приобрести комплект произведений О.Генри по указанной низкой цене вместе с **БЕСПЛАТНЫМ** комплектом рассказов Джека Лондона. Но это последнее издание, которое мы в состоянии выпустить по такой низкой цене.

Так что учитывайте преимущество небольших затрат при предъявлении Вашей карточки **НЕМЕДЛЕННО!**



500 ДОЛЛАРОВ В ПРИЗАХ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ О.Генри!

Первый приз – 250 долларов. Второй приз – 100 долларов. Третий приз – 50 долларов. И десять призов в 10 долларов каждый. Просто напишите нам письмо с указанием Вашей любимой новеллы О.Генри и описанием, почему она Вам нравится. Авторам тринадцати лучших писем мы раздадим призы, указанные выше. Смотрите последнюю страницу с правилами конкурса.

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

Однажды кто-то спросил судью Бена Линдсея, прославившегося в суде по делам несовершеннолетних, есть ли у него любимая история из новелл О.Генри.

"Моя любимая история у О.Генри", – ответил судья, – "это они все". Ни один писатель не обладал столь великим знанием человеческой природы. Все очарование его рассказов заставляет перечитывать их снова и снова.

У Вас уже есть весь комплект? Кажется, он есть в нашей стране почти у каждого. Было продано более четырех миллионов томов этих неподражаемых историй американским читателям в течение последних нескольких лет.

Университеты планируют устанавливать мемориальные доски памяти О.Генри. Учебники английской литературы содержат его рассказы. Театральные компании состязаются друг с другом за правильность их постановки. Он великий, блестящий, самый обаятельный писатель новелл, которого когда-либо знал мир.

Мы когда-нибудь говорили Вам, что сказал об О.Генри Глава школ в Райнлэндере, штат Висконсин, В.Р. Колбам?

"Я надеюсь, никто не пришлет мне больше весь комплект книг, как тот, который Вы отправили. По крайней мере, не все сразу. На протяжении четырех дней будет невозможно кого-либо заставить что-либо сделать по дому. Никто не выйдет к столу, или не ляжет спать, или не сделает ничего, пока читает О.Генри".

У нас нет желания крушить Ваши домашние дела, хотя это все-таки произойдет вследствие большой распродажи с прошлого года нескольких сотен комплектов семитомного издания лучших историй Оппенгейма. Мы собираемся открыть подписку этого сезона на О.Генри путем проведения ее розыгрыша – БЕСПЛАТНО – до тех пор, пока все комплекты из семи томов Оппенгейма не будут разыграны вместе с сетами О.Генри.

Более 350 000 семей признаются сегодня в том, что истории О.Генри увлекательны. Первое издание было ограниченным, продавалось по цене 125 долларов. Каждый комплект расхватывался, прежде чем был напечатан.

Издание новой серии содержит все, что было в том ограниченном издании. Это дает вам шанс получить истории, за которые люди платили 125 долларов, по цене меньше четверти той цены, – И В ДОПОЛНЕНИЕ получить БЕСПЛАТНО семь томов лучших рассказов Оппенгейма.

Не присылайте деньги

Просто подпишите и отправьте по почте прилагаемую карту. Вам доставят оба сета – 192 тома произведений О.Генри, содержащих все его 274 новеллы и 7 лучших романов Э. Филиппа-Оппенгейма БЕСПЛАТНО.

Мы оплачиваем все расходы. Когда получите заказ, просмотрите увлекательные страницы. Почитайте книгу в течение недели. Углубитесь в чтение. Наслаждайтесь им.

Если в конце недели Вы не станете думать, что истории соответствуют даже своей изначальной цене – которую Вы, к счастью, не должны платить – отправьте книги обратно. В противном случае, 50 центов в неделю сделают их Вашим бесконечным источником вдохновения, восторга и гордости.

Отправьте карту снова-сегодня, без денег – в то время, как Вы все еще можете получить 7 томов Оппенгейма БЕСПЛАТНО. Это Ваш последний шанс.

Искренне Ваш,

P. S. Роскошный водоотталкивающий переплет прочнее кожи стоит всего лишь на несколько центов дороже обычного корешка и признан любимым. Чтобы заказать этот роскошный переплет, всего лишь измените платежи, как указано в самом низу карточки заказа.

ПРАВИЛА КОНКУРСА*

1. В этом конкурсе может принять участие любое лицо, независимо от того, является оно собственником сета О.Генри или нет.

2. Призы будут следующие:

250 долларов за первый приз, 100 за второй, 50 за третий и 10 призов по 10 долларов каждый

3. Заявки на участие должны быть поданы в форме письма объемом 150–200 слов. Всего лишь укажите Вашу любимую историю О.Генри и причины, по которым Вы считаете ее лучшей. Литературный стиль письма не будет иметь значения никоим образом.

4. Все письма должны быть со штемпелем 15 марта 1922 г. или до полуночи этой даты. Призы будут присуждаться 25 марта 1922 г.

5. Письма могут быть напечатаны на машинке или написаны от руки, при последнем варианте оформления письмо должно быть разборчивым. Судьи будут принимать во внимание аккуратность и читаемость в целях присуждения премии.

6. Участники могут представить на рассмотрение столько заявок, сколько им хочется, хотя ни один участник не получит больше одного приза.

7. Что желательно в первую очередь уточнять в этих письмах, если Вы сумеете, то, что касается О.Генри, что вызывает интерес у многих людей.

8. Судьи конкурса будут выбраны из числа личных друзей О.Генри из редколлегии *World's Work* и *Обзор Обзоров*. Лица, имеющие отношение к обоим журналам, не будут иметь право на приз.

"Если кому-то нравится все, что написал О.Генри, и сложно сделать выбор, то я думаю, что «Город без происшествий»- моя любимая вещь"

*Эти правила были представлены на последней странице письма.

Вы узнаете первыми, что надпись «О.Генри» как есть всего лишь обработка одного из повторных рекламных писем в «Классике Гарварда». Как я увидел, два послания имели много общего в задании. Послание «Классики Гарварда» было последним в серии циркуляров, его задачей было подытожить веские аргументы других, а затем при выделении денежных накоплений попытаться получить безотлагательное решение.

Надпись «О.Генри» имело такую же задачу. На протяжении шести лет постоянные читатели слышали об О.Генри. Кое-что они должны были бы услышать в характере последнего воззвания – последний шанс приобрести по низкой цене или о вознаграждении, или что-нибудь в этом роде.

Ради интереса мы действовали в зависимости от нашего циркуляра – обсуждали подробно каждую историю, чтобы разжечь аппетит читателя и заставить его желать больше, хотя недостаточно удовлетворить его любопытство или позволить ему в поисках ответа обратиться к самому себе. Задержка взгляда на фразах *«Если случайно встретились гремучие змеи»* и *«До любви, уважения и повиновения»*, и Вы уже не захотите сложить руки на корешках книг, а поищите ответы. Они заключают в себе смысл всех успешных предписаний – они привлекают внимание и интерес читателя, будят в нем тягу к знаниям. Тогда почтовая карточка облегчает ему задачу получить больше.



Здесь еще два письма и циркуляра такого же плана, которые делают свое дело, принося домой при заказе такую ценность, как миллион долларов:

ВАШЕ НАКОПЛЕНИЕ В 95 ДОЛЛАРОВ

Оригинальное издание работ О.Генри расхватывалось раньше по цене в 125 долларов за комплект, теперь мы предлагаем Вам абсолютно такие же истории, напечатанные на тех же клише и содержащие каждое слово оригинального издания по цене в четыре раза меньшей, И В ДОПОЛНЕНИЕ, мы предоставляем Вам 7 лучших романов Э. Филиппа-Оппенгейма—**БЕСПЛАТНО!**

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

Годами Вы слышали об О.Генри — читали анонсы его историй и думали, что однажды у Вас будет собственный комплект. Хотя Вы откладывали заказ месяцами. Час для этого пробил. Сейчас — **СЕГОДНЯ** — Вы должны заказать комплект О.Генри, чтобы получить его по низкой цене и собрание Оппенгейма **БЕСПЛАТНО!**

Весь англоязычный мир читает О.Генри. Университеты планируют устанавливать ему мемориальные доски; учебники английской литературы включают его истории; колледжи спорят о его месте в литературе; театральные компании конкурируют

между собой в правильности постановки его рассказов – он признан великой, мощной, живительной силой, оставившей глубокий след в английской литературе для многих на долгие годы. Коротко говоря, он является величайшим писателем коротких рассказов, которого когда-либо знал мир.

Так велика популярность О.Генри, так невероятен спрос на его книги, что мы не нашли ничего лучше, чем продолжать предлагать его работы постоянно – хотя мы и не можем делать это долго. Это стоит в два раза дороже предлагаемой цены. Цены на бумагу возросли в четыре раза, работа стоит в 2,5 раза больше, переплет – в 3 раза. Так что мы должны отказаться от такого предложения, хотя как только товар окажется в наличии, Вы сможете получить О.Генри по низкой цене и –

7 томов Э. Филлипса-Оппенгейма – бесплатно!

Ни один писатель ранее не знал так много таинственных историй Европы, как Оппенгейм. Ни один писатель ранее не понимал так хорошо скрытые силы – таинственность интригует пугающими случаями – внезапная смерть – все это держало в сумятице целым континентом прошлое поколение. На него смотрели как на самого опасного человека в Англии. Он был тайно приговорен Германией к смертной казни, поскольку слишком много знал о ее заговорах и интригах, он подозревал в ее проектах слишком многих.

Сражение – махинации – отображение обстановки – тайна – любовное приключение – все это есть в его историях, и вся его изумительная гениальность проскальзывает в информации о них. Он делает их настолько реалистичными, что Вы забудете обо всем, наслаждаясь этими историями. Автор увлекает Вас в тайны, от которых захватывает дух. Он показывает Вам реальность кухни Европейской дипломатии. Он держит вас в напряжении романтикой, тайна истории сохраняется до самого последнего слова.

Ваш последний шанс получить комплект произведений Оппенгейма бесплатно!

Это последнее издание Э. Филлипса-Оппенгейма, которое мы можем предложить по специальной цене, что дает Вам разрешение получить от нас этот сет бесплатно вместе с комплектом О.Генри. Если этот тираж закончился (сейчас отложено лишь несколько комплектов), Вы сможете приобретать чудесные истории Оппенгейма по их обычной цене 1,20-1,75 долларов за том.

Сейчас, пока Вы можете, получите Ваш комплект О.Генри вместе с семитомником Оппенгейма БЕСПЛАТНО! Это Ваш шанс. Карточка принесет Вам оба сета — 12 томов О.Генри, содержащих его 274 историй в полной редакции, — и 7 лучших романов Э. Филлипса-Оппенгейма БЕСПЛАТНО!

Мы оплачиваем все расходы. Когда Вы получите книги, просматривайте их роскошные страницы, содрогайтесь при чтении романа.

Потом, если Вы не уверены, что истории стоят даже цены оригинальных комплектов — которую Вы, к счастью, не должны платить, — отправьте книги обратно.

В противном случае, 500 долларов в неделю делает их Вашим собственным бесконечным источником вдохновения, восторга и гордости.

Отправьте карту сейчас—СЕГОДНЯ — без денег, пока Вы все еще можете приобрести комплект О.Генри по этой низкой цене и все 7 томов Оппенгейма БЕСПЛАТНО. Это Ваш последний шанс!

Искренне Ваш,



* * * * *

34% СКИДКА С ПРОШЛОГОДНЕЙ ЦЕНЫ!!

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

Ниже – идет цена на О.Генри – назад к довоенным цифрам! Лучшая бумага, четкий шрифт, великолепный переплет, которые когда-либо были у О.Генри, и довоенная цена! Обзор обзоров был последним из книжных издательств, которое повысило цены. Он же и первое, кто снова их снизит.

34% скидка с прошлогодней цены!

На треть меньше – это разница между самой высокой ценой послевоенных лет и довоенной ценой. Наши собственные издержки еще не снизились до уровня военных цифр, хотя мы чувствуем, что самый быстрый путь получить их – снизить для Вас цены до того уровня, где им полагается быть.

Таким образом, мы осуществляем значительное снижение цен. Это наша самая низкая цена, и она продержится только на одно издание.

Мы пишем Вам затем, что все вы слышали и читали ОБ историях О.Генри, и Вы никогда больше этого НЕ УВИДИТЕ. У Вас больше никогда не будет привилегии, которую мы сейчас вам предлагаем – РЕАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ томов – чтение непосредственно у Вас дома некоторых из этих удивительных историй – Ваше чувство удовлетворения от восхитительной пронизательности человека, глубины его понимания и расположения.

Поистине непостижимое есть в его историях – кусочках жизни, они реалистичны, они о Вас и обо мне. Автор находит романтику повсюду, куда ни глянь – в универмаге – в лавке – в общественном транспорте.

Писатель был расположен ко всему, что имело место в действительности с благотворной верой в хорошее, что есть во всех нас. Он пишет для Вас вне зависимости, где Вы проживаете – в Нью-Йорке или Кокомо. Он делает Вас своим другом с первой истории, а затем рассказывает Вам тысячу других. *"Через намеки с О.Генри"*

Уже давно известно, что в жизни О.Генри была тайна. Эта тайна была открыта для Эла Дженнигса – шерифа, бандита, ковбоя, проходимца и преданного друга О.Генри – чтобы и нам ее передать. В первый раз он полностью рассказывает историю

о тех тайных ранних днях в жизни О.Генри, которые легли темным пятном на его поздний успех.

Жизнь под именем О.Генри была насыщена яркими случайностями. Импульсивное похождение — волнующий роман — все это было частью той его жизни, которую он бережно скрывал от общественности. Писатель боялся, что общественность не поняла бы...

* * * * *

Интригующие заголовки в прошлогодних сообщениях были следующими — "Прежде, чем цены взлетят!" После этого мы продолжали объяснять, что цены на бумагу, переплет и работу взлетели до небес, что у нас в наличии было несколько тысяч комплектов, произведенных по старым низким ценам, и что, когда они закончились, цена должна была подняться.



Довод был справедлив, цены на другие товары поднимались так быстро, что люди признавали его истинность. Хотя когда стоимость достигла своего реального

значения к началу второго года, продажи упали до точки, где они больше не были рентабельными.

Поэтому мы решили попробовать другой способ побуждения к ажиотажу, и однажды мы сделали такой выпад: "Последний шанс получить Джека Лондона бесплатно!" Заметьте, мы раздавали Джека Лондона (или Оппенгейма, или запасы детективов, или какое-либо другое вознаграждение) около шести лет, и люди рассчитывали на это. Их усталость росла, когда они слышали о скачках в цене, вероятно, они больше не верили, что дальнейший рост цен имеет место, хотя опасность потери вознаграждения была чем-то особенным.

Станным могло показаться то, что приведение в один ряд поменяло результаты за ночь. Вернуло продажи к прошлогодним цифрам. Снова замелькали рекламные объявления. И циркуляры — как они вошли в оборот! Во второй раз мы продали книги О.Генри на 1 000 000 долларов за один только год!

Послания, которые мы использовали, не отличались по существу чем-то от предыдущих. Они всего лишь акцентировались на цене и последнем шансе!

Кроме того, люди перечитывали книги по той же самой причине больше, чем прежде. Они были вынуждены вследствие распространения продаж за семь лет, говорить об О.Генри практически все, что могло быть сказано. Поэтому однажды мы определили главную зависимость от срочности на заказы. И мероприятия, вызывающие ажиотаж, сделали свое дело.

Другими словами, как часто поговаривал господин Ланьер, не так ценится сам текст, как схема, стоящая за ним. Он и Фред Стоун были для меня настолько проницательными учителями, каких только мог пожелать самый требовательный составитель писем. Они использовали почтовую рассылку для продажи книг и журналов в течение 25 лет, а если что-то было им неизвестно, значит это и не стоило узнавать.

Я был полон юношеского энтузиазма и обладал талантом написания рекламных текстов, которые должны были приносить прибыль. У них был опыт и рассудительность, достаточные, чтобы направить мои умения в нужное русло. А Фред Стоун умел находить правильный подход к людям и организовывать работу, без чего все эти тысячи заказов превратились бы в долги, а не в прибыль. Так прошел наш второй год.

Завершились крупные продажи произведений О. Генри. Прибыль в два миллиона долларов за два года, казалось, истощила рынок. В любом случае, она истощила списки покупателей книг, и хотя в следующие несколько лет мы пытались продолжать это дело, продажи книг О.Генри никогда больше не превышали планку ста тысяч долларов в год. Вскоре журнал *«Литературный Дайджест»* выпустил полное собрание его сочинений в одном томе в качестве приложения к изданию. Это положило конец нашим продажам.

Что послужило причиной столь больших продаж? То же самое, что является причиной любых продаж — умение заставить читателей захотеть получить Ваш

товар! Мы не просили их верить нам на слово, что книги О. Генри интересны, или оценить, как хорошо он изображал психологические портреты людей, - мы предоставили им сами работы, чтобы *вызвать интерес*.

Глава 13

ИСТОРИЯ ВОЙНЫ, КОТОРАЯ ХОРОШО ПРОДАВАЛАСЬ

Как проходило тестирование продаж «Истории Мировой войны» Саймона или «Основами продуктивности» Эмерсона, пока мы были заняты книгами О. Генри? Вы, вероятно, не раз задавались этим вопросом, пока читали последние две главы. Они не были забыты, можете быть уверены, хотя и находились в тени. Господа Ланьер и Стоун были слишком талантливыми предпринимателями, чтобы класть все яйца в одну корзину. Пока один продукт хорошо продавался, они всегда занимались активными поисками другого продукта, который бы занял место первого, когда спрос на него бы иссяк.

Первые продажи учебника по продуктивности были едва удовлетворительными. Нам удавалось продавать на сумму примерно 150 тысяч долларов в год в течение следующих 2-3 лет. Недостаточный повод для бурной радости. В сравнении с прибылью от продажи книг, результаты от этих писем были гораздо слабее. Но в качестве примеров писем, рекламирующих «Курс успеха», мы приводим некоторые из них:

Вы ДОЛЖНЫ ИМЕТЬ БОЛЬШЕ ДЕНЕГ!

Существование накладно — еда, одежда, квартплата, развлечения удваиваются или более, чем удваиваются в цене.

Как Вы можете увеличить заработки на том уровне, чтобы идти в ногу растущими затратами? Как без спекуляций, игре на бирже или изменения профиля работы, Вы можете удвоить или утроить свой доход в кратчайшее время?

Существует лишь один способ — это использование ВСЕХ Ваших сил — 100% Ваших способностей — вместо 10%, 25% или 50%, используемых 99 людьми из ста.

Профессор Уильям Джеймс, один из психологов с мировым именем, говорит:

"Как правило, люди используют только малую часть силы, которой они фактически обладают. В сравнении с тем, кем они обязаны быть, они только наполовину разбужены. Их огни погашены, их планы подавлены. Они заставляют себя использовать только малую часть из возможных душевных и физических ресурсов".

УСПЕХ, в кратком толковании, это просто вопрос ГРАМОТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ВАШИХ СОБСТВЕННЫХ СИЛ. Все основы успеха внутри Вас, они просто ожидают правильного развития.

Наши промышленные руководители, коммерческие короли, финансовые магнаты, интеллектуальные лидеры – все они начинали карьеру с умственного и физического багажа не более великими, чем любой среднестатистический человек. Они вершили свой успех с применением ВСЕХ своих сил вместо малого процента, используемого среднестатистическим человеком.

Сейчас будьте честны сами с собой – что является барьером, блокирующим Ваш прогресс к желаемым вещам? Что это за сила, которая удерживает ВАС от производства денег? Не НЕУМЕЛОСТЬ ли – несостоятельность использовать всю мощь сил, которыми Вы будете обеспечены?

Эффективность – **100% использование Ваших талантов** – могла бы принести Вам непосредственное продвижение – предоставила бы Вам возможность удвоить или утроить доход, особенно сейчас, когда так велика потребность в великих людях, чтобы заполнить много великих профессий, которые созданы или остаются открытыми войной.

С эффективностью позади него, ЛЮБОГО человека, независимо от его прежней подготовки или образования, он сможет сегодня удержать в деловом мире самые сложные профессии. **"Обычное дарование, должным образом развитое"**, – говорит Теодор Н. Вейл, Президент American Telephone and Telegraph Company, – **"это все необходимость достигнуть высочайшей ступени в лестнице успеха"**.

То дарование, которым Вы обладаете; его развитие должно пройти через эффективность. Правильно направленное, скрытое в Вас дарование даст Вам возможность достичь любой высоты, к которой можно стремиться, чтобы реализовать амбиции, кажущиеся сейчас недостижимыми.

Для того, что Вы должны сделать, будь то возведение небоскреба, управление офисом, завоевание великой профессии, для всего этого есть один эффективный путь – один лучший путь – делать. Эффективность будет указывать Вам тот лучший путь.

Эффективность – это когда ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ применен. Он показывает работодателям, как увеличить прибыли. Он показывает наемным работникам, как увеличить их зарплаты. Он показывает профессионалам, как получить больше от одного дня работы и от всей жизни. Эффективность, как бы там ни было, это наука с определенными законами, и среднестатистический человек не более знаком с ее жизненными принципами, чем с принципами любой другой науки, которую он не изучал.

На курсе Эмерсона Вы изучаете у магистра эффективности основные принципы, которые важны для успеха в жизни и бизнесе. Вы не только изучаете эти принципы, но и получаете актуальное формирование их применимости.

Эмерсон Харрингтон по праву считается центральной фигурой движения эффективности в международном масштабе. Он был первым, кто привлек внимание народа к исключению промышленного ущерба, первым, кто сформулировал и дополнил принципы эффективности промышленности, и первым, кто осмыслил применимость этих принципов к индивидууму.

За двадцать лет Эмерсон сделал записи и собрал данные для курса эффективности для индивидуума. В течение этого времени он и его единомышленники были на короткой ноге с научно-техническим прогрессом, собрали и записали свыше 25 000 примеров современного прогресса в эффективности.

Потом в течение двух лет компетентные помощники путешествовали вместе с ним и оказывали ему помощь в создании курса.

Когда курс, наконец, закончился, после многократного его проведения, доктор Уолтер Л. Харви из Нью-Йоркского департамента образования был заинтересован в том, чтобы курс перечитывался ассистентами Эмерсона слово в слово, чтобы быть уверенным, что все, что может быть добавлено современными научно-образовательными методами, должно быть добавлено.

Эксперты по курсам обучения на дому и науке об эффективности были заинтересованы в организации Института Эмерсона, охраняющего работу студентов, выручающего их в трудных ситуациях, стимулирующего их показывать лучшие результаты в обучении и получать самое лучшее, что только можно дать; отвечающий на любые вопросы и требующий подтверждения, что курс в действительности выполняет замысел мистера Эмерсона.

Суммы в тысячи долларов и время некоторых высокооплачиваемых людей в стране были свободно потрачены на подготовку к курсу. Представлялось, что знание и опыт в сороковые годы улучшат работу более чем на двухстах предприятиях, многие из которых являются крупнейшими в своем роде в мировом масштабе.

За работу всего лишь на одном из таких предприятий господину Эмерсону заплатили 500 000 долларов, кроме того, мы предлагаем Вам результаты всех его исследований и опыт,

собранные в двадцать четыре лекции, только по цене 1,25 долларов за лекцию – 30 долларов за двадцать четыре лекции; подлежащий уплате 1 доллар с заказом, через месяц еще 2 доллара и еще 3 доллара в месяц на протяжении девяти месяцев.

Проба первых трех лекций за наш счет. Прилагаемая форма заказа будет предоставлена каждому, каждому отдельно в течение недели – проба предмета до 30 дней. Читайте их – изучайте их – если Вы не будете удовлетворены результатами по окончании 30 дней – если Вы не увидите, каким образом они могут удвоить или утроить Вашу способность зарабатывать – отправьте их обратно, и Ваш первый платеж в 1 доллар будет немедленно возвращен в полной мере.

Помните, господин Эмерсон – не чистый теоретик или мечтатель. Он осмотрительный, всемирно известный профессионал, один из самых занятых бизнес-инженеров в стране. В результате самой первой крупной работы его неестественные накопления достигли ужасающей суммы в 1 500 000 долларов в год, в то время как уплаченная сумма за его услуги составляла 150 000 долларов.

Western Union Telegraph Company, Gorham Mfg. Company, Mutual Life Insurance Company, Corbin Lock Company, Yale & Towne Mfg. Company, а также счета других национальных известных концернов были подписаны ими для участия огромных групп их сотрудников в курсе Эмерсона по личной эффективности. Только Scovill Mfg. Company of Waterbury, Conn., предоставили нам группу из 324 человек, за каждого они заплатили нам 11 080,80 долларов.

Всего лишь прикрепите Ваш чек или счет на 1 доллар (который вернется к Вам, после того как Вы увидите лекции и если решите не проходить курс) к прилагаемой форме заказа и отправьте по почте в прилагаемом конверте. Первая лекция придет незамедлительно, а следующие две последуют спустя неделю.

Помните, этот заказ всего лишь потенциальная сделка для продажи курса Вам. Здесь нет продажи – нет обязательства совершить ее – до тех пор, пока Вы просматриваете его у себя дома в течение 30 дней и убеждаетесь. Просто позвольте нам прислать Вам три первые лекции для пробы.

Только помните, в великой книге времени имеется одно слово – "Сейчас" – так что присылайте Ваш заказ сейчас, потому что мы думаем о нем.

Искренне Ваш,

* * * * *

Если Вы должны найти лучший, самый легкий и быстрый путь к желаемым вещам, Вы должны начинать с развития эффективности в маневрировании временем. Так вторая лекция курса Эмерсона по личной эффективности посвящена сохранению записи Вашего времени.

Эта запись будет мерой Вашего прогресса и покажет его направление; она будет хранить Вас от ошибочных методов и неэффективных действий; она поможет сократить потери и снабдит базисом для всей будущей работы в развитии эффективности.

Сегодня мы отправляем Вам по почте вторую лекцию, хотя первый платеж в 2,5 доллара мы все еще не получили. Как бы там ни было, 2,5 доллара в месяц – 8 центов в день – эта пустяковая сумма сравнима с дивидендами наличных денег, которые этот курс заплатит Вам – и заплатит Вам немедленно – потому что мы уверены в том, что Ваша оплошность в пересылке Вашего первого платежа была всего лишь недосмотром с Вашей стороны.

День за днем к нам приходят письма, рассказывающие об измененных жизнях, возросших заработках, превосходном здоровье, экономии во времени, денежных накоплениях, сокращении усилий – возросшей эффективности – большого счастья.

Коммерсант, увеличивший обороты на своем счету до тридцати шести тысяч долларов в год вследствие повышения эффективности.

Мужчина, который вынужден был занять деньги, чтобы подписаться на курс и который сейчас в результате повышения эффективности стал президентом крупной компании по производству пневматических инструментов на Северо-западе. Этот мужчина так много думал о курсе, что каждый год в Рождество давал их номер своим друзьям.

Молодой парень, сразу после окончания школы работающий за зарплату 35 долларов в месяц. Хотя курс, где он получил обучение, дал ему возможность занять вакансию с зарплатой 250 долларов в месяц.

Один мужчина пишет: "Мне пятьдесят восемь, и я только начал жить". Другой говорит: "Я заново родился благодаря эффективности". Один мужчина рассказывает нам о своих

возросших месячных заработках свыше 1 000%; другой - о трехкратном увеличении бизнеса перед окончанием курса.

Для всего, что желает сделать человек, будь то возведение небоскреба, написание романа, руководство офисом, завоевание лучшей позиции, есть только один эффективный способ - один наилучший путь в совершении этого.

Замысел курса Эмерсона - предоставить Вам возможность найти тот единственный лучший путь, так что Вы сможете легко и быстро воплотить в жизнь вещи, которые Вы должны делать так же хорошо, как и те вещи, что Вы хотите делать.

Эффективность - наука с определенными законами, и среднестатистический человек не более знаком с ее жизненными принципами, чем с принципами любой другой науки, которую он не изучал.

Вероятно, Вы лучше делаете то, что можете, хотя вопрос состоит в том, делаете ли Вы все, что Вы способны делать -

ИСПОЛЬЗУЕТЕ ЛИ ВЫ ВАШИ СИЛЫ ПОЛНОСТЬЮ?

Подумайте о временах, когда Вы жаждали светлого будущего - когда Вы нетерпеливо росли, огражденный барьерами, которые, казалось, не дадут Вам вырваться - когда Вы слышали о карьере некоторых знакомых, которых Вы в душе знали как не более способных, чем Вы! Здесь ваш шанс снарядить себя для успеха, как немногие себя снарядили, под крыло великой эффективности для создания мира, который уже знаком - по цене всего лишь 8 центов в день - 2,5 доллара в месяц.

Несомненно, вы не будете колебаться, как потратить ту сумму для лучшей работы человека, которому крупные корпорации страны посчитали за честь заплатить пять сотен тысяч долларов для подобного дела в его организациях.

Вы понимаете необходимость личной эффективности, если необходимо процветать. Вы видите опасность и риск разрешения вопроса пробовать на удачу или пребывать в комфорте. Вы знаете, что неуверенность - отложение дел - опасна. Здесь и сейчас Ваш шанс начать.

Не откладывайте - не ждите до завтра. Вы знаете, говорят, что слово «завтра» стало причиной упадка испанцев. Когда хотите, чтобы испанец сделал что-нибудь, он всегда говорит: «Завтра». А завтра здесь никогда нет. СЕГОДНЯ - вот слово для Вас. Приколите чек или счет на 2,5 доллара к

этому письму и верните в прилагаемом конверте. СДЕЛАЙТЕ СЕЙЧАС.

Искренне Ваш,

Если всемирно известный эксперт по эффективности –

После того, как сорокалетний опыт в реорганизации и получении максимальных результатов с предприятий, лавок, офисов, железных дорог и рудников, нужно было предложить Вам, результаты его многолетнего опыта – если бы он должен был сказать Вам, что он хотел бы повсюду следовать за Вами, проверять Ваш каждый поступок, показать Вам, как Вы могли бы улучшить Ваши методы здесь, экономить время здесь, достичь большего с меньшими усилиями и удвоить или утроить Ваши заработки – если бы он мог убедить Вас, что при соблюдении его инструкций, при освоении фундаментальных принципов он сложит с себя все полномочия, Вы смогли бы достигнуть любой высоты, к которой можете стремиться, осуществить какое-нибудь приемлемое честолюбие, неважно, каким невозможным оно может сейчас показаться достижением, Вы, несомненно, могли бы считать необычную цену слишком высокой, чтобы платить за его услуги, не так ли?

Хорошо, в сущности, что всего лишь Харрингтон Эмерсон предлагает Вам. За сорок лет он стал центральной фигурой во всемирном движении эффективности. В течение этого времени он держал в руках более двухсот различных предприятий, многие из них крупные в своем роде в мире, и так велик был их успех, что некоторые из них платили ему вознаграждение больше 200 000 долларов.

Те же принципы, что он использовал в руководстве работой тех крупных корпораций, подойдут и для Вас, принципы сами по себе непреложны.

И главное, откуда господин Эмерсон всегда начинает, вне зависимости руководит ли он одним человеком или тысячей, это развивать их эффективность в управлении временем. Так начинается вторая лекция курса Эмерсона – с записи Вашего времени.

Эта запись будет мерой Вашего прогресса и покажет его направление; она будет хранить Вас от ошибочных методов и неэффективных действий; она поможет сократить потери и снабдит базисом для всей будущей работы в развитии эффективности.

Сегодня мы отправляем Вам по почте вторую лекцию, хотя Ваш первый платеж в 3 доллара мы все еще не получили. Как бы там ни было, 3 доллара в месяц – 10 центов в день – эта пустяковая сумма сравнима с дивидендами наличных денег, которые этот курс заплатит Вам – и заплатит Вам немедленно – потому что мы уверены в том, что Ваша оплошность в пересылке Вашего первого платежа была всего лишь недосмотром с Вашей стороны.

Вероятно, Вы часто бываете поражены, как много малообразованных людей расчищают себе дорогу к успеху, пока другие, лучше обученные и на вид с превосходными способностями, выбиваются из колеи. Из более четырех тысяч американских миллионеров двадцать начинали жизнь как бедные мальчики. Какая сила заставила этих людей подняться из бедности к богатству?

Этого люди добились здесь, потому что их амбиции были выделкой тяжелой работы и эффективности – комбинация, которая не является установкой финансового положения, а может даже укунить.

И их карьеры на всем протяжении были отмечены способностью делать вещи, причем делать их лучше, чем они были сделаны прежде – способностью творить каждую минуту и каждое действие считать самым-самым.

Получая высшую степень эффективности, человек может щелкать пальцами «удаче», смеяться в лицо «оказии» и поворачиваться спиной в насмешке над освобождением от сверхурочных признающего себя неудачником – «вытягивать».

Это качество эффективности – создание успешности, являющейся пищей для ума в Институте Эмерсона. Здесь Вы приобретаете реальный секрет успеха. Здесь Вы изучаете, что же делает людей успешными. Здесь Вы получаете тщательный и научный тренинг качеств, которые необходимо достичь, чтобы Ваша жизнь не прошла бесцельно.

Всего лишь прикрепите чек или счет на сумму в 3 доллара, покрывающий первый платеж этого курса к письму, и верните его в прилагаемом конверте. Однажды Вы вспомните, как после подбора подходящего ключика Вам открылась на века дверь успеха.

Искренне Ваш,

* * * * *

"История" Саймона, тем не менее, написана отлично, а между тем она не раскупалась в таких же количествах, как О.Генри, книги, на которые она оказывала влияние, вовлекались в потребление на удивление хорошими процентами заказов.

Здесь снова была задействована схема, которая продавала быстрее, чем сам экземпляр. Когда я был заодно с Обзором, они продали только 5 000 комплектов "Истории" Саймона за два с лишним года. В следующие два, они продали около 70 000 по цене 17-25 долларов за комплект! Это не было всего лишь более чем эффективный экземпляр, творивший всю эту разницу. Это был план, скрытый за экземпляром.

Мы старались продать книги как наиболее красочную и достоверную историю войны. А они не расходились. Почему? Потому что война хоть только что и завершилась, и большинство людей чувствовали себя достаточно правомерно, дабы не все факты были неточными, и они хотели бы подождать, чтобы получить свою историю до реальной, тайная история была бы полезной. Так мы должны были найти причину, почему они должны были заказать с одного маху.

Мы нашли ее в вознаграждении. Шесть маленьких томов чрезвычайно интересных правдивых историй о войне. Мы предлагали их бесплатно, если читатель хотел бы сразу подать заявление на свой заказ. Что произошло? Вместо 5 000 комплектов более, чем за два года, мы продали около 35 000 менее, чем за один год!

Потом распродажа затянулась. Что нам было делать? Что имело успех у О.Генри? Заказ последнего шанса? Так второй год мы делали *"Ваш последний шанс получить «Правдивые истории» бесплатно!"* и продавали еще 25 000 комплектов! Следуя этому, мы испытывали разные вознаграждения и управляли ликвидацией каких-то 5 000 – 10 000, хотя ни один из них даже не показал живучесть "Правдивых историй". К тому же потом общественность пресытилась рассказами о войне, и военная история по прошествии года после перемирия показала неожиданный и бесспорный обвал, так что мы чувствовали, что поработали отлично, чтобы продать так много историй, сколько мы напечатали. Здесь некоторые из самых впечатляющих писем и циркуляров, с которыми мы имели дело:

**ПОКА ПРОДОЛЖАЕТСЯ!
ВСЕМИРНАЯ ИСТОРИЯ ДЮРЮИ—БЕСПЛАТНО!!!**

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

На протяжении нескольких лет Вы слышали о Фрэнке Г. Саймоне, Вы видели его статьи в газетах и журналах и думали, что однажды приобретете свой собственный комплект его «Истории мировой войны». Но сейчас Вы откладываете посылку месяцами.

Время для этого пришло. ТОЛЬКО СЕГОДНЯ И ТОЛЬКО СЕЙЧАС – Вы должны заказать свой комплект Саймона, чтобы заразиться им..

Всемирная история Дюрки–бесплатно!

Это происходит, когда Вы откладываете из огромного издания несколько сотен комплектов этой восхитительной Всемирной истории, свыше 3 000 000 экземпляров которой уже распроданы. *Этих нескольких сотен комплектов недостаточно, чтобы продать нашим оптовым обычным способом, так что – пока они есть в наличии – мы предоставим один из них – БЕСПЛАТНО – с каждым комплектом «Истории» Саймона.*

В «Истории мировой войны» Фрэнка Г. Саймона Вы получите полные, достоверные, продолжительные истории великой войны – только повествовательную историю войны, которая уже написана.

В чудесных книгах Дюрки Вы познакомитесь с ранней всемирной историей. Они откроют Вам великолепие Греции и грандиозность Рима. Они проведут через Средние века, колоритные дни феодализма и крестовых походов. Они проведут в эпоху ренессанса, революции в искусстве, науке и письменности. Они откроют современную историю Европы, и то, как она веками формировалась в результате великого противостояния, которое уже закончилось.

Ваш последний шанс получить «Историю» Дюрки бесплатно!

Отложено только несколько сотен экземпляров этого комплекта – всего лишь остаток от нашего последнего большого издания – они не могут быть в наличии вечно.

Сейчас, пока Вы еще можете – получите «Историю» Саймона по обычной цене – это величие всемирной истории БЕСПЛАТНО.

Это Ваш шанс. Карточка принесет Вам оба комплекта – пять роскошных томов Саймона, иллюстрированных более тысячью картин, чертежей и фотографий, и четыре тома Дюрки – БЕСПЛАТНО.

Мы оплатим все расходы. Когда Вы получите комплект «Истории» Саймона, просматривайте его роскошные страницы, трепещите над захватывающими рассказами великого противостояния в истории.

Если Вы не думаете, что он соответствует цене – даже без четырех БЕСПЛАТНЫХ томов Дюрки – отправьте его назад. В противном случае, 50 центов в неделю сделают оба комплекта

Вашим собственным — бесконечным источником вдохновения, восхищения и гордости.

Пришлите карту сейчас—без денег — и Вы сможете получить один из этих нескольких сетов Истории Дьюри—БЕСПЛАТНО. Это Ваш последний шанс!

Искренне Ваш,



* * * * *

Это письмо, как Вы видите, выступает в качестве специального предложения к книге Дьюри "История мира". Это просто адаптация аналогичного письма, предложенного с книгой "Истинные истории". Мы хотели найти наиболее эффективное специальное предложение, поэтому перепробовали полдюжины вариантов.

Следующее письмо представляет собой ещё один бонус: Тамулти "Вильсон как я его знаю". Оба письма, безусловно, хороши, но ничто не сможет сравниться с книгой "Эти рассказы". Вот письмо Тамулти:

ВЫ ПОЛУЧАЛИ КОГДА-ЛИБО 10 ДОЛЛАРОВ НИ ЗА ЧТО?

Вот Ваш шанс!

Если Ваша карта придёт до 1-го января, мы отправим Вам не только Историю Вильсона от Тамулти, за которую "Нью-Йорк Таймс" заплатила 25 000 долларов и которая привлекла 50 000 новых подписчиков, НО ПЛЮС К ЭТОМУ, мы вышлем Вам, без дополнительной наценки, книгу Х.Г. Уэллса "Очерки истории" с новой тонкой бумагой.

Другими словами, сделайте Ваш заказ по почте прямо сейчас и получите две книги за 5 долларов без наценки!

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН!

Наконец-то – долгое молчание, которое друзья президента Вильсона поддерживали перед лицом самого поразительного обвинения, когда-либо предъявляемого человеку со столь выдающимся международным положением, было нарушено вызывающими ответами.

Джозеф Р. Тамулти, являющийся более десяти лет личным секретарём Вудро Вильсона, написал тайную историю жизненно важного периода президентства Вильсона. Он отвечает на вопросы, остававшиеся загадкой для общественности в течение многих лет. Им раскрываются правительственные тайны, известные только самому узкому кругу. Описывается роли Америки в войне глазами руководителя.

В американской истории не было ничего подобного, начиная с Николая и жизни Линкольна от Джона Хэя.

Газета "Нью-Йорк Таймс" заплатила 25 000 долларов США за исключительное право на печать этого издания в Среднеатлантическом регионе. Это сама высокая цена, когда-либо оплачиваемая за подобное. Печать этой истории принесла "Таймс" более 50 000 новых подписчиков.

Так как это современно и даёт интересные дополнительные сведения об истории войны, мы предлагаем Вам это БЕСПЛАТНО С...

книгой Фрэнка Х. Саймона "История мировой войны".

В "Истории" Саймона Вы получите полную, авторитетную, без пропусков по времени историю Великой войны – единственная повествовательная история войны, которая до сих пор была написана.

В личной увлекательной истории от Тамулти читатель найдёт секретные исторические факты Соединённых Штатов о войне – внутренние материалы, о которых среднестатистический человек даже не мечтал.

Ваш последний шанс получить этот увлекательный том!

Мы имеем возможность продать лишь 1000 экземпляров замечательной книги Тамулти по специальной цене, к которой прилагается БЕСПЛАТНО "Очерки истории" Саймона. Тысяча

экземпляров не будет ждать долго. По окончании данной акции Вы сможете приобрести том по обычной цене в книжных магазинах за 5 долларов.

В настоящее время Вы можете купить "Историю" Саймона по её обычной цене и найти всё самое интересное внутри историй **БЕСПЛАТНО**.

Это Ваш шанс. С помощью карты Вы можете приобрести оба комплекта – 5 великолепных томов Саймона, иллюстрированные более чем тысячей картин, рисунков и фотографий и большим томом Тамулти – **БЕСПЛАТНО**

Мы оплачиваем все наценки. После получения комплекта "Истории" Саймона просмотрите глянцевые страницы, восхититесь захватывающим сюжетом о крупнейшем конфликте в истории. Если же Вы полагаете, что цена не соответствует содержанию – даже без **БЕСПЛАТНОГО** тома Тамулти – отправьте комплект обратно! В ином случае, 50 центов в неделю сделают оба комплекта Вашей собственностью – неиссякаемым источником интереса, восхищения и гордости.

*Отправьте карту сейчас – без денег – в то время как Вы можете получить один из немногих томов истории о Вильсоне от Тамулти – **БЕСПЛАТНО. Это Ваш последний шанс!***

Искренне Ваш,



* * * * *

После того, как все продажи завершились, и ни "Истинные истории", ни любая другая книга-бонус были не в состоянии возродить их, мы ещё реализовали около 10 000 со старым резервом – повреждёнными буквами. Это – одно письмо, которое никогда не подводило нас после большого объёма продаж.

Мы использовали это на О.Генри, мы использовали это на "Истории гражданской войны в фотографиях", мы использовали это на "Истории" Саймона – и позже, как Вы увидите, это подействовало так же успешно, как при продаже сумок для путешествий, даже на покрывала на кровать для людей Уоррена!

Видите ли, в продаже большого запаса книг накапливается большое количество "потёртых" или немного повреждённых экземпляров, хороших во всех отношениях, за исключением того, что они не могут быть проданы как новые книги. Многие из них имели "замятые" углы страниц при возврате от клиентов после оценки. Много других имеют разорванные или захваченные пальцами страницы, но для всех практических целей они так же хороши, как и новые книги. Они составляют основу для продаж повреждённых книг.

Проблема, как правило, заключалась в том, что продажи повреждённых книг до сих пор представляли собой обычную рекламную акцию, что сдерживало заказы на них долгий период времени после реализации повреждённых книг.

На книгу Саймона, например, у нас было приблизительно 3 000 фактически повреждённых экземпляров, а мы получили около 10 000 заказов! Те дополнительные заказы ничего нам не стоили, поэтому фактически было выгодно выполнить их совершенно новыми книгами, а не отказываться от них!

Это напоминает мне о времени, когда мы занимались аналогичной продажей сумок для путешествий. Как обычно, получили намного больше заказов, чем рассчитывали. Однажды экспедитор случайно проходил через мой офис. *"Хватает ли повреждённых сумок, Джон?"* – спросил я его. *"О, у нас их достаточно"* – ответил он. *"Но"* – признался Джон, - *"я чертовски устал делать дырки в картонных коробках, чтобы посмотреть повреждены ли сумки!"* Вот письмо, вызвавшее все эти проблемы:

НЕМНОГО ПОВРЕЖДЁННЫЕ КОМПЛЕКТЫ С БОЛЬШОЙ СКИДКОЙ!

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

В спешке и азарте продаж в течение двух лет, 75 000 комплектов книг Фрэнка Х. Саймона *"История мировой войны"*, не было времени обратить внимание на технические дефекты или лёгкие повреждения книг, кроме как отложить их в сторону.

Некоторые были неправильно переплетены, некоторые слегка повреждены из-за обработки на складах – настолько незначительно, что только при близком рассмотрении можно разглядеть повреждение, но всё-таки – Вы знаете, как это есть на самом деле – они не могут быть реализованы как идеальные книги.

Поэтому вместо того, чтобы отправлять их назад в переплётную мастерскую и обеспечивать мастерам прибыль за повторное переплетение, мы решили подарить бонус любителям книг, непосредственно таким как Вы, любящим хорошие книги ради самих книг – и предложить эти великолепные экземпляры с 30%-ной скидкой от обычной цены!

Осталось всего 157 комплектов!

У нас есть только 157 комплектов книг для продажи по такой низкой цене. По завершению продажи возможности приобрести *"Историю мировой войны"* Саймона по цене ниже обычной больше не будет. Но пока сохраняется возможность для Вас приобрести один из комплектов с такой большой скидкой, который Вы сможете оплачивать маленькими ежемесячными платежами.

Мы гарантируем удовлетворительное состояние каждого комплекта. В некоторых случаях только один том не соответствует идеальному состоянию.

Но как только определённое количество комплектов было согласовано по договору с производителем бумаги, типографией и переплётной мастерской, один "забракованный" том означает, что весь комплект является технически "повреждённым", хотя четыре тома абсолютно безукоризненны и в некоторых случаях эксперт находит что-то не то в пятом томе.

В одном случае мастер допустил ошибку и переплёл одни тома комплекта с оклейкой серой бумагой корешка книжного блока, а другие с синей. Во всех практических целях эти наборы являются совершенными. Некоторые подписчики могли бы даже предпочесть синий и серый цвет оклейки корешка, поскольку листы и обложки, в основном, без пятен.

Мы, конечно, отправим книги при условии Вашего согласия, что они будут возвращены за наш счёт, если Вы найдёте их в неудовлетворительном состоянии. – Мы всегда делаем это.

Подписание и отправка прилагаемой карты возлагает накладные расходы на нас и не несёт для Вас ни малейших обязательств.

Но Вы должны действовать – осталось только 157 комплектов и лучшие из них будут отправлены, естественно, тем, кто ответит первым. Таким образом, сядьте прямо сейчас за стол и впишите своё имя в прилагаемую карту, после чего отправьте её по почте!

Искренне Ваш,

* * * * *

Каким образом это письмо, продающее истории и рассказы О.Генри в необычном томе, является также успешным в продаже покрывал и сумок для путешествий?

Причина кроется в одном постоянном условии для продажи – в человеческих реакциях. Мы редко пытаемся продать товар. Мы продаём идеи. И мой опыт показывает, что фундаментально здоровая идея, которая будет продавать книги в большом объёме, будет столь же успешной в продвижении сумок для путешествий или покрывал или любого другого товара, если её правильно адаптировать к ним.



Адаптация – это работа. Множество авторов имеет ошибочное мнение, что, если они копируют формулировку успешного письма, их послание обязано также эффективно сработать. Нет большей ошибки. Формулировка не имеет большого значения. Это способ, с помощью которого Вы адаптируете возврат идеи письма, имеющего значение!

Лучшим наглядным примером, который я видел, была ситуация в Уоррене. Двое мужчин, сотрудничавших с компанией Уоррена на протяжении нескольких лет – один в рекламе, другой в отделе списков – почувствовали, что владеют всей необходимой информацией по копиям, спискам и продуктам, и начали собственную конкурентную компанию почтовых заказов, заставляя местного торговца поддержать их.

Они использовали те же самые списки, которыми располагала компания Уоррена. Они скопировали письма и проспекты почти дословно, предложили те же самые продукты, но в самом начале успеха не было. А через пару лет они оказались совершенно неконкурентоспособны. Почему же? Дефицит идей.

Они думали, что простыми словами можно добиться успеха. Слова – это пустой звук. Лишь обратный образ от них, вот что имеет смысл!

Глава 14

КНИГИ, КОТОРЫЕ МНОГИЕ ЗНАЮТ

НЕ все комплекты, изданные *Обзором Обзоров*, имели такой колоссальный успех продаж на сумму в 1 000 000 долларов США. О.Генри, Саймон и Уэллс являются редкими птицами. Действительно удачлив тот издатель, который поймает их. Должно быть кое-что замечательное, как правило, в самой работе, хотя ещё более важно, иметь кое-что замечательное в рекламе, так как Нельсон Даблдей доказал это, взяв обычную книгу об этикете и продав миллион её экземпляров благодаря своей экстраординарной рекламе.

Не каждая книга имеет такой успех в продажах даже с самой чудесной рекламой, но продажа любой книги должна сопровождаться соответствующей рекламой. Это просто вопрос, найти главный человеческий мотив Вашей апелляции с книгой – будь то любовь или выгода, страх или амбиции – а затем направить Ваше обращение на этот мотив.

Когда я пошёл в издательство Обзора, у них было под рукой около 5 000 комплектов Редьярда Киплинга, остатки от большого объёма продаж нескольких лет до этого. По окончании основной продажи книги Киплинга томились некоторое время. Но новое письмо быстро вернуло их на рынок, и 5 000 комплектов сменили владельца через несколько недель. Не большой объём, конечно, но каждая продажа на 150 000 долларов ведёт к большому общему итогу.

Мы могли бы продать намного больше, однако себестоимость производства выросла настолько, что г-н Ланье не решался вложить такую сумму денег в комплект книг, которые, по крайней мере, некоторое время было трудно пересылать. Вот письмо и проспект, пересылавшиеся с книгами:

Как тянутся долгие зимние вечера. Есть у Вас желание в этом году сделать их непохожими друг на друга, хотите ли Вы получить больше удовольствия и пользы от них, чем прежде? Если Вы стремитесь к лучшему, то непременно захотите получить то, что у нас есть.

Это первое письмо, в котором мы хотим сказать об этом нашим друзьям. Это полное собрание сочинений Редьярда Киплинга, величайшего писателя и поэта, а именно первое полное собрание всех его когда-либо опубликованных прекрасных историй, сказок и стихов.

И в каждой отдельной истории на протяжении всех 4500 страниц Вас ожидают острые ощущения – некая тайна старой Индии, переплетение человеческих судеб, где сохраняется интерес до последнего сказанного слова – истории о любви или войне.

Это может быть история о Гансе, голубоглазом датчанине, и Энн из Австрии или рассказ о шпионе, попавшем на борт

английского линкора и великолепной шутке, которую сыграли с ним. Это может быть рассказ о старом ирландце, который будучи совершенно голым, как и другие солдаты, взял город Ленгтенгпен.

Это может быть один из рассказов для детей – о Крошке Вилли Винк, который пошёл в одиночку бороться с индийским племенем, или о Маугли, человеческом детёныше из джунглей, или о Киме, самом любимом маленьком пострелёнке, который когда-либо появлялся на страницах книги.

Или возможно одно из бессмертных стихотворений, которые имеют ритм и размах военных песен – "Последнее песнопение" – "Если" – "Восток есть Восток, а Запад есть Запад" – но существуют и сотни других стихов.

Но каким бы ни было произведение, если оно принадлежит перу Редьярда Киплинга, то это прекрасный рассказ или стихотворение, оно перенесёт Вас в другой мир и не иссякнет интерес, пока не будет прочитана последняя строчка.

Вашему вниманию предлагается 60 захватывающих рассказов и 35 великолепных стихотворений – полностью переплетённые красивой шёлковой тканью, в двадцати пяти томах с позолоченным верхним обрезом и золотым тиснением на обложках.

Позвольте отправить Вам эти двадцать пять томов за наш счёт для бесплатного недельного просмотра. Прилагаемая карта доставит их предварительно оплаченной экспресс-почтой. При желании оставить книги у себя Вы можете выслать нам 1 доллар в конце недели, а затем по 1,5 доллара ежемесячно в течение 19 месяцев. В противном случае, Вы можете отправить книги обратно, несомненно, за наш счёт.

Помните, что у Вас нет прав на продажу, нет никаких обязательств держать книги более недели с целью их оценки. Просто позвольте отправить их Вам для недельного ознакомления.

Но помните также, что у нас есть бумага для переплёта только 5 000 комплектов книг и могут пройти месяцы, прежде чем мы получим очередную партию для других изданий. Поэтому если Вы хотите быть уверенными в получении комплекта по существующей низкой цене, впишите своё имя в прилагаемую карту СЕЙЧАС и отправьте её по почте.

Искренне Ваш,



* * * * *

Другими комплектами, долгое время собиравшими пыль на полках Обзора, были испанские и итальянские романы. Они никогда не издавались хорошо. У нас было около 3 300 переплетённых наборов под рукой и достаточно непереpletенных листов, чтобы сделать ещё около 5 000 комплектов. Со следующим письмом мы распродали 3 000 комплектов книг по цене 10,5 долларов за каждый, а затем закрыли баланс в 4,98 доллара. Учтывая, что запас давно списали, это составило значительную прибыль от продаж, тем более что расходы по заказу оказались очень низкими. ЗА ВСЁ ВРЕМЯ РАСХОДЫ СОСТАВИЛИ – 53%

*«Читай писателей умелых,
способных правде блеск и
стиль придать,
И мудрость шуткой
показать».*

КУПЕР

ДОРОГОЙ ЧИТАТЕЛЬ!

Ты знаешь, каждый любит хорошую байку, молодой, и старый будет с широко раскрытыми глазами слушать истории, полные тайн или романтики, рассказы о любви или приключениях.

И вот тебе выпал шанс приобрести истории, на которых выросла литература на дюжине языков – СО СКИДКОЙ 53 %.

Освобождая место для нового большого тиража О'Генри, который уже на походе, мы обнаружили около трехсот сборников знаменитых «Сказок в переводе с испанского и итальянского», издававшихся лишь однажды ограниченным тиражом и случайно оставшихся на нашем складе.

Лучшее из лучших плодов четырех столетий испанской фантазии, отборные шедевры шести столетий итальянского рассказа собраны вместе в полном восьмитомном издании с прекрасными иллюстрациями, в шелковом переплете с золотым тиснением.

От Сервантеса до Ибаньеса, от Боккаччо до Д'Аннунцио – величайшие авторы повестей и рассказов Испании и Италии представлены здесь со своими самыми восхитительными, самыми очаровательными работами, причем более половины из них для англоязычного читателя – впервые.

Восемь томов должны были продаваться по 15 долларов. Во время послевоенного экономического спада эта цена была снижена до 10,50, и по ней было продано три тысячи сборников.

Сейчас их осталось всего лишь около трехсот, а трехсот сборников недостаточно для обычной рекламной кампании. Поэтому, пока они еще есть в наличии, мы делаем Вам следующее предложение:

Отправьте почтой вложенную открытку, без денег, и мы вышлем Вам эти восемь томов на 53 % дешевле 10.50 долларов – за 4.98 долл.

Как Вы можете догадаться, здесь не заложена маржа за расходы по сборнику, поэтому просим оплатить почтальону или курьеру ваши 4.98 долл., когда тома будут Вам доставлены.

Если по прочтении их в течение недели Вы не будете испытывать полное удовлетворение – если по истечении этого времени Вы не будете убеждены, что это – удачнейшая покупка книг, которую Вы когда-либо заключали, – вышлите их обратно за наш счет, и Ваши 4.98 долларов будут Вам немедленно и полностью возвращены. В этом предложении нет никакого обмана. 4.98 долл. – Ваши, как только Вы захотите их.

Но помните – этих сборников осталось всего лишь около трехсот, а триста штук не залеживаются. Поэтому отправьте Вашу открытку сейчас – в эту минуту! Это Ваш последний шанс!

Искренне ваш,

The Fateful Kiss—

It was in the month of a August
when a terrible tragedy
had its origin in the fact that
the hero and heroine had met
in a garden, and there they
were to be married.

Madly he had loved her—madly he had
loved her—(as all in vain. His love
was not of earth. Then in despair
he had turned to the sea and
in the night had seen her
and his fate was sealed.

If you would have a story so weird,
so strange, so full of horror
and mystery, and a tale so
true and so full of life, read
it in our new book.

TALES FROM THE SPANISH AND ITALIAN
The Source of the Greatest Literature in All Languages

These are the original stories that Shakespeare based upon in "Othello" and "The Merchant of Venice" and which have been translated into English by the most famous translators of our time. They are the original tales which have inspired the greatest writers of our time. They are the original tales which have inspired the greatest writers of our time.

Read the Next Page For Low-Cost, Great Quality, 53% Discount!

По предложениям такого рода мы с удовольствием продавали наличные запасы и забывали о них. Но иногда мы намеренно устанавливали для себя низкие квоты, когда целью было не количество, а качество.

Когда господин Стоун договорился с Брюсом Бартоном о продаже двух его книг - «Человек, которого никто не знает» и «Книга, которую никто не знает» - вместе с «Обзором обзоров», - он установил себе планку в 25000 продаж. Почему?

Потому что он чувствовал, ему нужно именно такое количество думающих, серьезных читателей «Обзора», чтобы уравновесить перечень подписки.

Понимаете, лист подписки надо планировать так же, как и любой другой, чтобы маркетолог имел четкое представление о типе целевой аудитории. Вы ведь не стремитесь сделать Вашими читателями всех совершеннолетних. Вы не стремитесь, чтобы все они работали в одной отрасли или принадлежали к одному классу или имели одни и те же интересы

Идеальный список – диверсифицированный список; список, равно сбалансированный между всеми типами, составляющими наиболее интеллектуально развитые классы американских читателей. Как Вам составить такой список. В меру возможностей – рассылая рекламные проспекты людям некоторых профессий и видов занятий. Но таким образом Ваш лист подписки никогда не превысит планку в 100 000. Чтобы приобрести больше подписчиков, вам необходимо расширить дело, охватить общие списки, и тогда шанс выбора будет утерян.

Что ж, поскольку Вы больше не можете выбирать разновидность подписчиков по своему усмотрению, Вам следует организовать предложение таким образом, чтобы читатели нужного типа сами находили Вас. Для этого. В основном. И служит премия. Возьмем. К примеру. Книги Брюса Бартона. Кому они могут быть нужны? Только наиболее серьезному целеустремленному читателю

Господин Стоун чувствовал, ему необходимо еще 925 000 подобных читателей в списках «Обзора». Поэтому он выбрал книги Бартона, чтобы отделить зерна от плевел – общей массы покупателей книг.

Для этого мы испытали (наша обычная практика) два вида писем, каждое из которых рассматривало задачу под своим, совершенно отличным углом. В этом конкретном случае оба сработали почти одинаково хорошо, поэтому мы вначале использовали одно, а затем – другое. В промежутке между их рассылками было продано 25 000 комплектов с рентабельно низкими издержками сбыта. Вот эти письма и проспект:

ДОРОГОЙ ЧИТАТЕЛЬ :

Иисус Христос – «основатель современного бизнеса?»

Иисус, мастер эффективной организации, прирожденный руководитель?

Иисус, общительный человек, веселый, яркий собеседник с подходящей историей, всегда готовой сорваться с Его губ – любитель прогулок на свежем воздухе с ясными глазами и крепкими мышцами?

Иисус, сформулировавший самые лучшие рекламные объявления из когда-либо написанных?

Да, это он – Иисус Христос, с которым Брюс Бартон знакомит сейчас сотни тысяч деловых людей.

Бартон – это блестящий, успешный молодой американский бизнесмен и писатель. В своей книге «Человек, которого никто не знает» он вводит к нам, в нашу повседневную работу, Иисуса, которого мы никогда прежде не знали, того, кто является образцом, и не некоторым идеальным и невозможным способом, а через нашу работу, управление банком или работу в офисе, продажу автомобилей, профессиональную работу... да любую работу.

Это – одна из двух книг, которые написал Брюс Бартон, будя их воображение и сердца людей повсюду... ставшие сенсацией киноэкрана, цитируемые тысячью газет, активно читаемые сотнями тысяч наблюдательных, успешных мужчин и женщин, испытывающих огромную радость от того, что, как оказывается, Иисус Христос – не образ где-то вне их жизни и ежедневного труда, к сожалению, с ними несовместимый, – а тот, кого они могут любить, с кем могут говорить, работать, получать от него уроки, причем даже в самой сокровенной сути их собственной профессии.

Это – одна из двух книг Бартона; другая, **«Книга, о которой никто не знает»**, – это, конечно, Библия.

Таким же образом Бартон вводит Ветхий Завет – в нашу жизнь и труд, в сегодняшние мысли и стандарты.

Подумайте об этом! Миллион мужчин и женщин, активно трудящихся во всем мире, внезапно обнаруживают Иисуса Христа и Библию рядом с собой, – оказывается, полезная, неотъемлемая часть их повседневной жизни и человеческого стремления – преуспеть!

Эти две книги Бартона интересуют и помогают богатым и могущественным; они помогают любому продавцу-новичку добывать заказы на крем для обуви – и работать над принципами, которые приведут его к богатству и власти.

Теперь Вы, представлявшие Христа аскетом, мистиком, хилым слабаком, «Мужем скорбей», будете стремиться познакомиться с этим энергичным и способным основателем «современного бизнеса». Если на протяжении жизни Вы сможете прочесть всего лишь две книги, это должны быть именно они.

«Обзор обзоров» гордится тем, что именно он распространяет такие книги, как «Очерки истории» Уэллса и работы О'Генри, гордится своей договоренностью с господином

Бартоном о выпуске этих двух книг, благодаря которому Вы получаете их обе, с нашим поздравлением, просто становясь подписчиком на «Необходимый Журнал».

Далее, подписку на журнал можно оплачивать маленькими ежемесячными взносами.

А потом Вам уже не нужно будет высылать деньги при оформлении заказа; книги будут доставляться Вам благодаря одной только вашей подписи и адресу на вложенной открытке, а если по какой-либо причине Вы захотите отменить заказ после просмотра этих двух томов, Вы совершенно свободно сможете сделать это.

Наше специальное подписное издание не продается в книжных магазинах. Книги имеют стандартный библиотечный формат. «Обзор обзоров» продается за 4 доллара в год. Вы получаете оба тома совершенно бесплатно, просто становясь подписчиком «Обзора обзоров» по обычной цене на срок 18 месяцев.

И могли бы Вы, даже помимо этих двух вдохновляющих книг, потратить какие-либо деньги с большей пользой, нежели, подписавшись на «Обзор обзоров»? Такие люди, как Николас Мюррей Батлер и Теодор Рузвельт, с одной стороны, а с другой - шахтеры и энергичные фермеры далекого Запада, полагались на него год за годом, чтобы не отставать от жизни.

То, что Вы читаете в газетах, часто вносит путаницу в мозги. «Обзор обзоров» расставляет для Вас все по местам. В «Достижениях мира» доктор Альберт Шоу отслеживает события и примечательных людей месяца.

Фрэнк Саймон, автор интереснейших обзоров европейских событий, совершенно простым языком дает Вам четкое представление о международных событиях и проблемах. Знаменитая «Новейшая история в карикатуре» в Обзоре развлекает и информирует Вас, освещая историю месяца посредством самых успешных карикатур со всех континентов.

В наше время засилья иллюстрированных журналов, когда ни один читатель не в состоянии прочесть и одну десятую из них, раздел «Передовицы Месяца» извлекает суть из всех сенсационных статей, появляющихся в периодических изданиях, и подает их Вам свеженькими. Кроме того, Обзорение включает статьи наших корреспондентов, журнал в журнале, информирующие Вас только о стоящих вещах, о которых говорят люди, о том, что поможет Вашей жизни и работе.

Чем меньше у Вас времени для чтения, тем больше Вам нужен «Обзор обзоров». Его одного достаточно, чтобы идти в ногу со временем. Это – журнал журналов.

Большая часть подписчиков, которых имеет или когда-либо имело любое ежемесячное периодическое издание, называют его «Необходимым Журналом» – «интеллектуальной аристократией Америки».

О таком полезном журнале; о двух таких подарках, доставляемых с ним; нужно всего лишь вписать Ваше имя, бесплатно и без обязательств, нужно помнить всего лишь одно:

Пошлите открытку, не мешкая, потому что тысячи людей уже спешат получить эти самые востребованные из ныне существующих книг.

Искренне Ваш,

* * * * *

Дорогой Сосед:

Просветите меня по одному вопросу, касающемуся непосредственно Вас:

Я задаюсь вопросом, похоже ли ваше представление о Христе на представления большинства людей – считаете ли Вы его «Мужем скорбей», посланным на эту землю, чтобы пройти некие жертвенные мучения, испытать радость от их преодоления, постоянно с нетерпением ожидая возвращения в Его небесный дом.

Это – представление об Иисусе, сложившееся у большинства людей. Это – то представление о Нем, возникновению которого поспособствовало множество учителей. Но не такое представление о Нем даст Вам внимательное прочтение Евангелий.

Физически слабый? Аскет? Анемичный? Иисус был успешным плотником во времена, когда инструментов было мало, и вместо лебедок и шкивов применялась грубая сила.

«Мужем скорбей»? Он делал людей счастливыми везде, куда Он ни шел. Больные, слабые, печальные – все стекались к Нему и уходили счастливыми. Детишки любили Его – и были радостны и счастливы с Ним. Он был самым популярным вечерним гостем в Иерусалиме!

Неудачник? Да ведь он был основателем современного бизнеса! Ибо что является лозунгом успешного бизнеса сегодня? Что, как не Служение?

И 1900 лет назад Иисус проповедовал на берегах Галилеи: *«Тот, кто станет великим среди Вас, должен быть Вашим слугой. И кто бы из Вас ни стал самым главным, он должен стать слугой всех»*. Хотя одно слово из этого не относится к правильно организованному современному бизнесу? Все же большинство людей считает, что идея давать больше, чем то, за что Вам платят, – новая идея! Просто мир только теперь осознает рациональность учения Иисуса.

В течение многих лет люди испытывали чувство, что то, что человек делает в будние дни, несколько оскверняло. Что Церковь по воскресеньям должна была стереть это пятно с человека так, чтобы он мог в будущем творить одно лишь добро. В то время как на деле значение не то, что Вы делаете по воскресеньям, а то, чем Вы занимаетесь в будние дни!

Именно к этому пониманию приходит сейчас современный бизнес. Это – дух, пронизывавший все слова и поступки Иисуса, как и показано в самой интересной, самой известной из когда-либо написанных историй об Иисусе...

«Человек, которого никто не знает» Брюса Бартона

Вместе со вторым томом – *«Книга, которую никто не знает»* – это произведение вызвало бурю в мире бизнеса. В ней Иисус изображается не как *«Муж скорбей»*, не как кроткий и непритязательный *«Агнец божий»*, а как величайшая из всех личностей в истории, как Практический Идеал современного делового человека.

«Я пришел, чтобы Вы могли жить – и жить в большем изобилии».

Он отличался от пророков. Он отличался от Иоанна Крестителя. Он принес миру новую идею – идею, которая изменила весь ход Истории. Хотите узнать, что это за идея? Тогда прочтите эти две великие книги.

Они расскажут Вам о самой замечательной мысли из когда-либо существовавших. И именно для того, чтобы развить эту мысль, мы договорились с Брюсом Бартоном предложить две его вдохновляющих книги с *«Обзором обзоров»* по особо льготной цене.

«Человек, которого никто не знает» и «Книга, которую никто не знает» продаются за 4 доллара. «Обзор обзоров» стоит 4 доллара в год. Если Вы отправите вложенную открытку по почте немедленно, то можете получить ВСЕ ТРИ - НЕ за 8 долларов, а только за 2 доллара в месяц в течение 3 месяцев (или за 5.30 долларов при единовременном платеже наличными).

Книги Бартона дадут Вам новое и намного более вдохновляющее понимание Иисуса, Его работы и Библии. «Обзор обзоров» будет каждый месяц доставлять Вам лучшее из всемирной мысли и достижений. Это - выборка самого существенного из большой массы газет и журналов и действительно стоящих статей специально для Вас. Это, коротко говоря, - универсальный ключ ко всему, что произошло за последние 30 дней.

Только один тираж!

Наша договоренность с Брюсом Бартоном - только для одного тиража его книг по этой специальной цене. Когда тираж разоидется, предлагаемая Вам возможность исчезнет.

Но пока он еще есть в наличии, Вы можете увидеть эти книги, просмотреть их, читать их в течение недели - БЕСПЛАТНО И БЕЗ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ. Только укажите имя и адрес на вложенной открытке - это все, что нужно.

Есть только одно условие - вашу открытку нужно отправить немедленно!

Искренне Ваш,



* * * * *

В другом случае, мы ощущали, что нам нужен читатель совершенно другого типа - человек лет тридцати пяти, сорока или сорока пяти, чувствует, что начинает слегка «тормозить», что он уже не столь энергичен и полон жизни, как ему хотелось бы, что мышцы становятся дряблыми, а волосы истончаются.

Как нам было выбрать его из массы людей, читающих газеты, книги и журналы? Он уже не особенно интересуется накачиванием мышц. Он хочет чувствовать себя комфортно. Но ему также нужны здоровье, жизненная сила и энергия – настолько, чтобы наслаждаться жизнью так же, как и раньше. Поэтому мы включили для него Курс Уроков, разработанных Институтом продления жизни, и при помощи этого получили около 50 000 читателей для Обзора обзоров.

Только посмотрите, как легко и естественно с этим справляются письмо и проспект:

ПОСЛАНИЕ ВАМ ОТ ВЫДАЮЩИХСЯ ДЕЯТЕЛЕЙ МЕДИЦИНЫ!

Знаете ли Вы...

Пять элементарных правил правильной жизни?

Десять руководящих принципов занятий физической культурой?

Какие упражнения помогут Вам оставаться в форме?

На что должен быть способен нормальный человек?

Когда солнечный свет вреден?

Каково самое сильное лекарственное средство Природы?

Как лечить головную боль?

Отчего возникают простуды?

В чем мышцы нуждаются больше всего?

Какие упражнения нужны женщине?

Как свежий воздух влияет на кожу?

Как слюноотделение влияет на пищеварение?

Какие витамины жизненно необходимы?

Когда принимать горячие или холодные ванны?

Как тело сигнализирует об опасности?

В чем сердце нуждается больше всего?

Как дать глазам отдохнуть?

ДОБРОЕ УТРО, СЭР:

Помните, как Вы перепаживали огромные объемы работы день за днем и месяц за месяцем, энергично, с энтузиазмом, без каких-либо признаков усталости или нервного напряжения? Помните, как Вы имели обыкновение наслаждаться теми вечерами, когда, покинув Ваш офис или магазин, Вы чувствовали себя так. Как будто и не провели только что трудный рабочий день?

Без сомнения, Вы часто задавались вопросом, почему Вы не можете так работать и наслаждаться теперь, почему Вы утешаете себя изъеденным молью ложным доводом о том, что *«Когда человек становится старше, ему не следует ожидать того же удовольствия от жизни, какое он испытывал в молодости»*.

Бедная старая отвергнутая идея!

Молодость – это не вопрос времени. Это – физическое состояние. Вы и сейчас можете быть столь же оживленным, столь же активным, столь же веселым и беззаботным, как и десять или двадцать лет тому назад. Подлинная молодость – это просто прекрасное состояние здоровья.

Вы можете иметь такое здоровье и сопровождающие его безграничную энергию и работоспособность. Вы можете обмануть время на десять или двадцать лет просто подходя к этому сознательно, правильно организовав питание, сон,

физические нагрузки. Вам не нужны длительные утомительные тренировки; не нужна изнурительная диета; Вам нужно только жить рационально.

Современная наука говорит нам, что старость – это просто придуманное нами название для постепенного отравления наших тел. Боли и немощи проникают сквозь тело, слабый живот, углубляющиеся морщины на лице, нервное раздражение, навязчивое ощущение притупления чувств и уныния – эти внешние симптомы указывают, что в крови, тканях и суставах накапливаются яды; если мы избавимся от них, то далеко продвинемся по пути устранения старости; но если своей беспечностью мы позволим ядам оставаться в теле, то будем выглядеть старыми и чувствовать себя старыми независимо от нашего возраста.

Впервые в истории медицины ведущие врачи и ученые уделили время, исследовали, разработали инструкции и оценили большую работу всенародного значения, которая воплощает самые последние достижения медицинских исследований. Впервые величайшие специалисты мира написали простым и понятным языком, что Вам нужно делать, чтобы создать живое, сильное, мускулистое, здоровое тело, – чтобы приобрести то человеческое ощущение излучения энергии и энтузиазма, которое дает только прекрасное здоровье.

Курс физической подготовки в «Обзоре обзоров» сообщает Вам – бесплатно – как системно очистить организм от ядов, как жить хорошо, чувствовать себя прекрасно и иметь тело, которым можно гордиться.

Предоставив благодаря Совету по вопросам гигиены из 100 ведущих врачей и ученых наиболее всеобъемлющую и проверенную информацию по этим предметам, Институт продления жизни в течение двух лет работал с редакторами, назначенными «Обзором обзоров», чтобы изложить все научные факты в логичном порядке и таким простым, понятным языком, чтобы даже самый занятый человек мог мгновенно уловить его значение.

Тысячи экземпляров этого курса, скомпонованные в пятнадцать полных уроков, были проданы бизнесменам и специалистам по всей стране по цене 18 долларов за штуку. А если бы вы увидели письма, которые мы получали каждый день, рассказывающие об улучшении здоровья и прибавлении сил, о счастье и новом чувстве наполненности в неблагополучных семьях, вы бы, правда, поверили, что это стоило потраченных денег.

Но пятнадцать уроков было слишком много для настоящего занятого человека, поэтому мы выбрали все самое важное из курса и получили семь интересных насыщенных уроков.

Эти семь уроков вы получите бесплатно!

Так как этот курс физкультуры нравился больше всего только наиболее проницательным и сообразительным бизнесменам и профессионалам страны и так как это именно те люди, которых мы хотим видеть среди читателей «Обзор обзоров», мы предоставим этот курс АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО вместе с обычной подпиской на «Обзор обзоров» на полтора года. По желанию оплату можно производить раз в месяц всего по 50 центов.

Некоторые наши знакомые говорили, что нам следует просить 15-20 долларов за этот курс, что люди скорее заплатят эту сумму, чем получают его бесплатно. Они рассказывали старую историю о том, как человек стоял на Лондонском мосту, пытаясь отдать золотые соверены (золотая монета в один фунт стерлингов) бесплатно, но никто их у него не брал. Но мы верили что тип людей, который читает «Обзор обзоров», был слишком прозорливым и расторопным, чтобы отказаться от крайне ценной вещи лишь из-за того, что их не просят сколько-нибудь за нее заплатить.

Когда человек получает этот курс; пользуется им, повышает в связи с этим уровень здоровья, счастья и продуктивности; понимает, что курс донес до него, говоря кратко, легкие для понимания и важные понятия, какие только известны науке на сегодняшний день, о развитии человеческого тела, о полезных привычках, о правильном питании, — он безоговорочно верит «Обзору обзоров». А это все, что нужно журналу — большое количество людей, которые ему доверяют.

Просто посудите сами: вы хотите всегда отлично выглядеть; вы хотите гибкое сильное тело, широкие плечи, хорошую осанку; хотите крепкие и упругие мускулы, которые без труда выполнят все, что вам требуется; хотите испытывать то чувство переполняющей вас энергии и энтузиазма, которое бывает только при отличном здоровье. Из нашего курса вы можете получить все это, не принимая никаких шарлатанских лекарств, а следуя надежным правилам, основанным на огромном опыте величайших ученых и медиков нашего времени.

Чтобы убедиться в этом, вам нужно лишь заполнить, подписать и отправить приложенную открытку. Через неделю вы можете вернуть курс, ЕСЛИ ПОЖЕЛАЕТЕ. Испробуйте его! Не слушайте то, что мы ГОВОРИМ о нем. ВЫЯСНИТЕ САМИ! Это легко. Просто пошлите открытку.



Помните, вы ничего не обязаны делать. Этот заказ - всего лишь реклама курса. Это ничего не стоит и ни к чему вас не обязывает, до тех пор пока вы за неделю не испытаете его у себя дома и не ОСТАНЕТЕСЬ ДОВОЛЬНЫ!

Просто пришлите открытку. Она обязывает нас, но не вас!

Но помните, это предложение действительно только пока в наличии есть образцы БЕСПЛАТНОГО издания курса, а таких осталось всего 1700. Так что пишите свое имя на открытке и отправляйте ее ПРЯМО СЕЙЧАС! Нельзя терять времени.

С уважением,

* * * * *

Было множество подобных заказов: Линкольн, Барнум, «Лучшие рассказы мира» Тома Массона и десятки других. Были действительно хорошие письма, судя по результатам (к примеру, мы продали 20000 рассказов Массона), но в них не было ничего особенного, поэтому далее будут приведены три стандартных письма и типичные рекламные проспекты.

В первом письме говорилось о кратком курсе по созданию беспроводных приемников в домашних условиях. Как вы помните, написан он было примерно через год после войны, когда идея беспроводных приемников в домах только появилась, и многие аппараты создавались непрофессионалами и продавались в магазинах. С помощью следующего письма и рекламного проспекта было продано около 10000 экземпляров курса:

***Отредактировано и одобрено генерал-майором
Джорджем О. Скваром, Главой корпуса военной связи
армии США***

ДОРОГОЙ СОСЕД:

Если Вы поступите так, как поступил Ф.Д. Каневи, а он живет в небольшом шахтерском городке, вы больше никогда ни на день не будете отрезаны от лучших музыкальных произведений, развлечений, мира спорта, новостей рынка и ежедневных событий.

Неважно, где Вы находитесь, в городе или деревне, в хижине в горах или на даче, новости, развлечения, музыка и образование находятся просто в воздухе вокруг вас. Вам стоит лишь протянуть руку и получить все, что пожелаете.

И вы можете пользоваться всем этим, как только пожелаете: поклонник бейсбола может следить за играми, подача за подачей, игра за игрой; предприниматель – за событиями на рынке, ежедневными новостями; его жена смотреть развлекательные программы, оперу, лекции, модные показы; молодежь – комедии и программы с танцевальной музыкой; дети – песни и сказки на ночь.

***Правительство потратило миллионы, чтобы все это стало
возможным.***

Великое изобретение, сделавшее радиотелефон простым и доступным, так как недавно обычный телефон перестал использоваться в результате экспериментов, проведенных войсками связи армии США во время войны. Это стоило государству миллионы. Это одно из крупнейших достижений человечества, полученное в результате затрат на ведение войны. Когда война закончилась, радиотелефон из лабораторий попал в дома.

Беспроводной мир.

Неизвестен предел, до которого могут доходить беспроводные сообщения, если приемник достаточно чуткий.

Придет время, когда вы сможете «подслушивать» большую оперу в Севилье или Вене так же просто, как в Нью-Йорке, когда вы сможете танцевать под музыку оркестра, играющего в Париже или Санкт-Петербурге, когда вы услышите обращение премьера Великобритании к Палате общин или как Папа Римский благословляет паломников в Риме.

Простой курс по домашнему радио.

Домашнее радио стало доступно всем: богатым и бедным, молодым и старым, живущему в квартире и в горах. Любой мужчина или юноша может сделать приемник за небольшие деньги.

Семь знаменитых инженеров и ученых работали совместно, чтобы создать курс, который простым нетехническим языком расскажет, что и как делать, что и как собрать, что покупать, если вы решили все же покупать приемник, и как им пользоваться.

Отредактировано генерал-майором Скваером, главой войск связи.

Так как генерал-майор Джордж О. Скваер, глава войск связи армии США (и, вероятно, единственный человек в США, наиболее полно понимающий суть дела) верит, что это может стать одним из величайших открытий для будущего страны, что это, как ничто другое, может восстановить благоприятную домашнюю атмосферу, он помог нам сделать этот курс настолько достоверным, надежным и современным, насколько это было возможно. Он прочитал каждое слово в этой книге, внес исправления и предложения, а результат был удостоен его поддержки и одобрения.

Отправка на пробу с предоплатой.

Воздух полон беспроводных сообщений постоянно. Особенно вечером там есть вещи, которые никому не стоит пропускать. С вами будут говорить известные люди, петь для вас, развлекать вас. И ВАМ НЕ ПРИДЕТСЯ ПОКУПАТЬ БИЛЕТ, не придется занимать места. Все, что вам нужно сделать, это отправить приложенную в письме форму и получить этот простой курс. Он откроет Вам путь к самым чудесным развлечениям.

Только подумайте, один вечер нетрудной для отца или мальчиков работы принесут в ваш дом нечто, чем вы сможете наслаждаться всю жизнь! И курс будет выслан Вам НА ПРОБУ по предоплате. Если он Вам не понравится, покажется недостаточно ясным и простым, даже для понимания ребенка,

ОТПРАВЬТЕ ЕГО ОБРАТНО! Вам вернут ваши деньги сразу же, без препираний и вопросов.

Только отправьте открытку ПРЯМО СЕЙЧАС. С каждым днем Вы пропускаете что-то интересное. Не откладывайте. Получите свой билет на бесконечные развлечения. Подпишите и отправьте открытку!

Искренне ваши,



* * * * *

Так получилось, что производитель напечатал большое собрание сочинений Шекспира в маленьких кожаных томах, чтобы использовать их как призы, а когда продажи закончились, выяснилось, что у него осталось несколько тысяч лишних наборов. Поэтому он предложил их нам по невысказанно низкой цене. Мы купили их и стали продавать вместе с подпиской на журнал «Обзор обзоров», полагая, что поклонники Шекспира были подходящими читателями для нашего журнала.

Вот письмо, которое имело успех. Оно не только получило свои 4 процента, но с его помощью мы продали все экземпляры за одну рассылку и могли бы продать еще ни одну тысячу. Но мы не могли произвести больше изданий, чтобы повторить свой успех.

Изящно. Удобно. На все времена.

ШЕКСПИР

**20 томов с обложкой из натуральной кожи с позолотой,
карманное издание, всего за 1 доллар.**

Уважаемый господин,

Если хотя бы 4 процента наших читателей согласятся на это предложение, мы продадим все издания, имеющиеся у нас. Если это произойдет, то мы сможем предложить Вам новое издание лишь по цене в пять раз выше!

Это мы можем гарантировать. Прочитайте приложенный рекламный проспект, чтобы узнать больше.

Мы делаем на этом акцент, потому что это весьма необычное предложение, и если не действовать быстро, то можно его потерять. Подпишите приложенную открытку прямо сейчас и получите 20 прекрасных мини-томов в подарок. Промедлите и не получите их, если, конечно, вы не готовы платить в пять раз больше.

Шекспир, прекрасный для всех времен и народов, может быть столь же прекрасным в карманном издании. Каждое предложение, каждое слово драгоценно, великолепно и бессмертно; каждая пьеса скрыта в драгоценном футляре – книге, которых всего двадцать. Естественно, мы делаем это чудесное предложение подписчикам «Обзора обзоров». Все, что Вам необходимо сделать, это стать подписчиком «Обзора обзоров», журнала, который и без помощи Шекспира читают более 250 тысяч наиболее просвещенных людей.

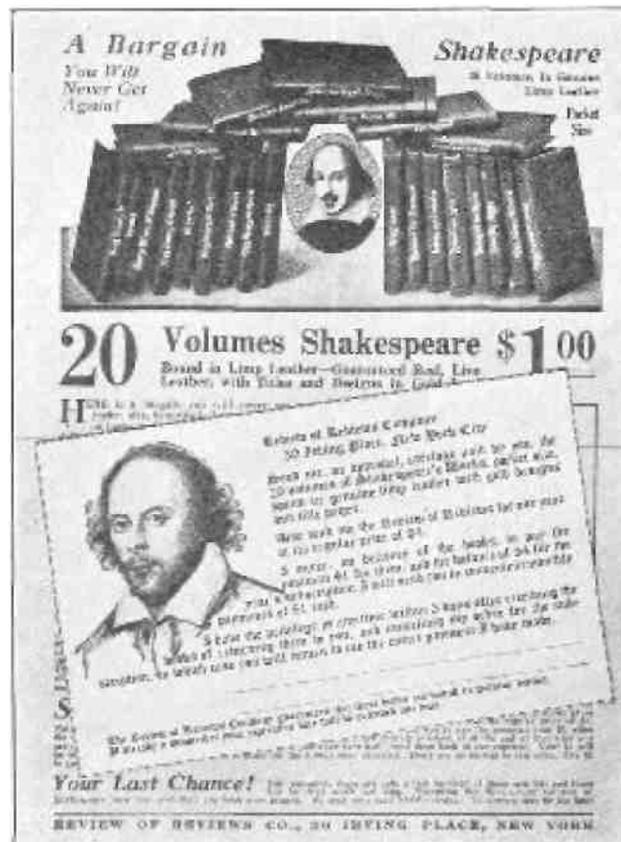
А чтобы окончательно вас убедить, мы даем Вам возможность вернуть книги и полностью получить назад свои деньги, если вам того захочется.

Поэтому вы ничего не потеряете, если подпишите и отправите открытку, но, может быть, заключите лучшую сделку в вашей жизни!

Но вы должны действовать СЕЙЧАС, пока эти несколько сотен экземпляров не раскупили.

С уважением,

p.s. Если Вы уже являетесь подписчиком «Обзора обзоров»,
Ваша подписка будет продлена еще на год.



* * * * *

Почему люди покупают журналы? Не только ради отдыха. Они покупают серьезные издания, например, «Обзор обзоров», так как там может быть написано о том, что происходит в мире, но они не станут читать слишком много сразу. В промежутках им нужно расслабляться. А так как в «Обзор обзоров» не печатают художественной литературы, то лучший способ ее предоставить – дать в качестве подарка. Итак, раз мы хотели вывести художественную литературу на уровень самого журнала, то в качестве приза мы выбрали (или точнее Фред Стоун выбрал, так как это была его идея) рассказы, удостоенные премии О. Генри, как лучшие за год. И мы продали около 30-40 тысяч их копий. А вот как мы это сделали:

Для тех, кто хочет только самого лучшего для себя и своих детей.

Дорогой читатель,

Представьте, что при вас была бы комиссия мудрых литературных экспертов, которые бы выбрали из 4000 коротких рассказов, выпущенных за последние 4 года, только самые лучшие, волнующие, трагические или очаровательно остроумные, только те рассказы, которые действительно стоит прочитать и сохранить. Понравилось бы вам это, и захотели

бы вы получить эти 64 избранных рассказа, чтобы наслаждаться самому и читать знакомым?

Если бы эти восемь томов с 64 избранными историями были заботливо облачены в переплеты и ПОДАРЕНЫ ВАМ как читателю журнала «Обзор обзоров», Вы бы воспользовались этой возможностью?

Короткие рассказы – особое достижение американской литературы. Шедевры появляются каждый месяц. Но как их найти среди 6 тысяч рассказов, публикующихся каждый год в сотнях журналов и книг?

Самим вам с этой проблемой не справиться, но с ней за вас справилась Ассоциация науки и искусства, которая в течение четырех лет читала и изучала каждый рассказ из этого внушительного списка для вручения премии О. Генри, которая присуждается за действительно выдающиеся короткие рассказы.

В каждом томе есть вступление, рассказывающее о том, как и почему была присуждена премия, что по-настоящему интересно всем любителям хороших коротких рассказов и абсолютно безразлично молодежи, чьи вкусы и стандарты только формируются.

Если вы любитель коротких рассказов, почему бы не получить самое лучшее? Очевидно, что ни один любимый журнал и ни один любимый автор не будут каждый раз попадать в цель и удовлетворять ваши вкусы. В этих восьми томах по 1200 страниц содержатся 64 точных попаданий в цель, избранные из 24 тысяч попыток.

Здесь есть не только известные авторы коротких рассказов, но лучшие избранные работы этих писателей, также захватывающие произведения новых, еще не признанных, авторов или человека, написавшего только одну (или всего несколько) историй, но очень хороших историй. Единственный вопрос, который задавался при отборе, – будет ли читатель испуган, развеселен, доволен или растроган настоящим литературным искусством. Так каждая история, превзошедшая другие, была добавлена в книгу для вас.

Прочитайте внимательно:

Вам нужно будет заплатить лишь 10 центов за доставку. Книги с качественным твердым переплетом, чья цена должна была бы составлять 3-4 доллара на собрание из восьми томов, будут доставлены вам по адресу, указанному в открытке, всего за 10 центов.

В то же время, вы получите подписку на «Обзор обзоров» на полтора года (цена подписки 4 доллара в год), и раз в месяц вам будут приходить небольшие счета за подписку (по 75 центов)

Редактором «Обзор обзоров» в течение тридцати лет является доктор Альберт Шоу. Журнал выходит ежемесячно и широко известен, как издание, рассказывающее людям о новинках в мире литературы, политики, публичных фигурах и важнейших событиях мира, а признанный специалист по вопросам Европы Фрэнк Х. Саймон комментирует каждую тему. Этот журнал необходимо читать, чтобы не отставать от жизни, и он покажется вам еще более нужным в ближайшем году, когда грядут выборы, с описаниями волнующих и загадочных политических событий, а также проблем и людей.

Получите совершенно бесплатно вместе с подпиской на него этот прекрасный набор книг для наиболее приятного проведения досуга, и в ближайший год в вашей жизни не будет ни одной скучной минуты.

Мы выпустили одно крупное издание этого набора, содержащее истории, получившие премию, за последние четыре года, и мы полагаем, что мало кто из заказчиков захочет вернуть его назад.

Поэтому, если вы хотите получить серьезный и полезный журнал и прекрасные развлекающие короткие рассказы, пользу и удовольствие в одном флаконе, – *Отправьте открытку прямо сейчас.*

С уважением,

P.S. *Специальный приз для вас:*

Так как каждый год будут появляться следующие тома рассказов, получивших премию О. Генри, читатели, принявшие это предложение, смогут приобретать их по 60 центов (при условии, что они все еще будут подписчиками «Обзор обзоров»), тогда как их розничная цена будет составлять 1,90 долларов за штуку.

Глава 15

КАК ПРОДАВАЛИСЬ «ОЧЕРКИ» УЭЛЛСА

Когда нам предложили «Очерки истории» Уэллса, магазинные продажи двухтомного комплекта по цене 10.50 долларов уже достигли 50 тысяч экземпляров. Но процесс начал понемногу ослабевать, поэтому Макмиллан вскоре стал выпускать однотомное издание по цене 5 долларов. К этому времени, нам дали шанс продать их вместе с подпиской на наш журнал – но чтобы получить такой шанс, нужно было согласиться продать 83 тысячи экземпляров в течение двух лет и выплатить 25 тысяч долларов авторского гонорара для подтверждения сделки!

Продать 83 тысячи чего-либо – довольно крупное обязательство, особенно если учесть, что авторский гонорар должен быть выплачен независимо от того, удались продажи или нет. Поэтому перед принятием соглашения имелись некие сомнения. Окончательное решение сформировалось после того, как у нас появился бонус - протестировать возможность потенциальных продаж в течение шестидесяти дней. Макмиллан был согласен, и мы приступили к работе.

Поначалу идеи о том, как лучше продать произведение Уэллса, сильно расходились. Газеты провели настолько подробный обзор книги, их комментарии оказались настолько лестными, что появилось ощущение, будто это тот самый случай, когда не нужно прилагать особых усилий для продаж. И все, что нам нужно сделать – напомнить людям информацию об Уэллсе из журналов и газет, затем сообщить им, что перед ними шанс получить превосходную книгу, 50 тысяч экземпляров которой было продано по цене 10.50 долларов, за треть этой цены!

Те, кто придерживался данной идеи, были настолько твердо уверены в своей позиции, что письмо и циркуляр написали приблизительно так. 10 тысяч из них прошли тест. Вот письмо:

ЧТО?
«ОЧЕРКИ ИСТОРИИ»
ГЕРБЕРТА УЭЛЛСА
За Третью Исходной Цены

Уважаемый господин:

Полагаем, мнение о том, какая книга сегодняшнего поколения дарит самое увлекательное чтение, наиболее полезна для читателя и больше всего важна для человечества в целом, узнавали у всей англо-говорящей аудитории. Эта книга –

«Очерки истории» Герберта Уэллса –

не только возглавила список, но и более, чем вдвое обогнала своего главного соперника. Мы не будем тратить Ваше время, говоря о таких очевидных вещах, кроме следующего факта, который заинтересует лично Вас:

Большие амбиции господина Уэллса по поводу данной эпохальной работы состоят в том, что, по его мнению, книги должны получить миллион читателей, которые, наслаждаясь чтением, получают новую концепцию человечества и его значения во Вселенной – так же, как те сто тысяч человек, которые могут позволить себе приобрести книгу за 10.50 долларов.

Почему Осуществляется Данное Предложение

Чтобы дать нам возможность предлагать новое издание, подписчикам журнала Blank Magazine только по действительно низкой цене, оплачиваемое небольшими взносами, господин Уэллс согласился только за это издание взять всего лишь одну седьмую часть авторского гонорара, выдававшегося за предыдущее двухтомное издание.

То, что это наиболее значимая для этого, или любого другого, журнала рекламная кампания, видно сразу. Мы с полной уверенностью ждали огромного количества заказов, сметывающих налету издание, на которое мы подписали контракт.

Следовательно, мы (чтобы поддержать ровную пропорцию списка наших подписчиков) отправили огромное количество копий в каждый штат вместе с пронумерованными прилагаемыми формами для заказов, действие которых истекает после 10ти дней с момента получения. Кроме того, были копии шедевров Уэллса, до которых очередь еще не дошла.

«Общее Приключение Всего Человечества»

История Уэллса, начиная с появления вещей из ничего, представляет собой захватывающий рассказ общего приключения всего человечества – развития не только людей, но и жизни всей природы. Возможно, Вы не осознаете, что с помощью Истории Уэллса, Вы ближе, лицом к лицу знакомитесь с величайшими героями истории, ближе, чем это когда-либо удавалось.

Александр Великий, Цезарь, Клеопатра, Мухаммед, Карл Великий, Наполеон – Уэллс представляет их реальными людьми, и если Вы не посмеетесь от души, знакомясь с ними лицом к лицу, мы не правы.

Blank Magazine начинается там, где заканчивается Уэллс

Blank Magazine, наиболее читаемый на протяжении четверти века журнал, освещал актуальные мировые события, он начинается там, где заканчивается История Уэллса. Каждый месяц журнал отображает Вашу собственную мировую историю до конца Вашей жизни.

Он представляет те вещи, о которых Вы хотели знать. Из всех газет и журналов собирается все самое стоящее, и передается суть. Журнал связывает воедино важнейшие события, располагает их в строгой последовательности, настолько ясно и захватывающе показывает их взаимосвязь друг с другом, что Вы поражаетесь, каким образом кто-либо мог считать себя хорошо проинформированным, всего лишь просматривая фрагменты ежедневных новостей.

Нет Денег – Нет Риска – Но Поторопитесь!

Прочтите прилагаемый циркуляр, чтобы понять, почему это самая обсуждаемая и самая достойная работа нашего поколения.

Но самое важное – впишите свое имя на прилагаемую карту. Это все. Подписанная карта подтверждает Ваше желание приобрести издание и сокращение господином Уэллсом своего авторского гонорара до одной седьмой его предыдущего значения.

Карта обеспечивает Вам отправку великолепной книги в 1200 страниц, полной карт и иллюстраций. Расходы оплачены, и у Вас есть полное право возврата книги в течение пяти дней после ее получения. Просмотр не будет стоить Вам ни единого цента.

У этого предложения нет ограничений – Ваш заказ не будет реализован, если Вы этого не захотите.

*Но отправьте карту сейчас – без денег.
Завтра может быть слишком поздно!*

Искренне Ваш,

* * * * *

Вместе с письмом следовал циркуляр под названием «Король Современных Писателей». Циркуляр состоял из четырех страниц, наполненными блестящими рекомендациями и описанием Истории от практически каждого книжного обозревателя страны.

Тем не менее, результаты теста оказались очень удручающими, и если наш второй тест не будет полностью напечатан и готов к отправке по почте, придется распрощаться с идеей продажи Уэллса.

Как видите, одни только рекомендации не могут продавать книги по почте. Вам нужно нечто большее, чтобы пробудить интерес обычного читателя. С того момента, как мы впервые увидели «Очерки истории» Уэллса, нам казалось, что интересным моментом – наиболее подходящим для того, чтобы поймать читателя на крючок, является доисторическая точка зрения, то, как он начинает книгу с описания возникновения вещей и продвигается дальше к документированной истории. Вот письмо, с помощью которого мы протестировали 10 тысяч человек. Затем сразу же последовало еще более трех миллионов:

Наконец-то!
«Очерки Истории»
Герберта Уэллса
В Семь Раз Дешевле Начальной Стоимости!

Уважаемый Господин:

Прилагаемое десятидневное предложение стоит настоящих денег, поэтому мы ограничили его лично для Вашей же пользы. Предложение нельзя передавать, оно актуально только в течение десяти дней после получения данного письма. Если Вы не можете воспользоваться им, мы будем очень благодарны Вам за его уничтожение.

Письмо отправляется избранному списку людей, дает возможность получить наиболее обсуждаемую, наиболее успешную и величайшую книгу сегодняшнего поколения за треть первоначальной стоимости! Подумайте об этом – скидка 67% от стоимости, которую 50 тысяч человек уже оплатили! Вы согласны с тем, что это выгодное предложение?

Конечно, Вы знаете, что «Очерки истории» Уэллса являются самой обсуждаемой книгой в мире на сегодняшний день. Неважно, куда Вы идете – неважно, чем Вы занимаетесь – Вы столкнетесь с ней. Газеты и журналы всей страны фактически в один голос хвалят ее. «Литературная критика» просто извелась в попытках адекватно описать ее.

Люди повсюду – простые обыватели, как я и Вы – с жадностью читают ее, получая истинное удовольствие, считая, что это самый лучший из популярных увлекательных рассказов. А все потому, что в ней представлены вещи, о которых мы

хотим знать: о народах, странах, правителях; все это написано интересным языком с язвительными, пронизательными комментариями и периодическими юмористическими сообщениями в газетах. Например, N.Y. Tribune заявляет:

«Это одна из наиболее захватывающих книг всех времен».

50 тысяч копий Очерков истории Уэллса продано в магазинах по цене 10.50 долларов. Еще более 50-ти тысяч могут быть проданы таким же образом. Но Герберт Уэллс хочет достучаться до всех думающих людей этой страны и дать нам шанс получить одно большое издание. Ради этого он согласился пожертвовать 85% своего авторского гонорара за это издание!

Предложение, Которое Мы Никогда Не Сможем Повторить

В результате – такое предложение, которое мы можем сделать лишь однажды:

Изумительные «Очерки» Герберта Уэллса, известные и обсуждаемые, независимо от того, повреждены ли книги, собраны в единый восхитительный том, полностью проиллюстрированы, по цене **3.50 долларов!**

И –

**годовая подписка на журнал Blank Magazine
по его обычной цене 4 доллара.**

***Все вместе 7.50 долларов, оплачиваемые небольшими
ежемесячными суммами по 50 центов, или 6.50 долларов
наличными.***

История Уэллса, начинающаяся с возникновения вещей из ничего, представляет собой захватывающий рассказ общего приключения всего человечества – развития не только людей, но и всей природы.

Blank Magazine рассказывает о тех мировых событиях, о которых хочется знать. И всех газет и журналов собирается все самое стоящее и суть этого передается Вам. Журнал связывает воедино важнейшие события, располагает их в строгой последовательности, настолько ясно и захватывающе показывает их взаимосвязь друг с другом, что Вы поражаетесь, каким образом кто-либо мог считать себя хорошо проинформированным, всего лишь просматривая фрагменты ежедневных новостей.

"The King of Modern Writers"

—Dr. Frank Cross

"Here at Last is a History of AN Men for AN Men. It is Our History—Yours and Mine. Let Us Not Neglect It."—Minneapolis Journal

This is a new kind of book circular descriptive of H. G. Wells' "Outline of History," just as his great work is a new kind of history, which gives all history as one story—the story of life and mankind for popular reading. For we publishers have nothing to say in this circular; the critics of America and England do it all. And, at that, it is not a hundredth part of the praise that has been given this monumental work. Is there any other book of today that a publisher would dare this method with?—The Publishers

Option No. _____

Wells to our
this

REVIEW OF REVIEWS CO.,
26 Irving Place, New York City

You may send me, on approval, charges paid by you, one issue of H. G. Wells' "Outline of History," in the latest revised edition, published in one compact volume of about 1,200 pages, complete with text maps and illustrations—the same, except for the author's corrections and revisions, as the original two-volume edition—of the special price of \$7.50

Also enter my name as a subscriber to the REVIEW OF REVIEWS for one full year, at its regular subscription price—\$4. I will either return the Wells' History within a week, and cancel this order, or I will send you the magazine delivered, and cancel this order. I will send you the magazine in five days and five months thereafter and \$7.50 has been paid you.

Name _____

Address _____

City _____

For full book with price, send only \$0.50

Just think of one
opus or Ape Man
mashing literary

thing he touches into
tica and now—his-
in a style as simple
universal history
planned sections:
—The Making of
—Judea, Greece
Collapse of the
and Islam—The
Land Ways and
Ways—The Age
Stage in His-
Statement as to
of knowledge and of will. There
not a dull line in the whole work."—*Chris-
tian Work.*

...to narra-
... development illus-
... idea that man has failed
... knew too little . . . This inter-
...ing history, modern in the best sense yet
... well documented, is likely to prove the most
... important textbook of the decade."—*New
York Evening Post.*

"It seems incredible at first sight that Mr. Wells has been able in so short a time to produce a so altogether wondrous work as his new 'Outline of History.' But he has been for years engaged in arduous and effective preparation by studying man and his wandering desire."—*The Yale Review.*

Option critiques
L. J. Schuch
H. G. WELLS
"OUTLINE OF HISTORY"
REVISED EDITION

Есть Лишь Одно Условие

Мы ставим лишь одно условие - Вам следует отправить заказ.

Все печатные формы подготовлены, бумага закуплена, печатные станки ждут - но мы можем выпустить лишь одно издание по такой цене. Мы хотим дать шанс всем нашим друзьям на приобретение этого издания. Поэтому сейчас отправляем это предложение Вам.

Отправьте по почте прилагаемую карту, без денег, и мы вышлем Вам «Очерки истории» Уэллса по специальной цене для недельного бесплатного просмотра. Также не забывайте о годовой подписке на журнал Blank Magazine.

Если по какой-то причине Вам не понравятся «Очерки истории», можете вернуть их к концу недели, отправить 25 центов за копию высланного Вам журнала, и отменить заказ.

В этом предложении нет никаких обязательств – Ваш заказ не будет оформляться, если Вы того не захотите.

Но отправьте карту сейчас – без денег. Завтра может быть слишком поздно!

Искренне Ваш,

С первых дней поступления заказов после этого письма и циркуляра, не было ни единого момента сомнений, удастся ли нам продать «Очерки» Уэллса. Из обычного профессионального списка таких людей, как доктора, юристы и им подобные, получилось только 3,5% ! А что касается хороших списков заказов, если мы расскажем Вам что-либо по поводу процентов, которые этот циркуляр сорвал, Вы просто не поверите нам!

Это нельзя назвать просто удовлетворением, когда, сомневаясь по поводу соглашения на продажу 83 тысяч копий за два года, мы реализовали 90 тысяч за четыре месяца! Все благодаря письму и циркуляру, представленным выше.

На самом деле, мы пытались делать газетную и журнальную рекламу, но два лучших рекламных агентства страны не могли разработать единую рекламу, которая принесла бы заказы отовсюду по той низкой цене, которую мы назначили по почте. Это случилось только тогда, когда мы взяли разные страницы из циркуляра, как единое начало: *«Самый старый человек в мире»*, и сделали из них рекламную страницу, и тогда результат стал виден. Но до того, как это произошло, было продано 90 тысяч копий по почте.

Каждая из продаж сопровождалась подпиской на журнал – 3.50 долларов вместе с Уэллсом, 4 доллара за журнал, это обозначает те 3,5 процента. Каждый циркуляр по почте стоил нам 2,5 цента и приносил 26 центов с заказами. Так получалась прибыль. Затем было решено переплести следующее издание Уэллса в искусственную кожу и продавать его отдельно. Реализовав это, мы продали еще 60 тысяч томов до конца года!

Циркуляр, сопровождавший письмо к книге Уэллса, содержал восемь страниц, пять из них были настолько интересны, что позднее каждую успешно использовали в газетной и журнальной рекламе.

Первая страница начиналась с увлекательного изображения египетской принцессы Хатшепсут, нашедшей ребенка Моисея около своей купальни близ Нила. Там было написано:

Нахождение Моисея

На черепке, недавно найденном при раскопках руин древнего Ниппура, была обнаружена надпись на шумерском языке, рассказывающая практически идентичными словами Библейскую историю рождения и нахождения Моисея.

Написанная около 5 тысяч лет назад, столетиями раньше Евангелия, она обозначала больше, чем традицию, передаваемую от отца к сыну в Израиле. До сих пор она образует почти точную параллель с Евангельским повествованием.

Эта удивительно интересная надпись – одна из тысяч тех, что ученые и историки анализируют, чтобы изучить историю древних народов, живших, боровшихся и умерших на Палестинской земле во времена Моисея, Джошуа и Пророка Мухаммеда.

Сейчас ее впервые перевели на английский язык и сделали легко доступной. Эту и тысячу других историй, к которым люди питают неподдельный интерес, можно найти в –

О Ч Е Р К А Х И С Т О Р И И Герберта Уэллса

Возможно, Вы считаете, Римская Империя существовала давным-давно; возможно, Вы рассматриваете Греческую и Египетскую цивилизации как «Древнейшую Историю».

Ничего подобного!

Сравнивая с многовековой жизнью, о которой говорит Уэллс, битвы в Марафоне и Фермопилах, дни фараонов и Цезаря, были будто бы вчера.

История, уходящая в 100 миллионов лет назад, тщательно описывающая грубые начинания человека 500 тысяч лет назад – проходящая через доисторический период к вавилонскому Навуходносору, афинскому Периклу, египетской Клеопатре, азиатскому Чингиз Хану, французскому Наполеону, английскому

Гледстоуну, сегодняшняя Америка – все это Вы найдете у Уэллса.

Вы получите невероятную ментальную встряску – сказки, в которые Вы верили на протяжении всей жизни, разоблачатся. Поначалу в свете их правды Вы удивитесь, придете в ужас от того, что прочтете в этих книгах – но узнаете правду – Вы, наконец, поймете, что значит История.

Где найти ответ?

ПЕРЕВЕРНИТЕ СТРАНИЦУ И УВИДИТЕ –

* * * * *

Вторая страница начинается с изображения человека Питекантропа со следующим рассказом:

Самый Старый Человек На Земле

Часть крепкого лба, большие коренные зубы и бедренная кость! Предполагается, что все вместе это одна из самых ошеломляющих тайн происхождения человека. Неужели это останки обезьяноподобного человека, жившего 500 тысяч лет назад?

Череп толстый – гораздо толще, чем у любого современного человека – объем мозга составляет нечто среднее между обезьяной и человеком. Эволюция – как выглядел примитивный человек – над этим вопросом размышляют ученые. Они назвали его «Рассветом Человека» и подсчитали, что жил он 500 тысяч лет назад.

Уэллс в своей книге рассказывает историю.

«В Начале» –

Уэллс начинает повествование не со слов «Жили-были», а со слов «В начале». Под началом автор представляет время, относящее нас на десять или сто миллионов лет назад, когда земля начала приобретать форму.

От возникновения вещей из ниоткуда, отвердевания мелкозема, грязи первобытных канав, с исчисления античности в миллионах лет, когда не было жизни на Земле – с этого туманного времени, под завесой палеозойского периода, до настоящего времени – все это охватывает удивительная История.

Это «общее приключение всего человечества» – история не только людей, но и роста природы, образования земли и небес. Это великая история людей, где отображается настоящее развитие мира.

Периодические военные перевороты, расцвет и крах династий, не формируют историю. До всего этого, до каждого величайшего изменения правления, были медленные, спокойные, постоянные движения больших средних классов и всех людей.

Вот живая захватывающая правда об истории. Ни намек на неважные даты, стратегии или кампании здесь нет. Здесь рассказывается блестящая, монументальная история, история о том, что люди чувствовали, о чем думали, о том, как они на самом деле поступали и о том, чего достигали на протяжении многих лет.

* * * * *

На третьей странице была изображена увлекательная картина Потопа:

Что Представляет Собой Потоп В Библейской Истории?

Более 10 тысяч лет до рождения Христа огромное Средиземное море было просто широкой сухой долиной, в которой росли деревья и кустарники.

По этой долине странствовала странная дикая раса людей. Они боролись и охотились, изготавливали грубые орудия труда и музыкальные инструменты, строили поселения.

Как далеко продвинулись эти доисторические люди к настоящей цивилизации – никто никогда не узнает, так как однажды, задолго до документированной истории воды Атлантического океана начали заполнять территории этих примитивных людей. Огромные северные ледники стали таять под действием теплого солнца, добавьте ко всему этому потоки ливневых дождей и быструю прибыль воды.

Потоп становился все больше и больше, он никак не мог утихнуть. День за днем, неделя за неделей вода распространялась по долине, уничтожая людей на своем пути. Когда дожди прекратились, а вода достигла своего уровня, немногие из примитивного населения остались, чтобы поведать историю.

Затем повествование перетекало в описание дальнейшей Истории. И на каждой странице красовалась мощная рекомендация из книжного обзора какого-нибудь известного журнала или газеты.

На двух центральных страницах располагалось изображение книги, и вдоль каждой стороны следовало интересное резюме ее содержания. На пятой странице была видна Мария Антуанетта, приближающаяся к смерти, таким образом, проводилась параллель между Французской и Русской революциями с любопытной дискуссией о том, как свободы человека превозносились с течением времени.

Седьмая страница содержала иллюстрацию, демонстрирующую, как наши войска прорывают линию немцев. Далее следуют размышления о последствиях войны. Восьмая страница заканчивалась статьей Доктора Фрэнка Крейна, являясь, возможно, лучшей рекомендацией, когда-либо написанной для Истории. Она завершалась циркуляром, и становилась еще более успешной.

Что нам следует делать дальше? Многие люди были бы удовлетворены этим, но после того, как мы за два года успешно продали рассказы О.Генри на миллион долларов, мы хотели дать Уэллсу нечто большее, чем просто продажи в течение года.

Но пришлось изменить предложение. Мы дважды обращались к обычному списку с различными письмами и циркулярами. Сейчас предстояло написать не просто другое письмо, но и придумать новую причину для покупки.

Случилось так, что Уэллс вызвал так много комментариев, столкнулся с таким количеством критики и предложений, что он в значительной степени пересмотрел историю и добавил множество новых страниц. Поэтому мы решили выпустить новое издание, состоящее из четырех томов, и назначить стоимость в 9 долларов для продажи по отдельности, или 12 долларов вместе с годовой подпиской на наш журнал.

Затем встал вопрос о том, как их продавать. Циркуляр был очень простым, потому что в то время Тутанхамон был у всех на слуху. Таким образом, главной темой циркуляра мы сделали его великого отчима, Эхнатона. На первой странице циркуляра располагалось изображение Эхнатона и его невесты. Открывая циркуляр, Вы столкнулись бы со следующим текстом:

Эхнатон Был ЧЕЛОВЕКОМ

Он был верховным повелителем могущественного государства. От Эфиопии до Средиземноморья, от Нила до Евфрата его почитали, словно Бога. И, тем не менее – он был всего лишь человеком, молодым, жаждущим счастья. Страстно любил свою прекрасную жену. Эхнатон приказал вылепить скульптуру, изображающую его самого рядом с женой, целующей его колесницу.

Он пытался превратить Египет из места поклонения множеству богов в почитание одного. На протяжении 18-ти лет он двигался вперед против всех священников своей империи, но сила прежних религий оказалось слишком крепка для него.

Это чудесная история – интригующая, увлекательная, навсегда волшебная сказка о древнем Египте – и, тем не менее, это всего лишь одна из тысяч историй, которые можно найти в –

**Новом Четырехтомном Иллюстрированном Издании
«Очерков Истории»
Герберта Уэллса**

В книге говорится об известной Королеве, обладавшей мужской привлекательностью и вырастившей огромную бороду; о Короле-завоевателе, сошедшем с ума в Египте, годами вскрывавшем и исследовавшем гробницы; о фараоне, правившем дольше, чем кто-либо до и после него; о прекрасной Клеопатре, колдовавшей, чтобы вернуть Юлия Цезаря и Марка Антония и с помощью своих соблазнительных чар, занявшей трон фараона на 12 лет; о том, как «внешние затруднения» послужили причиной распада великой Египетской Империи.

* * * * *

Затем в циркуляре следовало изображение нового четырехтомного издания, было приведено несколько отличных рекомендаций вдоль строк «Вечернего Солнца» Балтимора: *«Человек, который прочитает все эти тома, станет образованным, независимо от того, сколько он знал до этого.»* Все это с дальнейшим описанием Истории представляло собой циркуляр, добавлявшийся фактически для усиления эффекта письма.

Но письмо было важной вещью. Мы уже разработали обращение о выгодной сделке, специальное бронирование и все присущие обычным письмам для заказов штучки. Нам предстояло найти что-то интересное, тесно связанное с самой Историей.

После нескольких попыток мы нашли это. Вот оно. Решайте сами, захватит ли это Ваш интерес. Безусловно, оно заинтриговало наших читателей, так как нам удалось продать книги Уэллса на 750 тысяч долларов!

Уважаемый читатель :

Что является «Непростительным Грехом» во всей природе? За какой одной вещью неизбежно следует наказание? Что непременно вызывает вымирание?

Стагнация – Бездействие!

Гигантозавр, более ста футов в длину и размером с дом; Тираннозавр, мощный, как локомотив; Птеродактиль или Летающий Дракон – все гигантские монстры доисторического периода вымерли. Они не знали, как нужно приспосабливаться к меняющемуся климату. Они неподвижно стояли, в то время как жизнь проходила мимо них.

Египет и Персия, Греция и Рим, все великие античные империи погибли, после того, как перестали развиваться. В Китае построили стену, простоявшую тысячу лет. Сегодня она представляет символ мощи. Во всей Природе перестать расти, означает погибнуть.

100 миллионов лет в Одной работе

Она предназначалась для мужчин и женщин, которые не собирались бездействовать, кто отказывался прекращать развиваться. Так Уэллс воплотил в жизнь свое самое невероятную задачу – поместить в одну увлекательную работу все 100 миллионов лет жизни и развития нашей планеты, дать Вам в руки упорядоченные знания, за которыми люди идут в колледж, проводят там четыре года – и часто возвращаются без них.

Не только История мира, но и Наука мира. Философия мира. Выдающаяся Литература мира – огромная панорама, открывающаяся перед Вашими глазами посредством самого лучшего словесного художника нашего времени.

И все написано настолько интересно и захватывающе, что Нью-Йоркский *Tribune* говорит: «Это одна из наиболее увлекательных когда-либо написанных книг.» Вот что Вы получите в –

«Очерках истории» Герберта Уэллса

И это не всё.

Только взгляните на прилагаемую карту и поразмышляйте о замечательной захватывающей истории, скрывающейся за ней –

образование на высочайшем уровне, развлечение в самом обучающем смысле.

Люди, прочитавшие это четырехтомное издание, полностью подтвердили обучение «Очерков истории», сказав, что они дают больше, чем образование в колледже. Обучение в колледже будет стоить Вам около 5 тысяч долларов и четыре года жизни. Чудесная работа Уэллса отправляется Вам на пробу. Вы прочтете эти четыре книги, не отрываясь, настолько быстро, будто это несколько рассказов.

Четыре Тома На Третью Дешевле, Чем Первые Два!

Хотя История была доработана и дописана; хотя ее производят на новых печатных формах, с сотней новых больших иллюстраций в добавок к двумстам в забракованном издании; и хотя сейчас она переплетена в четыре удобных тома библиотечного формата, вместо изначального громоздкого, мы можем с большим удовольствием

Отправить Вам и нескольким другим покупателям «Очерки истории» на 33,3% дешевле изначального двухтомного издания.

Более того, Вы можете посмотреть ее, оценить, сосредоточенно изучить дома в течение недели за наш счет. Ваше имя на прилагаемой карте и Вам доставят четыре тома для ознакомления в течение целой недели.

А Также Журнал Blank Magazine

И если «Очерки» относятся к прошедшей истории, то Blank Magazine – к актуальным событиям. Он рассказывает о людях и событиях так, что каждый сообразительный американец может понять и извлечь из этого пользу. Журнал дает сжатый обзор мировых событий, знакомит Вас с обратной стороной фактов, о которой невозможно узнать в обычных ежедневных новостях.

Пока Еще Есть Это Издание!

Низкая цена, которую мы предлагаем за эту великолепную Историю, возможна лишь потому, что оригинальные издатели подписали договор на 100 тысяч экземпляров.

Возможно, Вы решили, что есть еще куча времени, чтобы приобрести свой экземпляр?

С любой обычной книгой так бы и было, но не с Уэллсом. Продано 90 тысяч копий этого однотомного издания чуть более, чем за три месяца, и уже более 9/10 от ста тысяч

четырёхтомных экземпляров реализовано. Остатки не задержатся у нас надолго.

В лучшем случае мы можем получить всего лишь несколько тысяч экземпляров и предложить их 258 тысячам наших покупателей. Можете себе представить, насколько быстро разойдутся эти остатки?

Вы просмотрите этот экземпляр теперь – когда можете получить четыре доработанных, прекрасно иллюстрированных тома на треть дешевле первоначального двухтомного издания – когда можно выслать их Вам без всяких расходов, для бесплатного недельного просмотра, с правом возврата, если Вы по какой-то причине решите не оставлять их у себя?

*Прилагаемая карта является Вашим ответом.
Воспользуйтесь ей, пока еще есть время!*

Искренне Ваш,

* * * * *

Так закончился второй год продажи книг Уэллса, но было еще далеко до конца самих продаж. За три года наших акций общая цифра продаж достигла отметки в 360 тысяч! Последнее из по-настоящему удачных писем приведено ниже:

ПОСЛЕДНИЙ ШАНС ПОЛУЧИТЬ СКИДКУ 25%

Дорогой Читатель :

Одно из тех открытий, что делает историю потрясающей и интересной, обнаружилось вследствие дешифровки каменной скрижали, найденной на полуострове Синай. Ученые часто сомневаются по поводу Библейской истории о нахождении Моисея. В переводе профессора Мюнстерского Университета Грима написано:

«Я, Манассия, глава гор и верховный священник древнего иерусалимского храма, благодарю Фараона Хатшепсута за то, что он увез меня с Нила и помог приобрести выдающиеся качества.»

Взятое в отдельности, это не могло рассматриваться как решающее доказательство правды Библейских записей. Но это всего лишь одно звено цепи, с каждым днем становящееся тверже. Помните, как в «Самюэле» Филистин убил Сауля, он держал оружие в «Доме Аштарота»? И как в отместку за его

смерть спустя 20 лет Король Давид поджигает крепость Бет-Шан, в которой хранилось тело Сауля?

Храм Аштарота и когда-то горевшие стены Бет-Шана раскопали экскаваторы, работающие под началом Университета Пенсильвании. Записи, вырезанные на тех камнях, подтверждают большую часть Библейской истории.

Другой археолог, доктор Дитлефф Нильсен, выступает с находками из Арабской пустыни, существование которых показывает, что Королева Шебы не была выдумкой. Независимо от того, жила она на свете или нет, такое королевство абсолютно точно существовало – богатое и обширное королевство – 2000 лет до рождения Христа.

На черепке, обнаруженном среди руин древней Халдеи, практически идентичным языком описан библейский рассказ о наводнении. А что касается Вавилонской башни, она все еще стоит!

Подобные открытия, с каждым днем становящиеся известными, демонстрируют, что на самом деле не было конфликта между религией и наукой. Могут различаться интерпретации, но для студента науки с широким кругозором, так же как и для человека, изучающего Библию, существует общая точка зрения, и нигде это не представлено лучше, чем в –

**«Очерках истории»
Герберта Уэллса**

Уэллс открывает перед Вами единую связную интересную картину мира. Это не просто старая история с притупленными чувствами. Не просто описание подъема или упадка этой нации. Это история человечества.

Никто, кроме Уэллса не смог создать настолько захватывающую историю Человеческого прогресса на Земле. Никто другой не смог так живо передать обзор всего значимого, что есть в истории.

Только взгляните на прилагаемую карту и задумайтесь на мгновение об увлекательной, захватывающей истории, которую она может принести – образование самого высокого уровня, развлечение в самом образовательном смысле.

Люди, прочитавшие это четырехтомное издание, полностью подтвердили обучение «Очерков истории», сказав, что они дают больше, чем образование в колледже. Обучение в колледже будет стоить Вам около 5 тысяч долларов и четыре

года жизни. Чудесная работа Уэллса отправляется Вам на пробу. Вы прочтете эти четыре книги, не отрываясь, настолько быстро, будто это несколько рассказов.

Четыре Тома На Четверть Дешевле, Чем Первые Два!

Хотя История была доработана и дописана; хотя ее производят на новых печатных формах, с сотней новых больших иллюстраций в добавок к двумстам в забракованном издании; и хотя сейчас она переплетена в четыре удобных тома библиотечного формата, вместо изначального громоздкого, мы можем с большим удовольствием

Отправить Вам и нескольким другим покупателям «Очерки истории» на 25% дешевле изначального двухтомного издания.

Более того, у Вас есть возможность посмотреть ее, оценить, сосредоточенно изучить дома в течение недели за наш счет. Ваше имя на прилагаемой карте и Вам доставят четыре тома для ознакомления в течение целой недели.

А Также Журнал Blank Magazine

И если «Очерки» относятся к прошедшей истории, то Blank Magazine – к актуальным событиям. Он рассказывает о людях и событиях так, что каждый сообразительный американец может понять и извлечь из этого пользу. Журнал дает сжатый обзор мировых событий, знакомит Вас с обратной стороной фактов, о которой невозможно узнать в обычных ежедневных новостях.

Пока Еще Есть Это Издание!

Низкая цена, которую мы предлагаем за эту великолепную Историю, возможна лишь потому, что первоначальные издатели подписали договор на 100 тысяч экземпляров.

Из тех ста тысяч томов осталось совсем немного. Мы не можем надеяться на то, что еще когда-нибудь будем выпускать и продавать. Когда разберут несколько оставшихся экземпляров, Ваш последний шанс получить эти тома по низкой цене исчезнет вместе с ними.

Поэтому не откладывайте данное предложение в долгий ящик. Тут не в чем разбираться, потому что Вам не нужно отсылать ни пенни. А если Вы не сочтете эти 4 тома, как считает New-York Evening Post «одной из обязательных книг», – просто вышлите их обратно. Вот и все.

Это просто – не так ли?

Я придержу один том для Вас на несколько дней. Но Вам следует отправить прилагаемую карту прямо сейчас!

Искренне Ваш,

* * * * *

К следующему письму мы прикрепляли циркуляр с изображениями «Часы Времени», «Человек Прожил Меньше Четырех Секунд!». Под заголовками было написано:

Возьмите один единственный час. Позвольте представить полноту времени с начала сотворения мира, потому что мировое время – это всего лишь час, прибавьте к этому бесконечные миллиарды лет, прошедшие до того, как Земля кружилась в огне от Солнца.

Теперь, долго ли – в рамках этого часа – прожила человеческая раса?

Считая даже с самых давних наших обезьяноподобных предков – Человек жил менее четырех секунд!

Пирамиды были построены около одной пятой секунды назад. Христос родился одну десятую секунды назад.

Американская революция случилась одну тридцатую секунды назад.

Понимаете, какой крошечный фрагмент времени охватывает обычная история? Что происходило огромные миллиарды лет до этого? Что было в «горячей юности мира»? Все это неизвестно, покрыто тайной, как и несколько лет назад? Нет. Романс Истории – великая захватывающая жизнь планеты отображена для Вас на страницах

**«Очерков Истории»
Герберта Уэллса
Издание Последней Редакции**

История, уходящая в миллионы лет назад – сопровождающая человека с Пещерного времени и Каменного века стремится к дням Вавилона, египетским фараонам, Азии Тамерлана, французским рыцарям, сегодняшней Англии и завтрашней Америке.

Только Уэллс мог так увлекательно описать историю человеческого развития на Земле; только он мог так живо

передать обзор всего значимого, что есть в истории. Свет, вспыхивающий на его страницах, это не просто блеск ума, это блеск Уэллса.

Это не просто история со старым, притупленным чувством. Это настоящая драма человеческого опыта – великое захватывающее путешествие сквозь времена Пророков, Завоевателей и Королей.

Любопытная вещь об Уэллсе состоит в том, что он дает прекрасный багаж для ежедневных новостей.

Он унифицирует прошлое. Более того – открывает нить человеческого прогресса, всегда связывавшую человека со всем мировым населением, из одной эпохи в другую.

* * * * *

На других страницах описывается расцвет человечества, называющий шесть великих персонажей истории и показывающий, что существует одно общее прошлое, один общий интерес и одна общая цель для всего человечества.

Так закончилась самая большая продажа из всех комплектов книг, которыми располагал этот производитель. Мы были горды этим, так как ничего подобного не было ни в одной предыдущей кампании, чтобы дать нам знак, какой призыв действует лучше всех. И так как это случилось, все из наших наиболее эффективных призывов в этом случае кардинально различалось с тем, что мы пробовали до этого.

Конечно, эта кампания по-настоящему следовала всем правилам, изложенным в первых главах данной книги, так как люди всегда интересуются доисторическими вещами. Поэтому когда мы начинали письмо или циркуляр чем-то подобным, то неизменно притягивали внимание. Это хорошо видно по двум следующим письмам. В одном говорится о древних окаменелостях и яйцах динозавров, другое – об обнаружении каменных скрижалей Моисея. Даже после того, как было продано 250 тысяч экземпляров, те два письма все еще оказывались способны вызывать интерес и добавили еще 100 тысяч до рекорда.

Суть может показаться в том, что если Вам удастся совпасть с тем, о чем люди думают и чем интересуются, Вы сможете продать что угодно. И определенная форма, которую приобретает Ваше письмо, гораздо менее важна, чем те ноты, которые оно затрагивает. Мы обсудим это позже, рассматривая письма, продающие другие продукты.

Естественно, большая продажа Уэллса принесла нам неплохую славу. Для меня это означало шанс попробовать себя в чем-то другом – продаже, но не книг, а одежды или разных принадлежностей для мужчин.

За предыдущие 15 лет Джон Блэр начал, как сейчас ее называют, New Process Company. Он стартовал со ста долларов заемного капитала и идеи. Идея о продаже дождевиков пришла ему в голову по дороге домой после колледжа.

Всё началось с гробовщика

Кажется, один из его приятелей в колледже хотел фабрику по производству дождевиков. Он предложил Блэру должность менеджера по продажам. Блэр был очень честным, у него имелись сомнения по поводу того, подходит ли ему такая работа, поэтому решил проверить, что он знает о продажах, взяв большое количество образцов и уехав из Филадельфии домой в Уоррен.

Проверка проходила без особых инцидентов до тех пор, как он не достиг Кейна, это около сорока миль от Уоррена и его последней остановки. Блэр показывал образцы торговцу, когда покупатель зашел в магазин. Человек, казалось, не спешил, поэтому продавец продолжил рассматривать дождевики и в конце концов сделал заказ. Блэр складывал образцы, покупатель ходил туда-сюда. *«У Вас есть черные дождевики?»* - спросил мужчина. Блэр задумался на мгновение и вспомнил, у него есть один такой на дне сумки. Вытащил его, сообразил, что он подходит, так была совершена покупка.

Любопытно узнать, почему кому-либо могло захотеться именно черного дождевика. Блэр спросил мужчину об этом. *«Я – гробовщик»* - объяснил тот. *«Когда иду на похороны, я должен быть одет в черный плащ. Дюжину раз попал в проливные дожди, тем самым, испортив все плащи, которые у меня были. Теперь дождь может идти столько, сколько пожелает!»*

Это заставило Блэра подумать. В стране было 20 тысяч гробовщиков, и кроме больших городов, каждый из них должен был столкнуться с этой проблемой. В магазинах крупных городов должны иметься черные дождевики разных размеров, чтобы хватило на всех гробовщиков. Но совсем по-другому дело обстояло в магазинах маленьких городков. То есть это означало носить обычный дождевик и мокнуть под каждым сильным дождем, или иметь дождевик по особой высокой цене.

Если какой-нибудь центральный магазин мог обслужить всех гробовщиков по почте, это должен быть гигантский бизнес.

Блэр решил попробовать. Написал письмо, претворяя в жизнь идею, и предложил поставлять черные дождевики отличного качества по магазинной цене обычных дождевиков.

Его печатный станок выпускал письма и конверты, приятель согласился изготовить для него 400 черных дождевиков разных размеров, также он занял 100 долларов для почтовых расходов. Остальную часть работы он и его братья сделали сами.

Блэр отправил 10 тысяч писем, и со страхом стал ждать результатов. Отлично, результаты пошли. Эти 400 плащей растаяли, как снег под летним солнцем. Следующие 400 ушли практически так же быстро, как первая партия. Ему пришлось заказать еще 400 до того, как письма перестали поступать.

Два года Блэр довольствовался продажей дождевиков исключительно гробовщикам. Затем ему начали писать священники и министры, таким образом, расширилась линия производства. От этого до продажи обычных плащей, костюмов и принадлежностей для мужчин был всего лишь шаг. За 15 лет работы его внушающая продажа достигла около двух миллионов долларов в год.

Затем, казалось, предел был достигнут. На протяжении всех тех пятнадцати лет основным девизом продаж была индивидуализация. В начале он обслуживал только гробовщиков. Покупатели чувствовали – и правильно – что все это было посвящено исключительно их интересам, что он понимал потребности гробовщиков, что они могли получить лучшее обслуживание по более низким ценам, получить больше внимания от него, нежели от кого-то другого.

И с каждым новым занятием или профессией, добавлявшихся к его списку, Блэр был осторожен в использовании тех индивидуальных обращений. Он никогда не отправлял письма для гробовщиков докторам или министрам.

Для каждой профессии он писал так, словно разбирался в потребностях тех специалистов. Также он приводил в пример рекомендации известных людей. Он заработал доверие доскональным осознанием потребностей каждой профессии, возвращал заказы с ценами и товарами, которые по-настоящему представляли небывалую ценность.

Но затем наступило время, когда прошлые призывы стали терять былой вес, списки занятости постепенно пустели. Поэтому ему пришлось вернуться к обычным спискам, таким, как списки телефонных абонентов, владельцев автомобилей и тому подобное. Как он мог применять индивидуальные призывы теперь? Вам никогда не догадаться, как он поступил в итоге. Это подтвердило мастерство высокого уровня.

С солидным бизнесом в 2 миллиона долларов у него были покупатели в каждом городе страны. Многие из них писали письма с благодарностью о том, как им нравится плащ, как он здорово носится и тому подобное. Поэтому он поступил следующим образом – отметил каждый город, из которого ему написали одну или более рекомендаций, и составил примерно такое письмо:

«Самый стоящий Дождевик из всех, которые у меня когда-либо были. Вы помогли мне сэкономить как минимум 10 долларов от той стоимости, которую пришлось бы оплатить в местном магазине.»

Это слова Джона Смита, проживающего по адресу Рэйсин Авеню, 2601 нашего города. Возможно, Вы знаете господина Смита. Если это так, Вам известно, он не склонен к преувеличениям. Плащ действительно должен быть хорошим, чтобы произвести на

него впечатление. А чтобы побудить его написать такое письмо, как это, дождевик должен обладать необычайной ценностью. Габариты человека, который его носит, являются достаточной гарантией. Когда такие люди, как Джеймс Браун, проживающий по адресу Хардин Авеню, 314, Уильям Шерман, Шестая улица, 14, Макс Джонс, Пятая улица, 14, сделают все, чтобы купить дождевик, что-то в этом плаще должно быть.

* * * * *

И так далее с переходом на описание дождевика. Конечно, это оказался дорогой циркуляр, требующий разных писем для каждого города, но он настолько доказал эффективность, что абсолютно окупил свою высокую стоимость. За год до того, как я уехал в Уоррен, такая форма письма выстрелила настолько удачно, что Джон Блэр спокойно подписал контракт на 200 тысяч с весенней доставкой и 40 тысяч дорожных сумок для летних продаж.

Но в это время розничные торговцы начали понимать так называемую «угрозу» соревнований заказов по почте. Такие письма, как приведено выше, намекая на то, что по почте люди могут заказать товары по лучшим ценам, чем в магазинах, прочно утвердились в их сознании. В то время как он начал готовить письма для весенней продажи, Блэр нашел несколько рекомендаций и имен, которые сможет использовать вместо индивидуализации в различных городах. Ему пришлось попробовать их. Результаты оказались удручающими.

Там, где требовалось около полутора процентов заказов, чтобы появилась прибыль, у него оказывалось менее половины процента от одного цента. Тогда, когда он ожидал продать более 20 тысяч дождевиков, стало понятно, что сложно продать и 5 тысяч. Сезон дорожных сумок начался так же печально.

В результате первое июня показало господину Блэру красные счета на 80 тысяч долларов и настолько большой инвентарный список, что это просто выбило его из колеи.

Тогда мне представился шанс, что методы производства книг пригодятся для продвижения торговли. Я приехал в Уоррен задолго до того, как отправил несколько тестов и ознакомился с организацией и продуктами. Теперь передо мной открывалась возможность показать себя.

Глава 16

КАК ПОКУПАТЕЛИ КНИГ СПАСЛИ КАМПАНИЮ

Первое правило продажи книг заключается в том, что проще всего продавать тому, кто раньше покупал книги по почте. Существуют определенные профессиональные списки, с помощью которых можно неплохо заработать. Вы можете найти привлекательным продавать по телефонным спискам и спискам регистрации автомобилей. Но большая прибыль приходит, когда Вы рассылаете предложения списку людей, покупавших подобные книги по почте.

Естественно, при столкновении с острой необходимостью быстро расправиться с 400 дорожных сумок, первое, что вас волнует:

«Зачем тратить деньги, пытаясь продать по таким сложным спискам, как список телефонных абонентов, когда существуют миллионы покупателей книг, представляющих девственное поле для таких продуктов, как этот?»

Поэтому мы выпустили тест для оценки хороших книжных списков(т.е. списки, где покупатели активно покупали/покупают книги), используя письмо, которое, мы были уверены, сработает с покупателями книг – адаптированный вариант первого письма, которым мы так успешно пользовались для «Очерков истории» Уэллса.

Конечно, это сработало. Та же самая идея имела успех в продаже участков, домов, инвентаря и любых других вещей. Задумайтесь, как это психологически действует, и это сработает с чем угодно. Так получилось и с дорожными сумками. На 14.85 долларов предложения это давало 2, 3 или даже 4 за цент и даже больше по некоторым спискам. Все получалось настолько хорошо, что неделю спустя результаты стали превосходить себя, мы нацелились на два миллиона – все благодаря хорошим книжным спискам.

Как видите, включая то, что нам нужно было заплатить за использование списков, наши циркуляры по почте стоили менее 4.5 центов за каждый. Поэтому даже когда у нас было всего лишь 2 процента заказов, торговые затраты достигли чуть более двух долларов от 14.85 долларов одной дорожной сумки. И с этого максимума они сократились до одного доллара.

Так множились деньги – настолько активно, что когда было реализовано 40 тысяч сумок, мы с удовольствием приобрели дополнительные 10 тысяч и так же продали их. До конца короткого летнего сезона мы продали 50 тысяч дорожных сумок. Все это удалось с помощью следующего письма:

Уважаемый Господин:

Специальная прилагаемая бонусная карта стоит денег, поэтому мы пронумеровали их и ограничили количество для

Вашего удобства. Если Вы не сможете воспользоваться ей, мы будем благодарны за ее уничтожение.

Карта дает шанс избранному кругу людей Питсбурга на 14.85 долларов за дорожную сумку, которая, по словам опытных людей, не может стоить меньше 20 или 25 долларов в магазине розничной торговли.

Предложение не подлежит передаче. Оно предоставляется ограниченной группе людей в Питсбурге по следующей причине:

Три года назад по многочисленным просьбам одного известного человека знаменитый дизайнер разработал для нас новую чудесную Сумку для Путешествий, которую мы окрестили сумкой «Стетлер». Сделанная из натуральной английской кожи, с мехом бобра, разработанная по образцу лучшего импортного багажа, эта новая сумка завоевала безусловное восхищение. Сегодня она является самой большой из когда-либо выпускаемых сумок – факт, о котором производители сообщают откровенно.

В этой новой сумке «Стетлер» Вы найдете САМОЕ ВАЖНОЕ усовершенствование, когда-либо разработанное для багажа. Сумка дополняется *десятью водоотталкивающими внутренними карманами*, что обеспечивает место для каждой Вашей туалетной принадлежности – расчески и щетки, бритвенного набора, зубной щетки и зубной пасты, даже для носовых платков, галстуков, нижнего белья, рубашек и воротничков!

Путешествуя с сумкой «Стетлер», у Вас не будет проблем. Вы сможете упаковать вещи в два раза быстрее, чем обычно. Бутылочки не прольются, Ваша одежда не испачкается и не помнется. Здесь «найдется место для всего, и все будет находиться в порядке».

Итак, вот мое предложение:

Для того, чтобы представить Вам новую улучшенную сумку «Стетлер» как можно скорее, мы распределили **360** сумок для продажи солидным бизнесменам Питсбурга по очень низкой цене прямой почтовой рассылкой. Вы – один из тех, кому предоставляется это специальное предложение.

Я хотел бы отправить Вам сумку Стетлер на свой риск и без каких-либо расходов для Вас. Я хотел бы, чтобы Вы оставили эту сумку у себя для недельного **бесплатного просмотра** – возьмите ее с собой в путешествие – насладитесь ее удивительным удобством, любуйтесь ее прекрасным внешним видом.

После бесплатного использования сумки в течение недели отправьте ее обратно за мой счет - в том случае, если хотите от нее избавиться!

Но если она понравилась Вам настолько, что не хочется расставаться с ней, отправьте мне - не ту большую сумму денег, которую Вы отдали бы в магазине розничной торговли - а всего лишь 14.85 долларов. Это моя цена на эти **360** сумок для прямой почтовой рассылки.

Запомните, это не продажа - не нужно покупать сумку Стетлер до тех пор, как Вы не воспользуетесь ей в течение недели, и пока она не понравится Вам. Просто позвольте нам отправить Вам сумку.

А также запомните, что такие выгодные предложения расхватывают налету - и мы отложили всего 360 сумок для Питсбурга.

Поэтому используйте свою Специальную Бонусную Карту СЕЙЧАС - пока она экономит Вам время и деньги.

Ваш для взаимной услуги,

p. s. Я уверен, что Вы, вероятно, знаете некоторых из Питсбургских мужчин, которые уже купили сумку «Стетлер». Когда подобные люди используют сумку «Стетлер», то Вы начинаете понимать, что это должна быть сумка высшего качества.

Уважаемый Джозеф К. Баффингтон, Судья американского Окружного суда; Г.Ф. Бокстоп, Ассистент Казначея, Металлургическая компания Carnegie, Питсбург. Джеймс К. Грей, президент, Standart Chemical Co., Питсбург. Норман Вилсон Сторер, Отличившийся Инженер - Электрик, Westinghouse Electric Co. Питсбург. В.Е. Джонс младший, президент, The Jones & Laughlin Steel Company.

* * * * *

Циркуляр, сопровождавший это письмо (первая страница которого показана ниже), был прост. Внутри, под заголовком «Каждая вещь из лучшего импортного багажа», описывались штучки, интересовавшие опытных покупателей багажа, там же говорилось, что все они есть в сумке Стетлер. После подтверждения того, насколько прочно сшита сумка, насколько долго она прослужит, внимание заострялось на главном преимуществе - ее УДОБСТВЕ.

С четкой картинкой внутренней части сумки шел следующий текст:

Каждый раз, упаковывая вещи в сумку Стетлер, Вы будете благодарны ЭКОНОМЯЩЕМУ ВРЕМЯ удобству ее чудесных внутренних карманов.

В этой сумке есть все, что нужно для вашего путешествия – она практически «сама все упаковывает».

Обратите внимание, как удобно кладутся расческа и зубная щетка в два длинных кармана с пометкой «А» на фотографии.

Чуть ниже (с пометкой «В») Вы найдете шесть карманов, предназначенные для щетки для волос, бритвенного набора, талька или туалетной воды и всех остальных необходимых для Вас туалетных принадлежностей.

На противоположной стороне сумки (с пометкой «С») располагаются три вместительных кармана для нижнего белья, рубашек, пижам, туфель, так же как и для носовых платков, воротничков и галстуков.

Все карманы отстегиваются. Они не только позволяют упаковывать вещи в два раза быстрее, но и содержат их в порядке и оставляют внутреннюю часть дна свободной для хранения одежды и других крупных вещей. Простор для хранения вещей.

Обратите внимание на УДОБСТВО сумки – все перед глазами, бери и пользуйся!

* * * * *

Остается только проба и выгодная покупка. Под заголовком «Чистая арифметика» находилось следующее:

«Она равноценна любой 25-долларовой сумке на рынке.» Р.Дж.Элвин.....\$25.00
(смотрите письмо на след.странице)

Цена СРАЗУ ДЛЯ ВАС, без всяких посредников.....\$14.85

Вот разница.....\$10.15

Вы заметно экономите, когда покупаете напрямую. Таким образом, избегаете лишней прибыли «посредника».

Прилагаемая карта предоставляет сумку «Стетлер» на **неделю БЕСПЛАТНОГО** ознакомления, чтобы тщательно изучить и сравнить, чтобы **ВЗЯТЬ ЕЕ С СОБОЙ В ПУТЕШЕСТВИЕ *на наш риск и за наш счет!***

* * * * *

Последние страницы были посвящены рекомендациям, указывающим на экономию в 10 долларов 15 центов и на «Предложение бесплатной пробы».

Кроме того, мы были заняты дождевиками. Имея больше времени для этого и порадовав власть имущих тем, что списки книг – золотая жила для их продукции, нам предстояло протестировать шесть различных писем и выбрать одно наиболее эффективное. Как ни странно, лучшее оказалось то, которого я прежде ни разу не касался и не видел, чтобы кто-то еще обратил на него внимание.

Я прочел где-то о счете менеджера, чья компания годами враждовала с одним конкурентом. В интересах того человека было сотрудничать со второй компанией, но никто из них не мог положить конец долгой ссоре. В конце концов, ему однажды пришло в голову, что человек, к которому мы испытываем положительные эмоции, это тот, которому мы принесли пользу.

Поэтому он отправился на встречу со своим конкурентом и спросил у менеджера-соперника, принесет ли он ему пользу. Определенной части покупателей их отношения были на руку. Все это следовало остановить. Но менеджер не знал, каким образом это можно осуществить без неприятных последствий. Второй менеджер обладал большим опытом. Не принесет ли он пользу, сказав, как поступал в подобных ситуациях?

Менеджер-конкурент открылся подобно тому, как роза открывается утреннему солнцу, и их недолгий разговор послужил началом дружбы, быстро положившей конец ссоре между двумя компаниями.

Итак, нам пришло в голову, что в ответ на действие первого менеджера было проявлено знание психологии, и это должно работать с письмами так же, как с человеком, с доминирующим безразличием, так же, как с враждебностью.

Таким образом, мы попытались использовать это в письмах о дождевиках. Это оказалось самым эффективным обращением, какое у нас когда-либо было. С тех пор мы применяли его в дюжине вариантов для различных продуктов. С дождевиками все прошло настолько гладко, что за время рассылки в сентябре и октябре мы продали не только то, что осталось с прошлой весны, но и еще дополнительно 20 тысяч плащей.

Из-за слишком большой прибыли мы получили 2 или 3 цента возврата от продукта, продававшегося за 18 долларов 75 центов. Вот это «ценное» письмо, осуществившее замысел.

Уважаемый Покупатель :

Вы принесете мне пользу?

Как Вы знаете, мы на протяжении 12 лет продавали напрямую покупателям знаменитые «Непромокаемые» плащи, предоставляя значительную экономию по сравнению с ценами обычных магазинов.

В этом году я хочу немного разнообразить нашу линию. Поэтому я изменил плащ, но он, как и прежде, будет противостоять дождю. И вместо обычной двубортной модели я использую однобортное пальто, привлекающее людей своим стилем, сохраняющее тот просторный удобный внешний вид легкого элегантного пальто.

Я считаю, что каждому, когда-либо попадавшему в дождливую погоду, понравится этот плащ «Для любой погоды» больше, чем любое пальто или дождевик, которые можно купить. Но теперь Вы знаете, каково это в мерчандайзинге – Вы никогда не можете быть уверены в подобных вещах до того, как потратите на них уйму денег.

Что приносит мне пользу:

Я хочу быть уверен в спросе – или в недостатке спроса – до тех пор, пока мы не потратим массу денег на этот новый плащ. Поэтому я пришел к Вам как покупатель дома:

Вы попробуете ради меня эти новые плащи «Для любой погоды» в течение недели? **НОСИТЕ ИХ** – почувствуйте, как они сидят, как они выглядят, что они представляют собой в сравнении с плащами за 25 или 30 долларов, которые Вы покупали.

Нечего и говорить, я отправлю Вам плащ, надевая который Вы каждый раз будете гордиться. Плащ, который будет сидеть на Вас так, будто бы его сшил Ваш собственный портной.

Вы знаете, я могу это сделать, потому что наш ассортимент размеров гораздо больше, чем в любом магазине. В то время, как в магазины привозят только шесть размеров одной длины, у нас имеется 57 размеров и 5 различных длин на выбор!

Более того, обычный дождевик выполняет роль только одной вещи, этот же новый плащ «Для любой погоды» – пальто, мотоциклетная куртка, спортивный плащ и дождевик все в одном! Его можно носить во всех случаях, когда используют легкий плащ и когда льет проливной дождь! Каждому человеку

нужен такой плащ для дождливых дней – для прохладных ночей – для автомобильных поездок.

Теперь, если Вы носите плащ «Для любой погоды», пасмурные дни никогда не станут означать холод и испорченную одежду. Эта вещь защитит Ваше здоровье, Вашу одежду, Вы будете чувствовать комфорт и выглядеть элегантно.

Но моя идея не заключалась в том, чтобы продавать Вам плащ. Я просто хотел удостоверить Вас в том, что нося эту вещь, Вы будете ей гордиться – где угодно, в любой компании, в любую погоду.

Если Вы заполните три графы с размерами в прилагаемой карте – я отправлю Вам один из этих новых плащей «Для любой погоды» как предоплаченную почтовую посылку – для того, чтобы носить его в течение недели на мой риск и за мой счет – БЕСПЛАТНО.

К концу недели, если Вам понравится пальто настолько, что захотите оставить его у себя, можете заплатить – не 25 или 30 долларов, как в любом магазине, даже не нашу низкую цену «Напрямую Покупателю» в 16 долларов 85 центов, А СПЕЦИАЛЬНУЮ ПРЕДВАРИТЕЛЬНУЮ ЦЕНУ, ВСЕГО ЛИШЬ \$14.85

В противном случае просто отправьте плащ обратно за наш счет, и в качестве оплаты за недельное использование сообщите мне откровенно Ваше мнение о плаще и его рыночной привлекательности.

Естественно, я не делаю подобные предложения каждому. Поэтому независимо от того, принимаете Вы его или нет, буду признателен Вам, если отправите карту обратно во избежание попадания ее в третьи руки.

К тому же, естественно, Ваше мнение будет ценно для меня только если я получу его СЕЙЧАС – пока еще не наступила настоящая осень – пока мы вкладываемся в какое-либо значительное количество этих новых плащей для любой погоды.

Тем не менее, Вы заполните три графы с размерами на карте, и, если сможете, **отправите ее СЕГОДНЯ?** Взвесив все еще раз, лучше отправьте ее **прямо сейчас** – пока держите в руках – так Вы точно об этом не забудете.

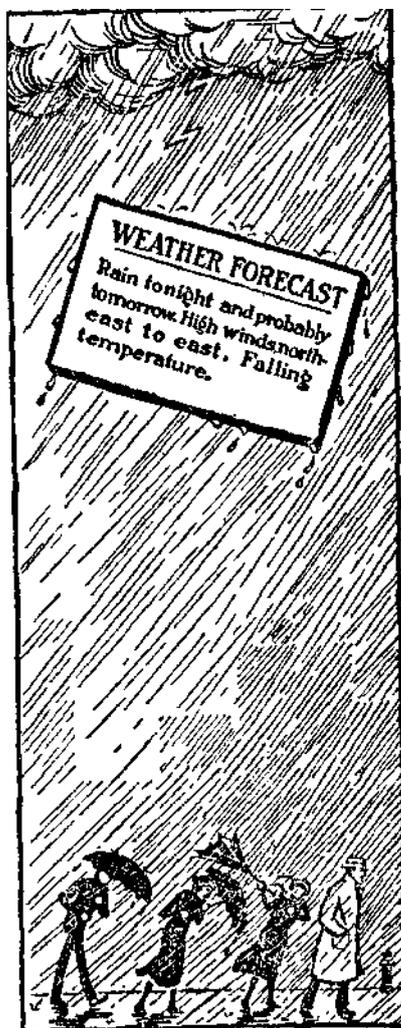
Благодарю Вас за Вашу любезность.

Ваш для взаимного сотрудничества,

Вы заметите, что это можно легко использовать в продаже книг, рубашек, одеял или любых других интересующих Вас вещей. Как видите, неважно, какой продукт. Едва ли найдется человек, знающий о дождевиках больше, чем я. Но мы продавали не дождевики. Мы продавали идею – в данном случае идею, основанную на качестве, материале, стиле и разработке всех необходимых размеров. Мы могли не только сэкономить Вам деньги, но и дать лучшее, отлично сидящее пальто, за которое в магазине Вы заплатили бы вдвое больше.

Нам не нужно было знать что-либо о производстве плащей, чтобы уверить Вас в этом. Все, в чем мы должны были разбираться – это **человеческие реакции на определенные идеи**, вот чему мы учились.

Наиболее характерной отличительной чертой сопровождающего циркуляра была передняя сторона обложки (см. ниже).



Это настолько хорошо сработало с дождевиками, что подтолкнуло нас попробовать еще кое-что – продавать настоящий мотив по их низкой цене вместо того, чтобы зависеть от цены для получения заказов.

Мы обнаружили, что предоставить убедительную причину, по которой Вы можете предлагать товар по более низкой цене, нежели Ваш конкурент, является одним из важнейших правил продажи. Простого сокращения цены недостаточно. Существует слишком много причин для экономии на качестве, таким образом, снижая цену. У Вас должно быть логичное объяснение, почему цена снижена.

Причина, о которой рассказано в письме, является правдой, и должно быть, звучит убедительно, так как за два месяца удалось продать 21 тысячу плащей по 28 долларов 75 центов за каждый. Вот письмо:

Господин Бизнесмен:

Вам известно, что большинство заводов заняты, работают сверхурочно 8 или 10 месяцев в году и практически не работающие в остальное время. И те бедные месяцы – как голод в Древнем Египте – съедает большинство прибыли успешных месяцев.

В этом году мы намерены изменить ситуацию.

Вместо того, чтобы позволить Woolen Mills простаивать в течение января, февраля и марта, мы займем их производством двойной ткани из чистой шерсти для «Удерживающих тепло» пальто. Вместо того, чтобы позволить портным бездельничать в июне, июле и августе, мы займем их производством зимних пальто из этой ткани высокого качества, рассчитывая, что низкая стоимость окупит все эти излишки.

Результат состоит в том, что вместо цены в 47 долларов, за которую мы привыкли продавать эти теплые длинные свободные пальто в предыдущие годы – вместо высоких цен, за которые, по словам покупателей, они могут приобрести пальто в магазинах – теперь мы можем предложить Вам новое, улучшенное пальто, «Удерживающее Тепло», из отличного материала, по великолепному дизайну, аккуратно сшитое вплоть до каждой детали, и элегантное, словно Английское пальто – по цене всего лишь \$28.75.

Вы знаете, насколько важно подобрать правильное пальто для такого сурового климата, промозглых дней, которые начинаются в ноябре и тянутся вплоть до слякотного марта.

Ни снег, ни слякоть, ни жуткий холод или солнечные дни не будут иметь значения для человека, одетого в «Удерживающее Тепло» пальто. Это пальто годится для любой осенней и зимней погоды.

Вы понимаете, для чего нужна чистая двойная шерсть. Она спасет Вас при неожиданных изменениях погоды. Комфорт в

теплые дни достигается за счет легкости. При нулевой температуре будет уютно и комфортно, так как чистая шерсть побеждает мороз. Она сохраняет тепло и отталкивает холод.

Модель привлекает стилем. Пальто прошито сатином по линии плеч и рукавов. Благодаря гладкому сатину его легче надевать и снимать. Вы можете носить пальто весь день, не будет никакой боли или неудобства в плечах. Это та вещь, которую каждый хочет иметь в осеннюю и зимнюю погоду.

По всей стране те, кто любит хорошо одеваться – такие люди, как полковник Военной Академии Уэст-Пойнта Эшберн, губернатор Коннектикута Holcomb, председатель Верховного суда в Колорадо, и агент по материально-техническому снабжению Морган энд Компани Бейкер – пристрастились к великолепному «удерживающему тепло» пальто вместо обычных.

За прошедшие несколько лет мы продали их более 42,000, и каждый день к нам поступают письма, такие, как это от Чарльза М. Робинсона, эсквайра, адвоката Нью-Хейвена, Коннектикут:

«Пальто, равноценное этому, в магазинах будет стоить мне как минимум 50 долларов. Пальто очень теплое и отлично носится.»

Мы считаем, эта осенняя модель гораздо лучше тех, что нам приходилось продавать прежде!

Конечно, такое выгодное предложение, как это, быстро расхватывают. У нас есть 19,961 экземпляров, такое количество долго не задержится, когда покупателей более 250 тысяч.

Пока модели еще есть, Вы можете получить одно из новых последних элегантных пальто всего лишь за \$28.75, качественное и более стильное, чем мы продавали в прошлом за \$47.

Более того, Вы можете РАССМОТРЕТЬ его, ПОНОСИТЬ В ТЕЧЕНИЕ НЕДЕЛИ ***на наш риск и за наш счет***, не заплатив ни цента. Просто заполните графы с размерами в прилагаемой карте и отправьте ее по почте. Мы сделаем остальное.

Правильно, Вы согласитесь. А Вы понимаете, мы не можем делать такое предложение без уверенности, что эти пальто окупятся?

Но мы уверены в этом, и полностью готовы выполнить свою часть.

Хотите проверить нас?

Просто отправьте карту. Затем откиньтесь в кресле и наблюдайте результат.

В ожидании,

* * * * *

Заголовок сопровождающего циркуляра выглядел так: **«Четыре вещи, которыми должно обладать зимнее пальто»**. Под ним следовал текст:

1. СТИЛЬ! Человек должен хорошо одеваться – правильно одеваться. А правильно одеваться означает одеваться в соответствии со стандартами солидной репутации. Мы пришли к одному из самых известных дизайнеров в Америке за «фасоном» этого «Удерживающего Тепло» пальто. Стиль пальто так же выверен, как теорема интегрального исчисления, так же элегантен, как Пятая Авеню – большой и прочный, сшитый длинными плавными строчками, с широкими отворотами и глубокими накладными карманами. Это шедевр из шерсти.

2. ПРАВИЛЬНО СИДЕТЬ ПО ФИГУРЕ! Вот на что следует обратить внимание: Воротник обхватывает шею? Рукава висят должным образом? Плечи не морщятся и имеют достаточную ширину? Пальто элегантно и хорошо сидит?

Эти вещи Вы сможете проверить, надев пальто.

Тогда как у обычного магазина несколько сотен или несколько тысяч покупателей, у нас их 400 тысяч. Тогда как магазин располагает 8 или 9 размерами, у нас 52 размера пальто и 5 различных длин на выбор!

Вот почему «Удерживающее Тепло» пальто хорошо сидит и привлекает покупателей элегантным видом, как будто выполнено персональным портным.

3. ПРОЧНОСТЬ! Стиль и правильный размер – это еще не все, что должно быть у пальто. Оно должно долго носиться. Об этом позаботится чистая шерсть, из которой шьется «Удерживающее тепло» пальто.

Еще до того, как материя ложится на стол для раскройки, она проверяется на плотность, чистое содержание шерсти, разрывную нагрузку и длительность носки. Тестирование проходит в Тестирующей Лаборатории Соединенных Штатов. И у завода будут неприятности, если материал провалит тесты.

4. ТЕПЛО! Но самое главное достоинство этого красивого пальто – тепло, уютное тепло, которое достигается не за счет громоздкости.

Прелесть шерсти, ее мягкость, ощущение бархатистости, ее свойство сохранять тепло – это природная защита против холода.

Эти «Удерживающие Тепло» пальто изготавливаются из двойной шерстяной ткани с внешней отделкой цвета вереска (защита от холода и ветроустойчивость), а внутри – гармоничная клетка – двойная шерстяная ткань, известная своим теплом, плотностью и возможностью длительной носки. Такая хорошая шерсть, как эта, не роскошь, а наоборот экономия. Доллар за долларом она экономит Ваши деньги, обеспечивая комфорт и длительную носку.

Вы будете наслаждаться удобством этого пальто. Вам понравится большая передняя двубортная часть. Вам придется по душе стильные широкие лацканы и воротник, обхватывающий шею. Будет удобно класть руки в низко посаженные накладные карманы. А главное – Вы оцените мягкую шерстяную структуру – чистую, плотную, пушистую шерсть.

Вы не почувствуете пронизывающего ветра благодаря этой длинной мягкой шерсти. Человек, знакомый с «Удерживающей тепло» одеждой, знает, как комфортно можно себя чувствовать, одеваясь в изделия из чистой шерсти: свобода действий, тепло не за счет веса, прочность, долгая носка и привлекательный внешний вид.

* * * * *

Последняя страница описывала выгодность покупки и причину, почему у нас была возможность сделать такое предложение. Описание заканчивалось рассказом о бесплатной пробе.

Так завершилась обычная продажа. У нас осталось 800 или 900 пальто различных цветов и размеров. Так мы вернулись к книжному бизнесу и позаимствовали оттуда наше старое потертое письмо.

Конечно, у пальто никаких потертостей не было, но оставшиеся размеры и цвета служили неплохим аргументом и, как подтвердилось, эффективной приманкой для завоевания заказов. Вместо 800 или 900 заказов, необходимых для опустошения складов, мы завоевали их около 10 тысяч!

Это было не сложно, можете не сомневаться, так как фабрика располагала большим количеством материала. Вот старое книжное письмо, исправленное для продажи ненужных частей пальто.

790 Оставшихся Пальто С Большой Скидкой

Уважаемый Господин:

В суматохе продаж 21 тысячи «Удерживающих Тепло» пальто в течение двух предыдущих месяцев не было времени обращать внимание на точность размеров и цветов.

В результате сейчас, когда сезон подходит к концу, мы обнаружили 790 оставшихся пальто – всех размеров – но не всех размеров в каждом цвете!

Есть темно-серые, синие, красивые коричневые из пестрой ткани. Среди проданных нами в прошлом пальто стоимостью до 47 долларов были представлены действительно красивые цвета, но мы не можем быть уверены, какого цвета правильный размер, который подойдет Вам.

А Вам известно, как проходит сезон пальто – если все эти пальто не раскупят до рождества, некоторые из них останутся у нас на руках до следующей осени.

Поэтому для того, чтобы не оставлять их до того времени, мы решили произвести уникальное снижение цен и предложить Вам эти 790 элегантных, оригинальных, красиво сшитых пальто из качественного теплого двойного материала из чистой шерсти всего лишь за \$27.65.

Это самая низкая цена, которую мы когда-либо назначали за эти шерстяные «Удерживающие тепло» пальто. Попробуйте найти равные им по стилю, ручной работы, из высококачественного материала – за 40 или 50 долларов!

Осталось Только 790 пальто

Мы продадим только 790 двойных шерстяных пальто по этой низкой цене. Когда их разберут, Ваш шанс сэкономить на шерстяном пальто испарится вместе с ними. Но пока у нас еще есть 790 штук, Вы можете получить красивое, отлично сидящее, качественное пальто, которое Вам хочется носить, с необыкновенной скидкой.

Если Вы просто напишите свое имя и заполните три графы размеров на прилагаемой карте, мы вышлем Вам «Удерживающее Тепло» пальто – оно отлично подойдет – предоплаченной почтовой посылкой.

Можете оставить пальто у себя на целую неделю. Затем, если по какой-то причине Вам не захочется его покупать, отправьте его обратно за наш счет. Но если оно настолько понравилось Вам, что не хочется с ним расставаться, отправьте нам 27 долларов 65 центов, ту небольшую сумму, которую мы просим за оставшиеся 790 пальто.

НЕ ПРИСЫЛАЙТЕ ДЕНЕГ – просто отправьте карту. Сделайте это как можно скорее, так как подобная возможность сэкономить больше не представится.

* * * * *

Заметьте, как хорошо эта идея подошла для пальто, как будто ее никогда и не использовали для чего-то другого. Вот мой опыт, касающийся самых основных идей. Если они хорошо подходят для продажи одного продукта, их можно трансформировать для продажи практически любой вещи.

Форма циркуляра намеренно была простой, таким образом, укреплялась мысль о том, что на складе осталось мало экземпляров и не стоило печатать тщательно разработанный циркуляр, чтоб описать их. Циркуляр состоял из одной страницы. Сверху, над картинкой, изображающей человека, одетого в пальто, идущего по улице в ненастную погоду, красовался заголовок:

Последний Шанс! **Полностью Шерстяное Пальто**

Под картинкой шел текст:

Всего \$24.95, Если Вы Поторопитесь

Возможность: После бурного сезона продажи этих качественных пальто в огромном количестве (продано более 21 тысячи за два месяца) их осталось всего 582 штуки – слишком мало, чтобы разворачивать рекламную кампанию.

Чтобы быстро восстановить баланс, мы предлагаем их небольшому количеству покупателей по конечной низкой цене 24 доллара 95 центов.

* * * * *

На обратной стороне была форма для заказа, используемая для бронирования пальто на недельную бесплатную пробу и для написания необходимых размеров.

Один из часто задаваемых мне вопросов звучит так: ***«Что Вы делаете, чтобы удержать покупателей?»***

Это важный вопрос, поскольку каждый часто сталкивался с реакцией, которая следует после того, как Вы позволили убедить себя сделать заказ или отправить что-либо по почте. Вы чувствуете, что возможно, повели себя слишком неосмотрительно и начинает искать пути к отступлению.

Мы сталкиваемся с такой проблемой, используя каждую возможность продать обратно покупателю его покупку. В письмах-подтверждениях, в счетах, в приложениях, идущих с каждым продуктом, мы держим в голове азбучную истину, что продажа не совершена, пока товар не оплачен. Поэтому стараемся привнести искусство торговли в каждую из них. Вот один такой пример – приложение, шедшее вместе с пальто:

Уважаемый Покупатель :

Сегодня человек должен хорошо одеваться, правильно одеваться. А «правильно одеваться» означает одеваться осторожно, одеваться в соответствии со стандартами, построенными людьми с солидной репутацией.

Одной из основополагающих идей, связанных с продажей «Удерживающих тепло» пальто – точность, которую уважают и поддерживают опрятные люди.

«Удерживающие Тепло» пальто производятся вручную для тех, кто заинтересован в стильной, правильной одежде, обладающей возможностью долгой носки, а не в ультрамодном стиле, к которому тянутся некоторые люди. Наша торговая политика – покупки, продажа и реклама – находится под контролем идеи о «правильности».

Мы отправляем Вам «Удерживающие Тепло» пальто, которые Вы сможете носить и знать, что выглядите очень хорошо, и что пальто подчеркивает Ваши достоинства лучшим образом.

Искренне Ваш,

P.S. Покупатели часто пишут нам о том, что их друзья хотят приобрести точно такое же пальто. Поэтому мы напечатали «Бланк для заказов друзей» на обратной стороне этой брошюры. К нему есть только одно условие – отправить бланк тотчас же после получения, чтобы иметь возможность заплатить всего \$24.95.

* * * * *

Конечно, на протяжении семи месяцев мы занимались не только рассылкой предложений. Мы рассылали факты. Плюс ко всему, мы продавали шины, рубашки, нижнее белье, галстуки и дюжину других товаров, но продажа ни одного из этих изделий не достигла таких объемов, как у сумок для путешествий и дождевиков. Ближе всего к этим цифрам рубашки. На самом деле, в дальнейшем рубашки стали у нас одним из самых продаваемых товаров. О них мы расскажем в следующей главе, поскольку продажа рубашек в ту первую осень больше походила

на тест, нежели на самостоятельную рассылку. Однако это настолько подтвердило надежды, что мы решили весной осуществить крупную рассылку рубашек.

Шины расходились достаточно хорошо, но их индекс доходности оказался настолько небольшим, что мы никогда больше не возвращались к этому бизнесу в крупном объеме. Вот одно из успешных писем, которые мы использовали:

Уважаемый Владелец Автомобиля:

«Прилагаемый чек на 25% от Вашего счета за шины.»

Если мы вначале этого письма сообщили, что прилагаем чек от \$3 до \$12, Вы заинтересуетесь и будете обрадованы?

Конечно, Вам захочется узнать, почему мы настолько щедры.

Вместо действительного чека, мы в двух словах расскажем, как можно сэкономить большое количество денег.

Одна из старейших фирм по производству резины - завод, производящий шины - хочет узнать, будут ли владельцы автомобилей покупать их шины напрямую, если они станут продавать их практически по дилерской цене.

Этот производитель шин знает, что такую экономию можно предложить, если множество ненужных торговых расходов и среднестатистическая прибыль уничтожаются. Поэтому он собирается проверить американскую аудиторию владельцев автомобилей, предложив самые лучшие шины, которые он производит, напрямую этим владельцам с помощью нашей торговой организации, работающей посредством почты по всей стране.

А чтобы быстро узнать, хотят ли по-настоящему люди сэкономить 25% денег, купив самые лучшие шины, которые только могут быть, он захотел, чтобы мы в Августе этого года составили письмо для некоторых избранных владельцев машин.

Если за рекламой не последует слишком большой реакции, проект производителя будет немедленно прерван. С точки зрения экономии это окажется слишком негативно, но ситуация покажет, что люди продолжают покупать шины по-старому даже за большие деньги.

С другой стороны, если спрос окажется значительным, проект отправки шин напрямую покупателю (предоплаченной посылкой) продолжится, и Вы всегда сможете приобрести у нас шины, прилично сэкономив.

Это Предложение Бесплатной Пробы

Если Вы сразу отправите прилагаемую карту, мы вышлем Вам на свой риск и за свой счет одну или несколько шин для БЕСПЛАТНОГО недельного ОЗНАКОМЛЕНИЯ. Можете измерить их, оценить вес, сравнить по размеру, мощности и упругости с любыми известными Вам шинами. На сегодняшний день в Америке нет кордных шин лучше.

К концу недели, если Вы удостоверитесь, что это самые хорошие шины из тех, что Вы когда-либо видели – можете отправить нам ту небольшую оплату, указанную в этом письме. В противном случае, просто отправьте их обратно за наш счет.

У этого предложения есть только одно условие – Вам следует воспользоваться им сразу же. Естественно, результаты эксперимента с такой прямой продажей окажутся полезными только в том случае, если он сможет быстро их получить, тогда как время августа и октября все еще является напряженным автомобильным сезоном.

К тому же, естественно, с тех пор, как все приобретается В КРЕДИТ (не наложенным платежом, не «срочным сбором», не наличными в долг), нам следует тщательно отбирать людей, которым предоставляется это предложение бесплатной пробы. Поэтому, если Вы не можете воспользоваться прилагаемой картой, мы будем признательны, если Вы отправите ее обратно или уничтожите.

Быстрое возвращение почтовой открытки (несмотря на то, приняли Вы предложение или нет) станет вежливым поступком и будет лично поощрено президентом старейшей американской компании по производству резины (с 1857г.).

С искренним уважением,

P.S. Для того, чтобы не попасть «в немилость» к спекулянтам, дилерам и автомастерским, пока проходит эта проверка, производитель вносит небольшие изменения в форму протектора шин, на боковых сторонах будет изображаться название шин «New Process Super Cord» вместо того, чтобы оставлять его собственное известное имя.

Однако, по конструкции шины абсолютно идентичны самым лучшим и самым большим кордовым шинам, которые выпускает этот же производитель. Вы оцените их высокое качество, как только увидите.

Нашим последним предложением сезона стала рождественская рассылка. Она оказалась единственной в году, когда мы предлагали широкий ассортимент товаров. По этой же причине она оказалась наименее успешной из всех.

Здесь открывается странный факт, систематически подтверждающийся на протяжении всего моего опыта почтовых рассылок: Если предлагаете один товар, на него будет больше заказов, чем если бы Вы предлагали на выбор два или более продуктов!

Как видите, возможность выбора рождает сомнения. А в почтовой рассылке сомневающийся покупатель – потерянный клиент. Я редко видел, чтобы это правило опровергалось. Даже предлагая бесплатные бонусы, мы обнаружили, возможность выбора из двух и более товаров сокращает количество заказов.

Поэтому я всегда являюсь сторонником продажи одной вещи – сумки для путешествий, или плаща, или набора рубашек по одной цене за все. Но в рождество мы продавали несколько предметов. Несколько лет спустя учились работать иначе. Но в то время мы выпустили небольшой каталог и предлагали выбрать из него что-то или взять все. Вот письмо:

УВАЖАЕМЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ :

Рождество наступит через несколько недель, и если Вы знаете что-нибудь про пап, мужей, дядей, старших братьев, эта информация имеет для Вас значение.

Вам помочь выбрать подходящие подарки для всей семьи и друзей?

В Ваших руках небольшая брошюра, наполненная хорошими вещами, которым радуются люди всех возрастов – качественные рубашки из хлопка, фланели и тонкого сукна; шарфы, банные халаты, чулочные изделия из качественного шелка и теплой шерсти, мячи для гольфа, книги, и т.д.

Для Вашей жены и других женщин у нас есть шелковые чулки, нижнее белье, шубы, принадлежности для дома, украшения и множество других тщательно продуманных подарков, которые любят женщины.

Для мальчиков – все для футбола, бейсбола, перчатки, снаряжение для тенниса и другие вещи для сильных энергичных парней, любящих улицу.

Для их более спокойных сестер у нас есть книги и куклы, которые им обязательно понравятся.

Столовое серебро

Чемоданы

Жемчуг

Одежда

Электроприборы

Игрушки

- все это здесь - и по удивительно низким ценам! А если Вы сделаете свой выбор сейчас, пока наш склад полон, то получите товар в тот же день, что отправили заказ.

Возьмите сегодня это письмо и брошюру с собой - нет, лучше просмотрите ее прямо сейчас! Вы поразитесь тому, как быстро сможете найти самые подходящие рождественские подарки для большинства своих родных и друзей.

А еще больше Вы удивитесь тому, сколько денег сможете сэкономить.

Все Отправляется С Бесплатной Пробой

Оставляйте у себя каждый товар на целую неделю - проверяйте качество - радуйтесь тому, что это именно тот подарок для друга, о котором Вы думали - **ЗАТЕМ** РЕШАЙТЕ. Отправляйте обратно любой товар, который Вам не подходит! Мы не возьмем за это ни пенни.

Итак, не откладывайте это в долгий ящик, чтобы «обдумать». Здесь не о чем размышлять, потому что Вам не придется отсылать деньги или что-либо обещать, кроме того, что Вы отправите товар обратно через неделю, если не подойдет.

Это просто - не так ли?

Используя прилагаемую форму для заказа, Вы убиваете двух зайцев. Экономите приличную сумму на подарках к рождеству, и забываете обо всем, что заставляет ходить по магазинам в канун праздника.

* * * * *

На обложке брошюры, состоящей из 24 страниц, изображена семья, сидящая вокруг рождественского дерева, заголовок гласил: **«Что подарить на рождество?»**. Остальные страницы разработаны в стиле каталога для заказов по почте, на них Вы найдете симпатичные изображения предлагаемых товаров с блестящими описаниями, и там, где возможно, с указаниями на выгодную покупку. **Простота осуществления заказа и «Предложение о бесплатной пробе»** сделали свое дело, а форма для заказа продемонстрировала это еще ярче.

Так закончилась продажа года. Цифры на счете сменились с \$80 000 долга 1-ого июня на \$121 000 прибыли 31-ого декабря. Это доказало несколько правил, среди которых правило о том, что лучший покупатель товаров по почте – тот, кто всегда покупал другие продукты по почте, и что существуют идеи, продающие товары – а не просто описания самих продуктов. Единственная вещь, имеющая значение – это идея, так как идею, продающую огромное количество книг можно также эффективно использовать для продажи дождевиков, дорожных сумок, пальто и рубашек!

Таковы важные моменты, которые мы почерпнули в процессе семи месяцев торговли. Существовали факторы, способствовавшие значительному продвижению, которого мы достигли в следующие два года.

Нашей главной задачей было обеспечивать журнал новыми энергичными заинтересованными подписчиками, присылавшими заказы по почте. Таким образом, растет вероятность, что кто-то станет заказывать по почте продукты, представленные на наших страницах.

Но мы не забрасывали книжный бизнес. Всегда старались сделать так, чтобы тома раскупались. Никакие книги не могли достичь объемов продажи О.Генри, Саймона и Уэллса, но продавая от десяти до двадцати тысяч экземпляров произведений различных авторов, нам удавалось поддерживать процесс торговли.

Двумя характерными распродажами оказались распродажи книг Мэри Робертс Райнхат и Ирвина Кобба. В первом случае мы реализовали 20 тысяч экземпляров, во втором – 10 тысяч. Казалось, рассказы госпожи Райнхат лучше будили воображение, чем истории Кобба. Возможно потому что среди них неплохие детективные рассказы. Два письма и циркуляра Райнхат и один, описывающий Кобба, говорят сами за себя.

В обоих случаях мы чувствовали, авторы настолько известны, и рассказы их настолько популярны, что нам потребуется совсем немного времени, чтобы убедить читателей приобрести их. Нам всего лишь следовало сообщить им, что они получат и обозначить причину для единовременного заказа полного комплекта, вместо того, чтобы приобретать книги по одной, когда появляется потребность в чтении.

Таким образом, в письмах основное внимание мы уделяли выгоды покупки и специальному предложению, используя циркуляр для разжигания интереса к самим рассказам.

* * * * *

ПЕРВОНАЧАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ – ПОЛОВИНА ЦЕНЫ

УВАЖАЕМЫЙ ГОСПОДИН:

Кто занимает 192 место из величайших ныне живущих американских женщин?

Этот вопрос был поставлен служащим Национальной Женской Лиги. Лига обратилась в Женский Совместный Конгрессионный Комитет, тот, в свою очередь призвал Чонси Депью, Джонсона (директора Зала Славы), МакКрекена (Вассарского президента) и Мезеса (президента Нью-Йоркского Городского Колледжа) помочь им сформировать список.

На двенадцати, возможно, никогда не останутся, но, говоря о тех нескольких, с которыми практически каждый был согласен, известность одного имени вне всякого сомнения стала ответом на все вопросы. И имя это –

Мэри Робертс Райнхат

Десять миллионов читателей журналов, сотни тысяч любителей кино и театра, тысячи библиофилов, все оценивают ее как самую популярную и считают одной из двенадцати величайших женщин сегодняшней Америки.

Свободная и отважная – вот суть американки – чистая и здоровая, как сама природа – она заставляет трепетать, восхищает, озадачивает и забавляет. Поддаться ее чарам подобно нырянию в холодную воду в жаркий день.

Загадочные тайны «Винтовой лестницы», дерзкий юмор «Малыша», «Tish» или «Когда человек женится»; очаровательные любовные истории и замысловатые выходки в любой из дюжины других историй, все они захватывают интерес с первой страницы и не дают оторваться до самого конца. Ни одна из них не утомляет, а лишь вызывает новые волнующие чувства.

Впервые

Хотя любители творчества миссис Райнхат исчисляются миллионами, как ни странно, им еще ни разу не предоставлялся шанс получить сборник произведений писательницы – полный комплект ее лучших рассказов – отобранных ей самой и ее издателями.

Теперь Вы впервые сможете приобрести их, причем по необыкновенно низкой цене относительно недавних произведений военной поры.

Вступительное Предложение – Половина Цены

Это первое издание собрания лучших рассказов Мэри Робертс Райнхат, и, естественно, писательница надеется на успех. Для того чтобы можно было предложить его по более низкой стоимости, нежели обычно продаются ее книги, для того, чтобы позволить этой книге распространиться повсюду подобно огню, Мэри согласилась взять ровно одну десятую своего авторского гонорара за первое издание в 10 тысяч экземпляров.

Стоимость бумаги возросла; зарплата работников сократилась и теперь благодаря великодушному поступку миссис Райнхат, мы предлагаем это первое издание по более низкой цене, чем продавались довоенные произведения – чуть больше половины стоимости книжных магазинов.

И, плюс к этому, если Ваш заказ поступит немедленно, мы отправим Вам три самых последних тома

Конан Дойля – бесплатно!

Поторопитесь – оформите свой заказ СЕЙЧАС, вместо того, чтобы ждать особого повода, рождества например или дня рождения – если Ваш заказ придет сразу, МЫ ОТДАДИМ ВАМ эти три лучших и последних тома Конан Дойля БЕСПЛАТНО!

Пятнадцать книг: 12 томов Райнхат и три тома Дойля – все произведены на новых печатных формах, с четким и хорошо читаемым шрифтом и красиво обтянутых материей. Если брать их по отдельности в любом книжном магазине, получится примерно в два раза дороже, чем мы предлагаем Вам сейчас, с бонусом *пробы* – бесплатного недельного ознакомления.

Можете заплатить, как Вам удобно: небольшими выплатами по одному доллару в месяц или по 92.5 центов в неделю.

Станете ли Вы одним из счастливых? Отправите ли карту прямо сейчас, пока есть возможность получить три тома Конан Дойля БЕСПЛАТНО? Или же Вы намерены отложить отправку карты – и упустить эту редкую возможность – и тогда сможете получить эти увлекательные книги лишь по обычной цене книжных магазинов?

Впишите свое имя и адрес на прилагаемую карту и отправьте сейчас – пока есть шанс воспользоваться не только низкой стоимостью и удобными условиями, но и вдобавок получить три тома знаменитого Конан Дойля В ПОДАРОК!

Это Ваш последний шанс!

Искренне Ваш,

ВАШ ПОСЛЕДНИЙ ШАНС НА НИЗКУЮ СТОИМОСТЬ!

ДРУГ –

Это вступительное издание лучших рассказов Мэри Райнхат за половину цены на исходе. Сейчас осталось всего 700 экземпляров.

Мы больше не вправе давать Вам преимущество благодаря необычайному сокращению авторского гонорара миссис Райнхат до одной десятой. Мы больше не можем предлагать низкую стоимость за бумагу, печатание и оформление обложки, которую оплатили за это издание.

«Вступительное – За Пол Цены»

Вот как мы называем это и вот, что это на самом деле из себя представляет – половина цены, благодаря которой у нас сейчас есть возможность перепечатывать те же самые книги и формировать новое издание.

Пока еще есть последние 700 экземпляров, Вы можете приобрести книгу по специальной Вступительной Цене. Когда их разберут, книга обойдется Вам в два раза дороже.

Бесплатно – Для Тех, Кто Не Медлит!

Для того, чтобы быстро избавиться от оставшихся экземпляров Вступительного Издания, в награду за скорость МЫ ОТДАДИМ три тома последних и лучших рассказов Сэра Конан Дойля – несколько его величайших историй о Шерлоке Холмсе.

Тем, кто вышлет прилагаемую карту в течение 10 дней, мы АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО подарим эти три тома Конан Дойля.

Это Ваш шанс – последний шанс, который есть у Вас, чтобы получить лучшие рассказы Райнхат за полцены и тома Конан Дойля БЕСПЛАТНО. Осталось всего 700 штук, о которых мы говорим, а 700 экземпляров долго не задержатся. Впишите сейчас свое имя на прилагаемую карту и отправьте ее по почте. Другого такого шанса у Вас никогда не будет!

Ваш всего на 10 дней,

**«Особая плата! Особая плата!
Все благодаря крупному сокращению!
От Ирвина Кобба!»**

Друг –

Что заставляет людей полюбить неожиданный юмор Марка Твена? Что есть такого в историях Брета Харта, что сделало его бессмертной фигурой американских писем? Что необыкновенного в гротескных рассказах По, что заставляет Вас читать и читать их, хотя мурашки бегут по коже и кровь леденеет от ужаса?

Не это ли единственная безошибочная метка гения – мастерское сочетание юмора, трагедийности, пафоса и романтизма, искусством которого владеет лишь один или два писателя в целом поколении?

Теперь мы знакомы с Ирвином Коббом. Возьмите игривый юмор Марка Твена, нежные чувства Брета Харта, поразительный талант По – смешайте все это, добавьте капельку О.Генри – и у Вас появится представление о блестящей гениальности Ирвина Кобба.

Роберт Дэвис, редактор «Мунсей», отзывается о нем так: «Кобб пишет октавами, инстинктивно добавляет аккорды юмора, трагедии, пафоса и романтики. Если хотите насладиться совершенным сочетанием всего, что присуще коротким рассказам, прочтите любую из историй Кобба. В произведениях Кобба лучшим образом сочетается талант Марка Твена, Брета Харта и Эдгара Аллена По.

Кобб – логичный преемник Марка Твена. Он смешивает юмор и мудрые размышления так осторожно, как повар смешивает ингредиенты для начинки индейки. Он заставил смеяться больше людей, чем кто-либо другой после Твена. С его интересом к другим людям, с его тонкой игрой остроумия и юмора, с его живым изображением жизни и характера каждого человека – его уютные рассказы являются маленькими шедеврами.

Первое издание в единообразном оформлении!

Были проданы сотни тысяч книг Ирвина Кобба, выполненных в разных стилях и обложках. Его юмористические работы год за годом появлялись в крупнейших газетах и журналах по всей

стране. Но никогда еще не выпускалось издание всех его увлекательных историй и шуточных рассказов в едином стиле. Теперь впервые можно приобрести их – 76 различных историй, юмористических, домашних, любимых, серьезных, гротескных.

У нас было 18 книг с новым четким шрифтом. Мы собрали их в 10 библиотечных томов в красивом одинаковом оформлении, и теперь предлагаем их Вам в ограниченном Вступительном издании со –

Скидкой 40% От Обычной Цены

В небольшой прилагаемой брошюре показаны все 18 томов, обладателями которых Вы станете, а также список из 76 рассказов. Отправьте карту ради них. Это ничего не стоит – необязательно оставлять их у себя – до тех пор, пока Вы не одобрите их после недельного просмотра у себя дома! Тогда – и только тогда – Вы можете выслать нам первый маленький взнос в 1 доллар, и затем по одному доллару в течение всего 11 месяцев.

Просто впишите свое имя и адрес на прилагаемую карту и вышлите ее по почте. Книги будут оправлены Вам за наш счет. Сделайте это сейчас, пока это небольшое Вступительное издание еще есть в наличии, пока у Вас есть возможность получить полный набор увлекательных рассказов со скидкой 40% от обычной стоимости.

Карта накладывает обязательства только на нас – НЕ НА ВАС!

Воспользуйтесь ею!

Жду ответа,

P.S. Два Дополнительных Подарка за Быстрый Заказ!

Мы выпускаем это Вступительное Издание, просто чтобы оценить спрос и быстро определить, каково должно быть количество экземпляров для обычной продажи.

Вы можете помочь нам, отправив КАРТУ ДЛЯ БЕСПЛАТНОГО ПРОСМОТРА без промедлений. А чтобы это и для Вас стоило того, мы предлагаем Вам два приза.

Отправьте карту в течение 10 дней с момента ее получения, и мы вышлем Вам одну из нескольких экземпляров книг с личным автографом Ирвина Кобба на форзаце –

И ПЛЮС К ЭТОМУ мы БЕСПЛАТНО отправим Вам два тома «Лучшее из хороших рассказов мира» Тома Мэйсона, содержащих тысячу

лучших историй, остроумных пословиц и самых смешных анекдотов, которые автор собрал за 15 лет службы редактором «Жизни».

Эти рассказы подойдут для всего, от послеобеденной беседы до политической речи, от разговора с продавцом до собрания управления.

* * * * *

Во всех них Вы отметите схожесть трактовок, циркуляр, используемый в каждом случае для того, чтобы просто поддержать и закрепить интерес к письму.

Как видно, письмо, циркуляр и карта являются просто рекламой, разделенной на несколько составных частей. Реклама должна конкурировать со всеми окружающими ее предметами интереса: **с текущими новостями, с хорошими рассказами, с актуальными фотографиями. Таким образом, наверху помещается привлекающая внимание фотография, используется поражающий заголовок, чтобы людям хотелось прочесть дальше, а разъяснение вместе с уловками и приманками длится до самого конца.**

Поместите ту рекламу в конверт в том виде, в котором она есть. Она не сорвет и четверть куша, который можно заполучить с помощью той, которая отделена в письме, циркуляре или карте. Я использовал это дюжину раз в наших самых успешных рекламках, и поэтому знаю. С ней обязательно должно быть письмо, чтобы работать на нагрузку. Циркуляр может использоваться для того, чтобы привлечь интерес, и с этой целью применяются рекламный заголовок и иллюстрация. Но читатель относится к письму как к настоящей причине для заказа, и хотя у Вас имеется в нем приманка, шанс заполучить заказ мал.

У нас был в распоряжении дополнительный циркуляр, отодвигавший письмо на задний план. Но когда так получается, неплохо бы обследовать письмо и выяснить, что в нем не так. Обычно оказывается, что оно слабовато. Как правило, от Вашего письма будет зависеть 65-75% получаемых заказов, от циркуляра 15-25%, а от почтовой карты и формы для заказа 5-10%.

Конечно, цифры различаются, но если Вы после почтовой рассылки ждете больших результатов, для этого позаботьтесь о письме. Если оно написано некорректно, результатов Вы никогда не дождетесь.

Глава 17

ГИГАНТСКИЕ ПИСЬМА

Для книжного бизнеса январь и февраль – лучшие месяцы в году. Особенно хороши эти месяцы для вдохновляющих книг, так как многие люди желают изменить свою жизнь к лучшему с начала нового года. Поэтому они с большей охотой начнут что-то изучать сейчас, нежели потом, когда это решение будет забыто.

Тем не менее, мы заметили, что для продажи товаров почтой январь и февраль – самые бедные месяцы года. В это время магазины устраивают распродажи, так что становится весьма трудно показать достаточную выгодность предложений по почте по сравнению с магазинными предложениями; убедить людей в том, что они могут упустить желаемые вещи.

Другой малоизвестный фактор в продажах почтой заключается в том, что люди будут совершать покупки почтой гораздо охотнее до того, как начнётся сезон какого-то товара, или в самом его начале; но как только продажи пойдут полным ходом, люди вернутся в свои местные магазины.

Одной из причин этого может быть то, что когда людям действительно становится что-то нужно, они не желают беспокоиться о всевозможных задержках, связанных с доставкой. Они хотят то, что они хотят, тогда, когда они этого хотят. Но прежде, чем наступит острая необходимость, люди могут заказать вещи, чтобы попробовать их, зная, что если это окажется не то, что они хотят, будет ещё масса времени, чтобы отправить товар обратно и купить что-то поблизости.

Так что, задумывая лишь небольшие почтовые рассылки по остаткам зимних товаров, мы посвящаем наше время в январе и феврале в основном тестам. Конечно, мы не можем ожидать настолько хороших результатов, как тогда, когда был сезон товара, но обычно нам удаётся получить хорошие показатели привлекательности рекламных проспектов по определённым критериям.

Например, сравнивая каждый новый проспект, который мы тестируем, с рядом предыдущих успешных вариантов, которые мы ранее использовали для этого продукта. Если новый тип оказывается привлекательней старого даже в мёртвый сезон, у нас есть все основания полагать, что он будет таким и тогда, когда сезон товара снова придёт. Если же это оказывается не так, мы отказываемся от этого варианта и пробуем что-то новое.

У нас всегда была масса товаров для тестов, которые мы постоянно держали наготове на случай, если старые товары вдруг начнут терять их привлекательность, и понемногу продвигали их, чтобы, в конце концов, новые товары заняли место старых.

На прошлое Рождество, к примеру, мы испытывали подобным образом жемчуг и духи, надеясь использовать один из этих товаров или сразу оба в нашем Рождественском предложении на следующий год. Оба товара показали хорошие

результаты, особенно духи, на которые было так много заказов, что мы разослали несколько сотен тысяч экземпляров на следующее Рождество. Вот какими были эти два предложения:

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Вы согласны принять участие в эксперименте?

Попросите Вашего ювелира показать Вам идеальную глубоководную жемчужину. Положите рядом с ней прилагаемую искусственную жемчужину Дельта. А затем попробуйте их различить!

Ювелир может сделать это – с помощью своего увеличительного стекла. Но ни Вы, ни любой другой человек, не являющийся экспертом по драгоценным камням, не сможете отличить натуральный жемчуг от искусственного.

По блеску, весу, радужности и цвету маленькая жемчужина, которую мы отправляем Вам, будет соответствовать всем характеристикам настоящей глубоководной жемчужины.

Наступите на неё! Она выдержит вес человека обычных размеров. Вскипятите её в горячей воде! Даже после этого она будет блестящей, с лёгкими радужными оттенками, которые могут быть только у жемчуга. Взвесьте её! Вы увидите, что она тяжёлая, крепкая, ни коим образом не отличимая от натуральной жемчужины; разве что для эксперта с его увеличительным стеклом.

Большинство светских женщин, большинство звёзд сцены и экрана имеют копии их дорогих глубоководных украшений, сделанные из этого искусственного жемчуга, чтобы носить их на общественных мероприятиях. И никто не может отличить их от настоящих.

Единственная разница, видная невооружённому глазу – цена; и Вы сэкономите эту большую разницу.

В Нью-Йорке, Париже и Лондоне жемчуг очень моден в этом году. Его надевают по любому поводу и практически к любой одежде – с вечерними платьями, на вечеринки и полуденное чаепитие, на улицу и на время похода по магазинам.

Ожерелье «Кармен» из жемчуга Дельта, из которого была взята прилагаемая жемчужина, было выпущено для продажи в розничных магазинах по цене в \$21.00 и в настоящее время так активно разрекламировано в национальных журналах.

Но если Вы отправите прилагаемую открытку прямо сейчас, до того, как начнётся Рождественская суэта, мы пришлём Вам это знаменитое ожерелье, популярной 24-дюймовой «оперной» длины, застёгивающееся бриллиантовой застёжкой из белого золота с настоящим бриллиантом, всего за \$15.75.

Но это ещё не всё. Мы пришлём его Вам **на целую неделю бесплатной пробы**, не взяв с Вас ни единого цента, чтобы Вы опробовали, рассмотрели, ПОНОСИЛИ его неделю на наш страх и риск.

Если по любой причине – или без причины – оно больше не будет доставлять Вам удовольствия, отправьте его обратно, и Вы не потратите ни пенни.

Естественно, мы не можем делать подобные предложения всем подряд, так что даже если Вы решите не использовать это преимущество, мы будем признательны Вам, если Вы вернёте или уничтожите открытку. И, конечно же, Вы должны будете воспользоваться этим преимуществом немедленно, пока не началась Рождественская суэта.

Можем ли мы надеяться, что Вы отправите нам Вашу открытку сейчас, СЕГОДНЯ?

Искренне Ваши,



* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Кто бы мог мечтать о том, что изысканные духи Нарцисс – духи, настолько прекрасные, что их пьянящий аромат поразит Вас; такие изумительно утончённые и благоухающие, подобные дыханию цветочного сада солнечной Франции – кто бы мог поверить в то, что унцию подобных духов можно будет получить за доллар или меньше!

\$1 за унцию!

Зачем Вам платить больше за обычные, неизвестные духи, покупаемые у аптекаря, которые будут невыразительными, скучными и безжизненными по сравнению с изысканным Нарциссом?

Самая восхитительная, самая очаровательная сладость, когда-либо полученная из цветочных лепестков и заключённая в хрусталь – вот, что такое Нарцисс. Покоряющий, этот жидкий аромат подобен золотому свету солнца, выдержанному за цветным стеклом. Рецепт, известный только близким людям, подобно рецептам виноделов Франции – секрет, который передаётся от отцов к сыновьям через поколения.

Аромат, который увлекает Вас – восхитительный, освежающий, не похожий на любые другие духи, которые Вы когда-либо знали. Эссенция музыки и смеха, сладости покрытых росой цветов – всё волшебным образом заключено в хрустале.

По меркам, по которым обычно оценивают духи, Нарцисс должен продаваться в розницу от \$4 до \$5 за унцию. Так и есть: в модных магазинах Палм Бич, Ньюпорта и Пятой Авеню Нарцисс продаётся по \$5 за унцию.

Предложение даже того небольшого количества духов, что у нас есть, по цене меньше, чем \$1 за унцию, – такое поразительное событие, что мы решили сообщить об этом только жёнам наших клиентов. Им мы делаем Вам следующее предложение:

Если Вы немедленно отправите прилагаемую Открытку для Бесплатной Пробы, я пришлю Вам 8-унциевую бутылочку духов Нарцисс, с уже оплаченными почтовыми расходами, для того, чтобы Вы испытали их. Распечатайте, откройте и ПОПРОБУЙТЕ их! В конце недели ОТПРАВЬТЕ ИХ ОБРАТНО, если Вы захотите с ними расстаться.

Но если Вы не захотите расставаться с ними, отправьте мне - НЕ \$5 за унцию, как духи Нарцисс стоят в модных магазинах - А ТОЛЬКО \$7.85 ЗА ВСЕ ВОСЕМЬ УНЦИЙ!

Это предложение, однако, действует только на то небольшое количество товара, которое у нас есть сейчас. Прилагаемую ОТКРЫТКУ ДЛЯ БЕСПЛАТНОЙ ПРОВЫ нужно отправить немедленно.

Ваши, если Вы поторопитесь,



* * * * *

В то же время мы протестировали новый вариант старого письма о повреждённых комплектах с намерением использовать его в следующем декабре для оставшихся после обычной распродажи запасов пальто. Ниже приведена копия письма. Оно сработало почти так же хорошо, как и письмо о повреждённых комплектах, процитированное в прошлой главе, так что мы отложили его для дальнейшего использования. Вот оно:

Несколько Пальто с Огромной Экономией

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Я могу сохранить Вам довольно много долларов прямо сейчас, если Вы ещё не купили себе зимнее пальто.

Уже этой зимой мы продали 21,631 Ольстер (длинное свободное пальто – прим. переводчика) «ТеплоХранитель» по ценам, доходящим до \$48.75. Сейчас у нас осталось только 582 этих прекрасных Ольстера – недостаточно для того, чтобы организовывать серьёзную рекламу национальных масштабов, но мы не хотим оставлять их на наших складах до следующей осени.

Чем предлагать их со скидкой каким-нибудь торговцам, я лучше предложу их моим старым клиентам – Вам и другим людям, кто в прошлом покупал плащи, дорожные сумки и т.д. у меня – по действительно устаревшей сниженной цене, всего за \$24.95.

Другими словами, я предпочитаю отдать Вам, а не каким-нибудь городским торговцам, преимущество скидки. Помните, что мои семидневные привилегии бесплатной пробы остаются в силе. Вам не нужно отправлять деньги заранее. Вы вольны вернуть Ольстер «ТеплоХранитель», если он не понравится Вам по какой-либо причине, особенно если Вы не посчитаете, что он может стоить все \$40.00, а не \$24.95.

Несомненно, Вы можете использовать ещё одно пальто этой зимой, ведь большая часть холодов ещё впереди. Или Вам понадобится новое пальто на эту осень. Только между нами: разве экономии в \$15.00 Вам не недостаточно, чтобы стать обладателем Вашего пальто прямо сейчас?

Это моё единственное предложение по такой низкой цене. У меня осталось только 582 пальто. Если Вы не будете греться в одном из них в течение недели с сегодняшнего дня, Вам будет некого винить, кроме себя самого.

Я даю Вам прекрасный шанс получить настоящий Ольстер «ТеплоХранитель» сейчас всего лишь за часть от его реальной стоимости. Просто подумайте: всего за \$24.95 Вы можете получить чистошерстяной, красиво сшитый, отделанный атласом Ольстер, который сохранит Ваше тепло и отличный внешний вид этой и следующей зимой тоже!

Просто заполните открытку, отправьте её сегодня, без денег, и я пришлю Вам Ольстер «ТеплоХранитель» Вашего размера немедленно почтово-посылочной службой.

Но помните: у меня осталось всего 582 Ольстера по цене \$24.95. Чтобы защитить себя, я оставляю за собою право телеграфировать Вам, если Ваш заказ поступит ко мне уже после того, как Ольстеры Вашего размера будут распроданы. Чтобы быть уверенными, что Вы получите один из этих Ольстеров «ТеплоХранитель», отправьте данные о Ваших размерах немедленно!

Искренне Ваш,

P.S. Эти 582 пальто – новинка этой зимы, последнее слово в стиле и шитье: чистошерстяная ткань, подкладка из шотландки, атласная отделка и т.д.

* * * * *

Затем мы принялись за туфли, носки, галстуки, нижнее бельё и другие товары. С точки зрения объёмов сбыта, среди предметов мужской одежды были некоторые товары, на которые мы не могли получить достаточно заказов в прибыльных объёмах. Когда приходит время фактических продаж, иногда случается так, что бывает трудно удовлетворить всех покупателей подходящими параметрами, поэтому товары приходится вычёркивать.

Одним из таких товаров были туфли. Несколько раз мы пробовали туфли и получали заказы в прибыльных объёмах. Но когда приходило время примерки, количество заказов сокращалось на половину. Возможно, у нас не было подходящих туфель или правильного метода измерения. Что бы это ни было, но больше половины туфель, которые мы отправили, были возвращены. Так что мы быстро забросили эту линию. Вот одно из писем, после которых приходили заказы:

ДОРОГОЙ СЭР:

Какой размер туфель Вы носите?

Если Вы возьмёте самую удобную пару туфель, которая у Вас есть, и впишете в прилагаемую открытку все параметры, нанесённые внутри неё, ближе к верху, мы обещаем прислать Вам настолько легко-носимую, настолько стильно выглядящую, настолько комфортную пару туфель, какая только бывала на Ваших ногах, по гораздо более низкой цене, чем Вы платили за хорошие туфли со времён войны.

Их стиль говорит сам за себя. Их прекрасная кожа тоже. Но лишь месяцы ношения в повседневных условиях смогут

рассказать Вам полную историю комфорта и надёжности, которыми наделена каждая пара туфель «Двоеносцы».



Туфли «Двоеносцы» разработаны для удобства ног, согласно плану самой Природы. Изящный изгиб для пальцев. Подошва отдыхает, плотно прилегая к земле, и легко изгибается с каждым движением ноги. Удобный свод. Одним словом, они везде прилегают, нигде не жмут, выглядят, как дорогие туфли и НОСЯТСЯ точно так же.

Вы попробуете этот эксперимент?

Впишите маркировку с самых удобных Ваших туфель в прилагаемую открытку. А после этого проверьте: сможем ли мы дать Вам настолько же легко-носимую, такую же стильную и хорошо выглядящую пару туфель «Двоеносцы», независимо от того, сколько Вы заплатили за свои туфли!

Это не будет стоить Вам ничего, и если Вы сможете получить такие же легко-носимые, такие же красивые и надёжные туфли на треть дешевле, чем Вы платите сейчас, это будет неплохая экономия, не так ли?

Мы готовы прислать их – без единого цента оплаты – для целой недели БЕСПЛАТНОЙ экспертизы.

Согласны ли Вы пройти этот тест вместе с нами?

Мы будем тут – в ожидании,

* * * * *

Другой «никчемной вещью» оказалось атлетическое зимнее нижнее бельё. Это звучало хорошо, и наши покупатели, очевидно, думали аналогично, потому как приобрели они его в изрядном количестве; но – они вернули его! И когда я попробовал поносить одну такую пару белья в холодные, снежные дни, которые так часты в северо-западной Пенсильвании, когда ветер, дующий с озёр, подобен лезвию ножа, я узнал, что чувствовали наши покупатели.

И я сделал то же, что и они – вернулся к своему обычному длинному белью. Но как примеру письма, приносящего заказы, письму об одежде атлетического союза здесь самое место. Так что вот оно:

«О! Как Здорово Выйти На Улицу Утром!»

ДОРОГОЙ СОСЕД:

Эти бодрящие, хрустящие зимние дни скоро настанут.

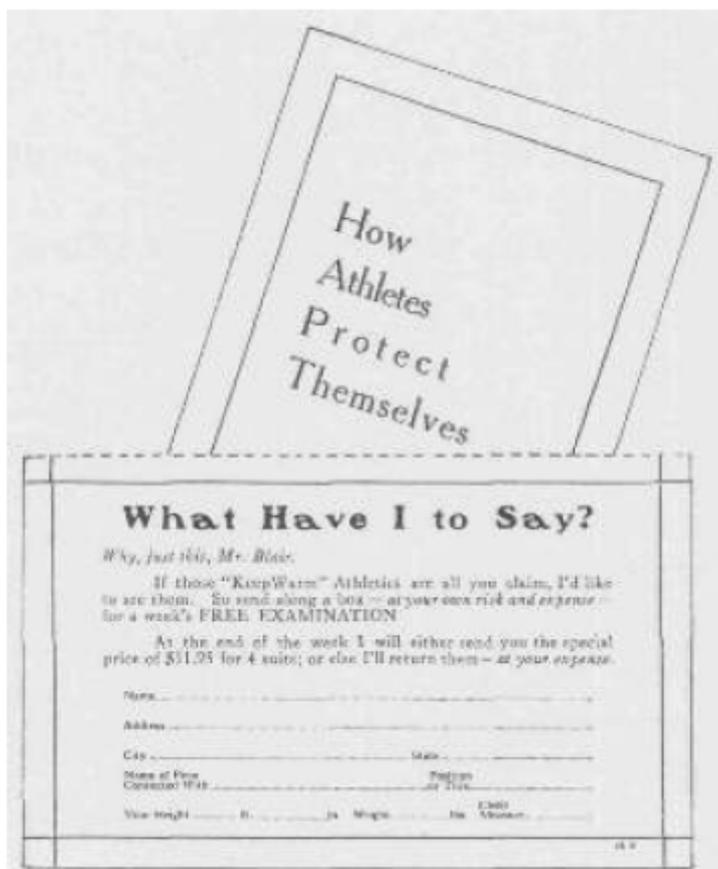
Хотите ли Вы прожить их по-другому в этом году – хотите получить от них больше энергии, больше здорового наслаждения, чем когда-либо раньше?

Тогда уберите подальше эти вызывающие дрожь BVD (торговая марка нижнего белья – прим. переводчика) или любое другое лёгкое нижнее бельё, и возьмите атлетического «ТеплоХранителя».

Помните, когда Вы были юношей, как Вы обычно катались на коньках весь день до самой ночи и никогда не думали о холоде?

Шерсть – вот, что обеспечивало это!

Только атлетический «ТеплоХранитель» не колючий и не неудобный, каким было шерстяное бельё, которое Вы носили. Это бельё из замечательной шерсти австралийских овец, со всеми тепловыми и впитывающими качествами шерсти, но с лёгкой примесью высококлассного южного хлопка, чтобы придать ему лёгкость, ворсистость и силу.



Жизненно важные органы тела нужно держать в тепле. Холод «доберётся до мужчины», пока он не будет достаточно защищён от шеи до колен. Но в наши дни, когда мужчины так много работают в помещении, им нравится, чтобы их руки и ноги были свободными. И они должны быть свободными. Природа никогда не планировала, что наши ноги и руки будут чем-то обильно покрыты. Посмотрите на животных – мех на их ногах зимой не становится гуще, чем летом – *только на их телах.*

Атлетическое нижнее бельё «ТеплоХранитель» предлагает двойную выгоду – тепло для жизненно важных органов и свободу для ног и рук. А также атлетический «ТеплоХранитель» можно назвать костюмом, что делает его «одеждой» в рядах «нижнего белья».

Вы только посмотрите на него! И это ничего не будет Вам стоить. Прилагаемая открытка принесёт Вам четыре комплекта белья в фабричной упаковке по специальной цене для Непосредственного Потребителя – \$11.95. Попробуйте купить нечто подобное в магазинах хотя бы от \$4 до \$7 за штуку!

Но не имеет значения, что мы ГОВОРИМ об этом белье – посмотрите на него сами. Вы откроете новый вид зимнего комфорта и новый способ сохранять деньги, покупая НАПРЯМУЮ!

Ваши по самому короткому маршруту – служба «Прямо-по-Почте»

* * * * *

Почему я не выяснил это до того, как написал рекламные проспекты? Главным образом потому, что это не имело бы никакого значения. Производитель требовал реальных результатов. Его не волновало наше личное мнение, неважно чьё оно было. Ведь не нам же он пытался продать товар. Важен был потребитель. Так что единственным голосом, который брался в расчёт, был голос покупателя.

Но большинство наших тестов не были настолько «гигиеничными». Были банные халаты, например; и шерстяные носки; и зимнее нижнее бельё обычного типа; и дорожные пледы; а также ряд других товаров, которые мы должны были рекламировать некоторое время спустя. Март был отмечен началом регулярных почтовых рассылок. Другими словами, март – предвестник весны, а весна означает дождевики, затем рубашки и летнее нижнее бельё, потом дорожные сумки и прочее.

Итак, мы начали весенние рассылки с письма о пальто. Но мы обнаружили, что наибольшей привлекательностью из всех характеристик пальто обладает его непромокаемость; так что сначала мы назвали наше пальто «Хранителем Сухости», а позже – «ВсеПогодником». Конечно, как всегда, мы попробовали несколько разных писем, но вот одно, которое получило пальму первенства:

ДОРОГОЙ СЭР:

Если Вы думаете о покупке весеннего пальто, плаща или лёгкого пальто –

Не надо!

Потому что Вы можете купить их все в одном «Хранителе Сухости» по одной низкой цене прямо по почте.

«Хранитель Сухости» – это все эти типы пальто в одном. Это идеальное пальто для весны, но оно также хорошо подходит и для любого другого сезона.

Лёгкий и добротный, как спортивная куртка, «Хранитель Сухости» выдерживает самый сильный дождь. Особый покрой, материал и дизайн, правильно сшитый во всех деталях – «Хранитель Сухости» защитит Вас от сильнейшего ливня.

В отличие от обычного пальто, это обладает тонким слоем покрытия из чистой резины – лёгким и гибким, как шёлк, но защищающим от дождя и влаги.

В загородных клубах или на деловой встрече в городе – куда бы не шли элегантно одетые люди в облачную погоду, везде Вы видите «Хранителя Сухости». Потому что у него есть секрет. Большинство плащей – всего лишь обычные плащи и ничего более. «Хранитель Сухости» скрывает тот факт, что он плащ, до тех пор, пока не начнётся дождь.

Каждому мужчине нужно подобное пальто в дождливые дни, в прохладные ночи, для автомобильных прогулок. С «Хранителем Сухости» в Вашем шкафу Вы будете готовы к любой погоде. В наш офис каждый день приходят письма, подобные этому от мистера А. Дж. Дьютейла, вице-президента и казначея Портлендской Цементной Компании Южного Огайо:

«Я никогда не чувствовал такого комфорта и удовлетворения ни от одного пальто, как я чувствую от «Хранителя Сухости». Много лет я искал подобную одежду – пальто, которое я мог бы носить при любом случае и которым я мог бы гордиться».

Самая низкая цена, по которой мы могли предложить это отличное пальто прошлой весной или несколькими годами ранее – даже на основе огромного товарооборота, даже после того, как мы убрали все ненужные наценки – полученные нами цены для Непосредственного Потребителя колебались от \$17.85 до \$23.50.

Но Вы знаете, каково большинство фабрик – они простаивают, или работают только 2-3 месяца в году; а между тем платить по накладным, оплачивать аренду, проценты, жалование и т.д. нужно всё время. В этом году мы приняли решение всё это изменить, так что мы заставили фабрику по производству «Хранителей Сухости» работать всё время, выпуская пальто к весне.

Теперь мы можем разделить с Вами результаты экономии.

Вместо цены от \$17.85 до \$23.50, по которой мы продавали эти пальто прошлой весной и все прошлые годы, или вместо той высокой цены, которую покупатели готовы заплатить в магазинах, теперь мы можем дать Вам нового, улучшенного «Хранителя Сухости», лучшего из всего того, что мы раньше могли предложить, всего за \$14.65.

Есть только одно условие, выражаемое одним предложением. Ваш заказ должен быть быстрым.

Естественно, мы не можем продолжать продавать пальто, произведённые в обычный сезон, по этой цене. Эта цена распространяется только на уже готовую продукцию.

Так что очень важно, чтобы Вы вписали Ваши рост и вес в прилагаемую открытку и отправили её прямо сейчас.

Это не наложит на Вас никаких обязательств, как Вы знаете, потому как если «Хранитель Сухости» Вам не понравится, Вам будет нужно всего лишь вернуть его, а все сопутствующие расходы оплатим мы, и на этом дело завершится.

Вы отправите эту открытку для бесплатного испытания? Сегодня?

Я буду ждать,



* * * * *

Это письмо прекрасно продало много тысяч всепогодных пальто, даже в весенний сезон. Весна, кстати, лишь наполовину хороша для продажи пальто или костюмов, в отличие от осени. И подобное письмо осенью принесёт вдвое больше заказов, чем весной. Приведённое выше письмо, тем не менее, дало хороший отклик даже весной.

Далее мы организовали рассылку по рубашкам, используя письмо, которое мы тестировали прошлой осенью. И как эти рубашки продавались! За пару лет наш уровень продаж рубашек достиг 350,000 в год! Вот письмо, с которого всё начиналось:

ДОРОГОЙ СЭР:

Во времена наших отцов, как Вы знаете, все хорошие рубашки были ручной работы – это обеспечивало качество, но дорого стоило.

Сегодня Вы можете купить настолько же хорошую рубашку «ДолгоНос» (от слова «носить» – прим. переводчика) – уже готовую к ношению и идеально сидящую – всего за полцены.

Снимая с Вас мерки для рубашки, мы не ограничиваемся измерением лишь Вашей шеи, оставляя всё остальное на волю случая. Нет: мы вычисляем из вашего роста, веса и размеров воротника, сколько будет нужно в плечах, чтобы обеспечить Вам свободу движения, и чтобы при этом Вы выглядели подтянуто и элегантно; сколько будет нужно в талии, чтобы Ваша рубашка выглядела правильно в любом случае – СИДИТЕ Вы или СТОИТЕ; какой длины должны быть рукава и рубашка в целом.

Видите – мы не ограничиваемся несколькими стандартными размерами, как в розничных магазинах.

Когда они ориентируются на несколько сотен или несколько тысяч покупателей, у нас их 308,000.

Когда они поставляют рубашки нескольких стандартных размеров с несколькими различными длинами рукавов, у нас 45 размеров и длин рукавов!

Вот почему рубашки «ДолгоНос» выглядят на Вас настолько иначе, как будто это одежда, сшитая на заказ. Вот почему они так хорошо сидят на Вас по всему телу – в воротнике, в плечах, груди, в талии и рукавах.

Но это не всё!

Рубашки «ДолгоНос» шьются из плетёного хлопка вместо ситцевой перкали. По этой причине они будут сохранять свой цвет, несмотря на многочисленные стирки. Одежда из хлопка сплетена тонко и прочно – в ней больше нитей на дюйм в каждом направлении, чем у многих рубашек.

Более того. Концентрируя все наши усилия на трёх желаемых моделях (самых красивых, что мы нашли) и посылая их по три в упаковке (как они изначально упаковываются на фабрике), мы можем предложить Вам эти рубашки «ДолгоНос» ПРЯМО ПО ПОЧТЕ по цене всего в \$4.95 за три штуки, с уже оплаченными почтовыми расходами. (Несмотря на то, что хорошие рубашки из плетёного хлопка, как известно, продаются в розничных магазинах гораздо дороже.)

И если Вы отправите прилагаемую открытку немедленно, прежде чем начнётся осенняя суета, мы пришлём Вам три рубашки на свой страх и риск для недельного испытания Вами - БЕСПЛАТНО!

Не посылайте денег, не платите ничего за доставку. Только скажите нам, насколько Вы высоки, сколько Вы весите, и какой размер рубашек Вы обычно носите. Затем расслабьтесь и наблюдайте за результатами!

Но Вам нужно отправить открытку прямо сейчас!

Второпях Ваши,



* * * * *

Наибольшей притягательностью в письме обладал тот факт, что у нас есть так много размеров и длин рукавов, что мы можем с лёгкостью подобрать подходящую

рубашку для любого. В результате мы получили наименьшее число жалоб на подгонку рубашек, чем практически на любой другой товар, требующий подгонки под клиента.

Обратите внимание на листовку. Мы попробовали несколько различных иллюстраций для первой страницы, и, к нашему удивлению, та, на которой были рубашки, висящие на верёвке, оказалась более привлекательной для клиентов, чем другие.

Мы также обнаружили, что внутри проспекта детали о продаваемом товаре наиболее эффективно воспринимались, будучи пронумерованными (1, 2, 3, 4), хотя в то время считалось, что стрелки обладают большей привлекательностью.

На последней странице мы старались всегда размещать текст о «бесплатной-пробе-без-денег», и, когда возможно, мы помещали одну-две хороших, сильных рекомендации, чтобы сделать наши утверждения более убедительными.

Другим продуктом, который мы попробовали рекламировать отдельно впервые этой весной, были шёлковые носки. Вы можете подумать, что мужчине будет проще пойти в любой магазин и самостоятельно купить шёлковые чулочные изделия, поэтому будет нелегко продать ему дюжину пар за раз почтой. Но это было не так. Той весной мы продали около 20,000 пар. И это было лишь начало.

Шёлковые чулочные изделия, кстати, были у нас одними из лидеров продаж. И вот письмо, с которого эти продажи начались:

ДОРОГОЙ ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК:

Я собираюсь прислать Вам в течение нескольких следующих дней упаковку с двенадцатью парами шёлковых чулок «ДолгоНос».

Эти шёлковые чулки «ДолгоНос», возможно, не похожи на те шёлковые носки, которые Вы сейчас носите, потому что:

1. Чулки «ДолгоНос» изготовлены из нитей чистого японского шёлка, в то время как большинство «шёлковых» чулок производят частично из искусственного шёлка, чтобы удешевить их.

2. Шёлк в чулках «ДолгоНос» 11-прядевой, что делает его солидным и богато выглядящим, в отличие от 9-прядевого с невидимыми металлическими несущими, которые весьма хрупкие и быстро приводят к появлению дырок.

3. Носки у чулок «ДолгоНос» немного БОЛЬШЕГО РАЗМЕРА – прямо как хорошие автомобильные шины – больше, чем у большинства чулок, так что они будут носиться гораздо дольше.

4. У этих чулок подошва двойной толщины, а пятка, пальцы и верхняя часть сделаны из качественного мерсеризованного фильдеперса, который носится, и носится, и носится.

Я собираюсь прислать эти чулки Вам – безо всяких обязательств с Вашей стороны – для того, чтобы Вы исследовали их и живьём увидели разницу между ними и чулками, которые Вы носите сейчас.

Но есть одна деталь – я не могу прислать чулки, пока Вы не скажете, какой размер Вы носите.

Вы можете сделать это в один миг с помощью прилагаемой открытки.

Когда я отправлю чулки, с Вашей стороны не будет абсолютно никаких обязательств по оплате за них. Вы можете вернуть чулки по ЛЮБОЙ причине или даже без таковой.

Но Вот Самая Важная Часть

Если Вы обнаружите, что эти носки «ДолгоНос» соответствуют всему, что я о них сказал (и Вы будете единолично судить об этом), сколько Вы посчитаете должным за них заплатить? 75 центов за пару? Нет, сэр, это цена шёлковых чулок с всякими уловками вроде «несущих» и «обрезаний». \$1 за пару – цена, по которой продаются другие действительно хорошие чулки? Это уже ближе к истине.

Что ж... Если Вы решите оставить носки «ДолгоНос», Вам будет нужно прислать мне только \$7.95 за двенадцать пар. Это полная цена для Вас. **Всего шестьдесят с небольшим центов за пару.**

Как мы можем делать подобное предложение?

Во-первых, мы отправляем чулки только «оптовыми» партиями по одной дюжине – именно такими объёмами сотни торговцев закупаются за один раз.

Во-вторых, Вы имеете дело напрямую с нами по почте, и Вы не платите ничего из наценок различных торговцев или торговых представителей, исключая таким образом наценки обычной розничной торговли.

Просто заполните прилагаемую открытку и отправьте её обратно. Чулки «ДолгоНос» придут почтово-посылочной службой (с оплаченными расходами, конечно), не обязывая Вас при

этом оставлять их. Вы не потеряете ни пенни. Это я прошу о разрешении прислать их. Вы позволите мне?

Отправьте открытку СЕЙЧАС! Затем расслабьтесь и наблюдайте за результатами.

Ваши для «Долгого Ношения» ХОРОШИХ чулок,

* * * * *

И вот мы подошли к сезону дорожных сумок. На протяжении всей весны мы тестировали различные письма о дорожных сумках, надеясь найти одно, которое позволит нам удвоить объёмы в 50,000 сумок, проданные годом ранее. Но ничего подобного не находилось. Было похоже на то, что мы уже отоварили всех людей, которые собирались купить дорожные сумки.

Но мы знали, что должно быть что-то, что снова сделает сумки желанными, поэтому мы продолжали испытания, и некоторое время спустя мы нашли это «что-то».

Вы должны знать, что одна из вещей, которой мы научились с почтовыми рассылками нашим клиентам по десять-двенадцать раз в году, – это **необходимость изменять оформление наших писем и листовок.**

Мы обнаружили, что если использовать тот же стиль конверта и тот же старый бланк письма месяц за месяцем, их перестанут даже открывать; но когда мы изменили всё, даже их размеры и цвет, это было похоже на рекламную рассылку по абсолютно новому списку клиентов – настолько хорошими оказались результаты.

Вот что в итоге привело нас к идее нашего успешного рекламного проспекта по дорожным сумкам. Если, как предполагалось, наше последнее предложение было настолько хорошим, что оно собрало все возможные заказы из всех списков клиентов, то единственным нашим шансом получить больше была попытка сделать наше следующее предложение отличным от предыдущего, насколько это возможно.

И как раз это мы и собирались сделать. Вместо письма, листовки и открытки мы использовали «гигантское письмо» 9 на 14 дюймов, с двойным листом (как четырёхстраничный бланк), и на внутренней стороне страницы мы поместили полноразмерное изображение дорожной сумки, открытой настолько, чтобы показать весь ассортимент удобных карманов; а также полное описание рядом, обращающее внимание на каждую характеристику. Вот письмо и изображения, которые были на внутренних страницах:

Мой ДОРОГОЙ СЭР:

Всего лишь раз при голубой луне ("Once in a Blue Moon" - очень редко - прим. переводчика) появляются новые изобретения такой важности, что нас просто обязывают обратить на это Ваше внимание - НА ПРОГРЕСС В ПРОИЗВОДСТВЕ!

Информация только что поступила от изобретателя, запатентовавшего уже успевший получить грант на новый ЗАМОК для дорожных сумок, который (мы верим в это) произведёт революцию во всей индустрии дорожных сумок.

Этот новый замок обладает автоматическими застёжками, что избавляет Вас от беспокойства - закрыли Вы свою обычную дорожную сумку или нет; застёжки щёлкают и запирают замок. Это происходит АВТОМАТИЧЕСКИ и это БЕЗОПАСНО.

Но это ещё не всё!

У этой новой дорожной сумки «Стэтлер» есть 10 удобных, влагонепроницаемых карманов, чтобы хранить Ваши расчёску и щётку, набор для бритья, зубную пасту и зубную щётку; и даже для Ваших рубашек, нижнего белья и воротничков!



С этим новым «Стэтлером» всё находится у Вас под рукой. Вы можете собрать Вашу сумку за *половину* того времени, которое обычно требовалось на это. Бутылки больше не будут опрокидываться.

Ваша одежда не помнётся. Здесь есть «место для всего, и всё на своих местах».

И В ДОПОЛНЕНИЕ К ЭТОМУ, новая сумка «Стэтлер» обладает всеми особенностями, которые сделали старого «Стэтлера» таким знаменитым – настоящая коровья кожа, такая жёсткая и прочная, что она будет служить Вам всю жизнь, двойные ручки, крепкие медные детали.

ВЫ НЕ СМОЖЕТЕ КУПИТЬ СУМКУ, СОЧЕТАЮЩУЮ В СЕБЕ ВСЕ ЭТИ ОСОБЕННОСТИ, НИ В ОДНОМ МАГАЗИНЕ ЗА \$25 В ТЕЧЕНИЕ ЭТОГО ГОДА!

Но тем нашим друзьям, кто отправит прилагаемую Открытку Резервирования прямо сейчас, мы собираемся предложить специальную Начальную Цену на первую партию этих новых сумок, которые только что пришли с фабрики, – \$14.75 – это даже дешевле, чем наш старый «Стэтлер» продавался прошлым летом.

Эта специальная цена действует только на несколько первых сумок. На самом деле, мы пока не знаем, насколько дороже эти новые замки окажутся в производстве, чем наши старые. Эти первые сумки позволят нам это выяснить. Вы выгадаете благодаря нашей необходимости, если зарезервируете Вашу сумку сейчас.

Вы ничем не рискуете. Вы не отправляете денег, на Вас нет никаких обязательств. Только Ваши имя и адрес на прилагаемой Открытке Резервирования – вот и всё, что необходимо. Но Ваша открытка должна быть отправлена немедленно!

К вашим УСЛУГАМ,

* * * * *

Это снова был случай адаптации идеи из книжного бизнеса и показатель того, что идея, которая успешно продаст один товар, окажется мощным двигателем и для других. Вступление «*Всего лишь раз при голубой луне*» было использовано ранее, чтобы привлечь к книге необычайный интерес. Это вступление сработало

даже более успешно в случае с новыми дорожными сумками, так что после этого и другого подобного письма мы продали ещё 50,000 дорожных сумок этим летом!

Было также две-три материальных детали к этому гигантскому письму, которые усилили его привлекательность. Одной из таких деталей был образец коровьей кожи.

Другой была «Награда в \$1,000», анонсированная на последней странице. Это увеличило число отзывов и, как кажется, позволило лучше удовлетворить будущих покупателей, так как сумка обладала всеми описанными в письме качествами. Это сработало настолько хорошо, что мы воспользовались этим позже для других товаров, таких как плащи, пальто и пр. Вы увидите пример позже, в письме о рубашках.

Пока мы тестировали различные письма на дорожных сумках и поражались успешной привлекательности гигантских форм, мы попробовали рекламировать несколько других форм сумок, и среди них «Глэдстоун». Это был новый продукт для нас, так что мы решили, что это ещё один шанс испытать силу привлекательности фразы «Вы сделаете мне одолжение?» Конечно же, это сработало. Это не срабатывало лишь в редких случаях. Так что мы добавили ещё что-то около 15,000 сумок «Глэдстоун» к нашим продажам 50,000 обычных дорожных сумок. Вот письмо, которое позволило сделать это:

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Это письмо носит чисто личный характер и не имеет никакого отношения к бизнесу. Скорее оно взывает к Вашей любезности, мотивируя тем, что, если Вы с Вашей тактичностью сможете помочь кому-то простым проявлением вежливости, Вы с радостью сделаете это.

Вот, в чём дело:

Уже три года, как Вы знаете, мы продаём знаменитые дорожные сумки «Стэтлер» напрямую потребителю, сберегая для него довольно много долларов по сравнению с обычной розничной ценой.

Но многие из наших покупателей писали нам, что они хотят сумку, которая будет способна вместить пару костюмов (причём так, чтобы они не мялись), туфли, туалетные принадлежности и т.д.; но чтобы по размерам она с лёгкостью умещалась под пульмановским спальным местом (пульмановский поезд – скорый поезд дальнего следования с вагонами первого класса и вагоном-рестораном – прим. переводчика) и имела вес, который можно будет легко переносить в одной руке.

Поэтому этой весной мы создали прекрасную новую сумку «Глэдстоун», сделанную из настоящей коровьей кожи – такой

крепкой, что она прослужит Вам всю жизнь – на стальном каркасе, с массивными медными деталями и *прошитыми* кожаными кромками.

Но вот, я полагаю, *Самое Большое Улучшение*, которое когда-либо было сделано над дорожными сумками «Глэдстоун». У этого нового «Глэдстоуна» есть 8 удобных карманов, которые обеспечат Вас особым местом для каждой Вашей туалетной принадлежности – расчёски и щётки, набора для бритья, зубной щётки и зубной пасты, и даже для Ваших рубашек, пижам, нижнего белья и воротничков!

Всё не только находится у Вас под рукой. Вы не только можете собрать свою сумку за *половину* времени. Но всё хранится *раздельно!* Ваша одежда никогда не помнётся. Бутылки не будут опрокидываться, и даже если одна из них разобьётся, это не причинит никакого вреда, потому что каждый из этих аккуратных карманов *отделан резиной*.

Я не верю, что кто-нибудь из тех, кому нужна неординарная деталь *КАЧЕСТВЕННОГО* багажа, который можно легко переносить, сможет найти что-то подобное этой новой сумке «Глэдстоун» меньше, чем за \$30.00. Я верю, что по очень низкой цене в \$19.85 эти сумки «разлетятся, как горячие пирожки». Но Вы знаете, как обстоят дела в розничной торговле – Вы никогда не можете быть уверенными в подобных вещах, пока не потратите на них довольно много денег.

И тут я подхожу к любезности, о которой хочу Вас попросить:

Я бы хотел убедиться в наличии запросов или их отсутствии, прежде чем мы спустим слишком много денег на эти новые сумки. Поэтому я пишу некоторым из наших покупателей, чтобы спросить каждого из них:

Вы попробуете одну из этих новых сумок «Глэдстоун» для меня в течение недели, *ПОПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЕЮ*, возьмёте в путешествие, оцените её удобство, её отличный внешний вид, сравните её с сумками, которые продаются в розницу в магазинах по \$30.00? А затем напишете мне?

Нет нужды говорить, что я пришлю Вам сумку, которую Вы сможете с гордостью взять с собой в самый эксклюзивный дом или отель – сумку, которая настолько же качественна и удобна, как любая, увиденная Вами в «Твентиз Сенчури Лимитед» (“Twentieth Century Limited” – название фирменного экспресса высшего класса «Нью-Йорк – Чикаго» – *прим. переводчика*).

Просто укажите Ваши имя и адрес на прилагаемой «Открытке Особых Привилегий», и я пришлю Вам одну из этих новых сумок «Глэдстоун» с оплаченными расходами почтово-посылочной службы, чтобы Вы использовали её в течение недели *на мой страх и риск – БЕСПЛАТНО!*



В конце недели, если Вам настолько понравится эта сумка, что Вы захотите оставить её, Вы сможете заплатить – НЕ \$30 или \$35, как Вы привыкли платить в магазинах; НАША СПЕЦИАЛЬНАЯ НАЧАЛЬНАЯ ЦЕНА ДЛЯ ВАС СОСТАВИТ ВСЕГО \$19.85.

В противном случае просто отправьте её обратно за наш счёт и в качестве оплаты за недельное использование откровенно выскажите мне своё честное мнение о сумке и её пригодности для продажи.

Однако, естественно, что Ваше мнение будет иметь для меня значение, только если я узнаю его СЕЙЧАС – когда сезон отпусков только начинается – прежде, чем мы окончательно санкционируем производство любого большого количества этих новых сумок «Глэдстоун».

Напишите ли Вы по этой причине Ваши имя и адрес на открытке *этим же вечером, если сможете, и отправите её?*

Хотя, конечно же, лучше отправить её прямо сейчас – пока она находится в Ваших руках, чтобы Вы не забыли о ней.

Я благодарю Вас за Вашу любезность.

Ваш, в надежде на взаимное сотрудничество,

* * * * *

Одной занятной деталью этой продажи был эксперимент, который мы провели с особыми почтовыми марками. Мы очень аккуратно заполнили 1,000 писем, а затем, вместо обычных 1- или 2-центовых марок, мы отправили письма специальной доставкой. Результаты выросли с 3-х процентов, которые мы имели при обычной рассылке, до 9-ти процентов с 1,000 писем со специальной доставкой.

Нельзя было упустить настолько хорошую возможность, так что мы произвели всю рассылку специальной доставкой. Вау! Какой рёв поднялся! Когда человека посреди ночи будит звук звящего дверного звонка, и он, спотыкаясь, спускается и видит посыльного с письмом специальной доставки, Вы можете быть уверены, что привлекли его внимание. В его сознании проносятся видения болезней и внезапной смерти. Он разрывает конверт, трясась от страха, читает несколько абзацев и обнаруживает, что единственным происшествием оказалось то, что мы хотим, чтобы он попробовал нового «Глэдстоуна». О, боже, что это за чувство!

Очень хорошо, что большинство наших покупателей жило довольно далеко от нас, так что у них было время, чтобы остыть, прежде чем они добирались до нас. Но расстояние не охлаждало писем, которые они писали. Они были готовы спустить с нас шкуру! Мы решили больше так не делать, потому что после этого мощного хода число заказов упало до 6-ти процентов, к тому же мы разозлили так много наших покупателей, что даже удвоение числа заказов не стоило этого.

Этим летом было трудно найти товар, который бы плохо продавался. Шёлковые носки, рубашки, нижнее бельё – всё, что можно представить из линии мужской одежды.

Затем пришла осень и сезон курток. Гигантские письма так хорошо сработали на дорожных сумках, что мы решили попробовать их и на пальто. Конечно, они значительно превзошли обычные письма и листовки по результатам, так что мы продали очень много товаров этой осенью при помощи гигантских писем. Вот одно из них, которое провернуло трюк с пальто.

ДОРОГОЙ СЭР:

Я пишу Вам это «Гигантское Письмо», потому что я очень озабочен тем, чтобы узнать Ваше откровенное мнение о новом товаре, который мы только что приготовили для рынка. Это пальто «ВсеПогодник».

Попытка выпустить действительно красивое лёгкое пальто, полностью из чистой шерсти, дешевле, как минимум, наполовину от цены, по которой обычно продают пальто, может показаться Вам дерзкой. Мне она показалась именно такой после пятнадцати лет опыта в производстве одежды. Никто раньше не делал ничего подобного. Но произошло удачное стечение обстоятельств. И я преисполнился рабочим энтузиазмом.

Шерсть, как Вы знаете, была дорогой ещё со времён Войны. В прошлом феврале она резко подешевела. **Первого июня она продавалась на 36% дешевле, чем в феврале!** А затем цена снова начала расти. Мы так пристально за ней наблюдали, что поймали её почти на самой нижней отметке.

С нашими ценами на шерсть, которые оказались меньше на треть, если бы мы только смогли уменьшить цену производства ещё на столько же, мы были бы в состоянии продать полностью шерстяные пальто за половину обычной цены при достаточно больших объёмах продаж. И фабрика сказала нам, что она **МОЖЕТ** уменьшить цену, **если мы договоримся о производстве партии как минимум в 20,000 пальто.**

Поэтому я пишу это «Гигантское Письмо» Вам и нескольким другим представительным мужчинам в разных частях страны, чтобы спросить Вас:

Не согласитесь ли Вы посмотреть на один из образцов пальто, которые выпустила фабрика, попробовать его, **ПОНОСИТЬ ЕГО НЕДЕЛЮ** на мой страх и риск, а затем сказать мне, что Вы думаете о нём?

Вы видите, что для меня важно выяснить сейчас – в преддверии осеннего сезона – как много этих пальто я могу надеяться продать этой осенью. И именно на Вашем мнении и мнениях тех нескольких избранных деловых людей я построю свои планы. Будете ли Вы так любезны, помочь мне, используя прилагаемую открытку прямо сейчас?

Если Вы считаете, что «ВсеПогодник» равноценен или даже лучше, чем пальто, которые Вы видели по \$25 или \$30, я буду глубоко признателен, если Вы мне скажете об этом, и я буду ещё более благодарен, если Вы поделитесь со мною своим суждением о том, по какой цене я могу попробовать продать эти пальто из расчёта 20,000 за один сезон. \$19? \$18? \$17?

Если Вы захотите оставить образец «ВсеПогодника» после недельных испытаний, я дам Вам специальную **НАЧАЛЬНУЮ ЦЕНУ** на него в \$14.85. В противном случае, Вы можете просто

вернуть его за мой счёт и принять мои благодарности за Вашу любезность и совет.

Вы попробуете это для меня, а затем черкнёте мне пару строк – как один деловой человек другому?

Искренне Ваш,

* * * * *

Когда мы приступили к шинелям (пальто), то мы обнаружили, что «гиганты» немного приелись людям. Так что мы снова вернулись к обычным письмам и рекламным проспектам и получили наш привычный большой уровень продаж пальто (шинелей). Ниже приведено письмо, которое сработало лучше всех:

Пальто, которые Прослужат Долго – На Распродаже, которая Не Будет Долгой!

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Это одно из тех «особых предложений», которые мы время от времени делаем нашим покупателям и друзьям.

Шерсть, как Вы знаете, была дорогой ещё со времён Войны. Этой весной цена на неё упала до минимума. К концу мая она продавалась всего за 36% от стоимости февраля. А сейчас её цена вернулась на прежний уровень.

Но пока цена была низкой, мы сделали заказы на комбинате в достаточных объёмах, чтобы произвести 4,000 двухслойных, полностью шерстяных пальто «ТеплоХранитель»! Мы пытались закупить больше, но комбинат не захотел расставаться с большим количеством шерсти по такой низкой цене.

Затем летом, когда фабрика обычно простаивает, мы заставили их производить эти пальто новой зимней модели с длинным подолом, широкими лацканами и глубокими нашитыми карманами.

В результате мы получили стильные, качественные по материалу и работе пальто, настолько утончённые, какие мы ещё никогда не предлагали. И мы можем продать их Вам всего за \$26.50! Подобные пальто, как Вы можете заметить, мы раньше продавали по \$40.

И это ещё не всё. Мы, будучи уверенными в их неординарности, пришлём Вам одно из этих пальто собственной персоной – Вашего размера – чтобы Вы ПОСМОТРЕЛИ, ОЦЕНИЛИ, ПОПРОБОВАЛИ И ПОНОСИЛИ В ТЕЧЕНИЕ НЕДЕЛИ это пальто на наш страх и риск!

У этого предложения есть лишь одно условие. Вы должны использовать прилагаемую Открытку Специального Резервирования незамедлительно. Естественно, распродажа, подобная этой, пройдёт очень быстро. У нас есть всего 4,000 пальто. Чтобы получить больше этих пальто, нам пришлось бы потратить гораздо больше денег. Поэтому, когда все эти 4,000 пальто будут проданы, распродажа завершится.

Всё, что Вам нужно сделать, – это взять карандаш и написать на открытке, насколько Вы высоки, сколько Вы весите, и какой размер воротника Вы носите. В ответ на это Вам придёт пальто «ТеплоХранитель» – не идеально Вашего

размера, но правильной длины для человека Вашего роста и веса.

Никаких денег. Никакого риска. Никаких обязательств.

Но используйте открытку сегодня! На открытки, отправленные слишком поздно, ответом будут лишь сожаления... потому что у нас есть только 4,000 этих замечательных пальто «ТеплоХранитель», которые мы можем продать по этой специальной цене, и могут пройти годы, прежде чем снова произойдет подобное счастливое стечение обстоятельств.

Ваши для ЭКОНОМИИ,



Между почтовыми рассылками об этих более важных товарах, мы получили небольшие прибыли на таких вещах, как шерстяные носки, нижнее бельё, банные

халаты и т.д., большинство из которых были хороши, но не сравнимы в объёмах продаж с пальто и сумками.

Чтобы показать вам ограничения, с которыми мы столкнулись: одним из товаров, которые мы пробовали, были чемоданы. Мы получили достаточно заказов, но чемоданы были настолько громоздкими, что для их доставки нам пришлось фрахтовать корабль. В среднем проходила пара недель, прежде чем покупатель получал свой заказ, и за это время он настолько раздражался нашим сервисом, а чемодан трепался при погрузках и разгрузках, что товары практически сразу же возвращались нам. Поэтому мы решили больше не повторять подобных тестов.

Как-то раз мы попробовали часы, наручные часы и им подобные, но обнаружили, что механические дефекты вызывали столько жалоб и возвратов, что отняли слишком много нашего времени. Поэтому с ними мы больше дел не имели.

Для Рождества у нас было заготовлено наше предложение духов, испытанное в прошлом году, и мы лишь добавили несколько новых товаров, ориентируясь на год грядущий. Вспоминая о продажах дорожных сумок, которые были сделаны летом, Вы бы с трудом поверили в то, что можно сделать ещё одно хорошее предложение на Рождество; тем не менее, в результате всех тестов, которые мы провели, следующее письмо о дорожных сумках обеспечило лучшие результаты:

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

«Что же мне ему подарить?»

Выбор «правильного» Рождественского подарка коллегам по бизнесу, брату или сыну – проблема, ставящая в тупик. Вы хотите сделать подарок чем-то личным, чем-то, подчёркивающим индивидуальность, чем-то, что будет приятно напоминать о Вас долгие годы. Мы понимаем Ваши желания, и для Вас у нас есть подарок, который доставит удовольствие любому мужчине.

Вы знаете, как каждый мужчина восхищается по-настоящему изящной дорожной сумкой. Большинство дорожных сумок создано для того, чтобы просто всё переносить. Вы складываете всё на дно Вашей сумки, а затем пробираетесь через толщу вещей к тому, что Вам нужно.

Ничего этого не придётся делать с новой сумкой «Стэтлер».

С одной стороны сумки расположены влагонепроницаемые карманы для каждой Вашей туалетной принадлежности. С другой стороны – три длинных, глубоких кармана для рубашек, галстуков, носовых платков, нижнего белья, бумаг и пр., а центральное отделение остаётся полностью свободным для того, чтобы положить верхнюю одежду или громоздкие вещи. Мы

считаем, что это самое потрясающее улучшение дорожных сумок, сделанное за последние двадцать лет.



А теперь было добавлено новое усовершенствование – запатентованный, АВТОМАТИЧЕСКИЙ ЗАМОК, который позволит забыть о беспокойстве, когда старые дорожные сумки случайно самостоятельно открывались и закрывались. Замок и застёжки открываются при лёгком давлении Вашего большого пальца. И закрываются точно также. Они АВТОМАТИЧЕСКИЕ, и они БЕЗОПАСНЫЕ!

Я не верю, что Вы сможете найти что-то подобное «Стэтлеру» в пределах \$10.00 от его цены. Конечно, если верить половине писем от наших покупателей, Вы вообще не сможете найти ничего подобного на рынке багажных принадлежностей.

И мы настолько в этом уверены, что с радостью пришлём Вам одну из этих новых сумок «Стэтлер» модели 1926 – на наш страх и риск – на неделю БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ.

Не отправляйте деньги. Не платите ничего за доставку. Просто укажите Ваши имя и адрес на прилагаемой открытке «Специальной БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ» – это всё, что необходимо сделать. Но это должно быть сделано быстро, так как фабрика выпустила только 1,000 этих новых «Стэтлеров» модели 1926 специально для Рождественских подарков, и они больше не будут выпускать их до окончания праздников.

Пока у нас есть эти 1,000 сумок, мы будем отправлять их по принципу *«Первым пришёл – первым обслужили»*.

Искренне Ваши,

* * * * *

Так завершился успешный год – самый большой и самый успешный, какой когда-либо был у компании. Он показал, что единственное, чем ограничивались продажи, было ограничение в изобретательности представления привлекательности продаваемых товаров. Это, а также количество людей, которые уже покупали почтой другие товары.

Глава 18

ТРЕТЬИ ПЯТЬДЕСЯТ ТЫСЯЧ

БИТЬ РЕКОРДЫ – заразная болезнь. Момент, когда вы бьёте один из них, подталкивает вас к тому, чтобы показать, что вы можете намного больше. Хотя бы даже для того, чтобы доказать, что взятие первой высоты не было случайностью.

Мы стали рассматривать наши продажи дорожных сумок в качестве нашего бизнес-индикатора. Два года подряд мы продавали по 50,000 сумок в год, помимо «Глэдстоунов» и дамских сумочек, которые расходились немалыми объёмами. Сможем ли мы повторить это в течение ещё одного года? Конкуренты делали ставки на то, что нам это не удастся. В последнем сезоне они представили в магазинах багажных принадлежностей по всей стране сумку, которая внешне была похожа на нашу, как две капли воды, и которую они предлагали по «особой» цене на \$1.00 дешевле нашей.

Конечно, это навредило нашим продажам. Это было бы катастрофой для нас, если бы случилось немного раньше, потому как магазины активно рекламировали эти сумки. Но наши продажи практически завершились, прежде чем они начали свои. Этот факт, тем не менее, дал нам сведения о том, что мы можем ожидать следующим летом.

Воистину, другая сумка была сделана из низкокачественного материала и не выдержала бы долгого активного использования. Но кто бы узнал об этом, просто посмотрев на неё? Снаружи она выглядела так же хорошо, как и наши сумки. И она стоила на \$1.00 дешевле. Так каким должен был быть ответ?

Ответ был найден в наших тестах предыдущего года. Просмотрев записи, мы обнаружили, что тесты, которые мы проводили в конце января и в феврале, сработали на дорожных сумках почти так же хорошо, как подобные листовки, отправленные в июне, который был частью обычного сезона дорожных сумок!

Так что мы перехватили инициативу у конкурентов. Пока они совершали приготовления ко всему тому, что они собирались сделать с нами летом, мы провели большую рассылку по дорожным сумкам в феврале и продали больше, чем половину нашей 50,000 квоты!

Когда пришёл сезон сумок, мы провели несколько тестов, конечно, чтобы просто посмотреть – могли ли мы продать больше в этот период, и обнаружили, что тактика наших конкурентов оказалась как раз такой, какую мы и ожидали: получать заказы стало настолько трудно, что нам не имело никакого смысла организовывать рассылку. Так что мы дали дорожным сумкам возможность передохнуть в течение этого сезона. Затем, когда все их кампании завершились, мы начали снова, и до конца года избавились от последних из наших 50,000 сумок!

Вот так мы их надули! К тому же мы сделали это с простейшими, самыми обыкновенными из наших писем. Вот копия одного из них:

ДОРОГОЙ СЭР:

Только раз в 50 лет в багажной индустрии происходят усовершенствования, подобные этому:

Вы замечали, как часто Вам приходилось бороться с замками и застёжками на Вашей дорожной сумке? Вы замечали, как время от времени Вам приходится использовать обе Ваши руки и колени, чтобы заставить их закрыться?

Мы хотим представить Вам новую дорожную сумку, которая избавит Вас от всех этих проблем. Замок и застёжки теперь заключены в одном механизме, и они АВТОМАТИЧЕСКИЕ! Защёлкните замок, и Вы защёлкнете их все разом!

Мы уверены, что более удобного и красивого устройства никогда раньше не изобретали. Замок настолько простой, что с ним справится даже ребёнок; настолько легко управляемый, что он открывается или закрывается лёгким давлением Ваших большого и указательного пальцев; и он настолько безопасен, что противостоит умнейшему вору.

В ДОПОЛНЕНИЕ К ЭТОМУ, новая 1926 модель сумки «Стэтлер» обладает всеми преимуществами, которые сделали сумку «Стэтлер» знаменитой – настоящая коровья кожа, настолько крепкая, что она прослужит Вам всю жизнь; двойные ручки, массивные медные детали; десять удобных, влагонепроницаемых карманов, которые едва ли не упаковывают сами себя.

Естественно, производство этих новых сумок стоило гораздо дороже, чем производство старых. Поэтому и цена должна расти. Но на первые сумки, пришедшие с фабрики, мы собираемся установить такую же низкую цену, как и на старую модель сумки «Стэтлер» – *всего \$14.75 специально для Вас!*

Эта цена будет распространяться только на первую партию сумок. Эта акция может закончиться в любой момент. Мы проводим её с целью быстро представить публике эту новую модель сумок, зная, что показать их – значит продать их.

Открытка «БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ» обладает индивидуальным номером. Если её отправить немедленно, она принесёт Вам, без единого цента оплаты или обязательств, 1926-ю модель сумки «Стэтлер» на неделю – чтобы Вы посмотрели, оценили, ПОПРОБОВАЛИ и ИСПОЛЬЗОВАЛИ её в течение недели на наш страх и риск.

Но Вы должны отправить её прямо сейчас.

Ваши, если Вы будете быстрыми,

Но даже не думайте, что мы бездействовали в течение сезона дорожных сумок. Начиная с конца января, когда мы разослали наши первые тесты по сумке, мы отправили около 18,000,000 рекламных проспектов одного типа и другого в течение этого года, что принесло нам очень много заказов на сумму примерно в \$6,000,000. Это был наш рекордный год.

После дорожных сумок мы продали пальто «ВсеПогодник» – целую кучу. Казалось, не будет конца числу пальто, которые может поглотить рынок. Мы прибыльно торговали ими каждую весну. Мы вдвойне прибыльно торговали ими каждую осень. И в следующем году это должно повториться, и мы будем делать это снова и снова.

Вот письмо и листовка, которые мы использовали в этот раз. Это будет последний пример рекламы пальто, потому что с тех пор, как мы изменили направление её развития и форму, идея в последних вариантах остаётся примерно одинаковой.

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Я собираюсь прислать Вам в течение нескольких следующих дней одно из знаменитых пальто «ВсеПогодник».

Это пальто «ВсеПогодник», возможно, не похоже на любое другое пальто, которое Вам когда-либо приходилось носить, потому что:

1. Ткань пальто «ВсеПогодник» не только полностью шерстяная. Она *полновесно* шерстяная – 16 унций на ярд.
2. Дизайн пальто «ВсеПогодник» разработан по образу последних импортных английских пальто – следовательно, оно соответствует нынешней моде.
3. Пальто «ВсеПогодник» аккуратно сшито в каждой детали. Подкладка из настоящего сержа (шерстяной костюмной ткани – прим. переводчика) позволяет с лёгкостью одевать и снимать пальто.
4. Но вот самое существенное отличие: пальто «ВсеПогодник» *водонепроницаемое*, так что оно сможет выдержать полчаса под проливным дождём.

Я собираюсь прислать это пальто Вам – безо всяких обязательств с Вашей стороны – чтобы Вы изучили и на самом деле увидели разницу между ним и пальто, которое Вы носите сейчас.

Есть только одно условие: я не могу прислать Вам пальто до тех пор, пока Вы не сообщите мне результаты трёх простых измерений. Всего лишь Ваш рост, вес и размер воротника. Вы можете сделать это за одно мгновение, воспользовавшись прилагаемой открыткой.

Когда я отправлю пальто «ВсеПогодник», с Вашей стороны не будет никаких обязательств по его оплате. Вы можете вернуть пальто по ЛЮБОЙ причине или вообще без каких-либо причин.



Но вот Самая Важная Часть

Если Вы обнаружите, что пальто «ВсеПогодник» соответствует всему, что я говорю о нём (и Вы будете единолично судить об этом), сколько бы Вы согласились заплатить за него? \$22.50? Нет, сэр, такой цены Вы могли бы ожидать от дешёвых «распродажных» пальто. От \$25 до \$45 – это цена, по которой сейчас продаются хорошие пальто? Уже ближе к истине.

Что ж.. Если Вы решите оставить пальто «ВсеПогодник», Вам нужно будет прислать мне всего \$14.85. Это и будет полной ценой для Вас.

Как мы можем позволить себе такое? Во-первых, мы поймали момент, когда рыночная цена на шерсть упала несколько месяцев назад, и сделали заказ на 60,000 ярдов этой прекрасной полностью шерстяной ткани. Это, возможно, был самый большой заказ, который когда-либо делался на всего лишь один вид ткани для пальто, и наша экономия оказалась огромной. Во-вторых, фабрика выпустила для нас более 20,000 пальто из этой ткани за раз. Таким образом, мы сэкономили очень много денег ещё и на производстве.

Затем, когда Вы совершаете покупку напрямую у нас по почте, Вы не платите никаких наценок торговцев и торговых представителей, исключая таким образом внушительные наценки розничной торговли.

Просто заполните прилагаемую открытку и отправьте её обратно. Пальто «ВсеПогодник» придёт Вам почтово-посылочной службой (конечно, с уже оплаченными почтовыми расходами), и Вы не будете обязаны оставлять его. Вы не потеряете ни пенни. Я прошу у Вас разрешения прислать пальто. Вы позволите мне сделать это?

Ваш на «Любую Погоду»,

* * * * *

Затем пошли рубашки. Прошлой осенью мы опробовали гигантское письмо на рубашках и получили настолько хороший отклик, что решили организовать «большую» рассылку при первой возможности. И весна – это лучшее время для продажи рубашек. Поэтому мы сделали нашу рассылку. И большая часть нашей квоты в 340,000 рубашек разошлась практически моментально. Вот письмо, которое обеспечило это:

Прежде, чем Цена Начнёт Расти!

ДОРОГОЙ СЭР:

Некоторое время назад одна из старых, надёжных фабрик, производящих высококачественный плетёный хлопок для рубашек, начала посылать сигналы СОС.

Они заставляли своё предприятие непрерывно работать в течение нескольких месяцев, думая, что обычный спрос с лёгкостью позаботится о чрезмерных объёмах их продукции.

Но, так как погода в целом не соответствовала сезону, обычный спрос не реализовался. Поэтому их запасы продукции оказались чрезвычайно избыточными и теперь они очень нуждаются в деньгах.

Если бы мы забрали все излишки их запасов высококачественного плетёного хлопка, исчисляемые примерно *четвертью миллиона ярдов*, они бы предложили нам такую низкую цену на материал для рубашек, какой мы не видели за все годы нашего бизнеса – гораздо дешевле, чем они продают материал сегодня.

Мы забрали их – всю четверть миллиона ярдов – с огромной выгодой в цене. Было пять различных образцов – лучших из всего, что мы когда-либо видели.

Сконцентрировав все наши усилия на этих пяти очаровательных образцах и продавая по пять рубашек в упаковке (как они изначально упаковываются на фабрике), мы можем предложить эти хлопковые рубашки «ДолгоНос» с доставкой прямо к Вашей двери по цене всего в \$7.95 за все пять, *с оплаченными почтовыми расходами*.

Скидка, Которую Вы Можете Больше Никогда Не Получить!

Уже ушло примерно две трети из той четверти миллиона ярдов прекрасного плетёного хлопка, полученного нами по этой низкой цене. Оставшаяся часть долго не задержится.

Если Вы отправите прилагаемую открытку немедленно, пока у нас ещё есть весь диапазон размеров, мы отправим Вам коробку этих прекрасных рубашек *на свой страх и риск* для недельных БЕСПЛАТНЫХ испытаний! Задержитесь – и мы не уверены, что Вы сможете найти подобные этим рубашки даже на треть дороже.

Не отправляйте денег – не платите ничего за доставку. Просто скажите нам, насколько Вы высоки, сколько Вы весите, и какой размер рубашек Вы обычно носите. Затем расслабьтесь и наблюдайте за результатом!

Но Вам нужно отправить открытку прямо сейчас, потому как с такими темпами поступающих заказов эти прекрасные хлопковые рубашки будут распроданы за пару недель.

* * * * *

Что же помогло продажам? Привлекательность скидки, конечно же. Но предложение скидки будет бесполезным, пока оно не будет убедительным. У нас

была реальная причина для скидки, поэтому предложение оказалось успешным. И мы поддержали идею скидки семью пунктами, которые показали покупателю, что, несмотря на низкую цену, он получит прекрасную по всем характеристикам рубашку.

И это даже более важно, как вы знаете, чем скидка, потому что хоть низкая цена и является большим соблазном, но ею не добиться многого, пока она не будет подкреплена приемлемым качеством.

Летом мы организовали продажу рубашек из тонкого сукна, и они разошлись даже лучше, чем хлопковые. Вы заметите, что с ними наши предложения были нацелены больше на комфорт, отличный вид и качество, нежели на привлекательность скидки. Конечно, мы никогда не забываем того факта, что ни один человек не рискнёт заказывать почтой товары, которые он может приобрести поблизости, пока он не почувствует, что сможет таким образом сэкономить. Поэтому мы никогда не ошибаемся, предлагая людям сэкономить деньги. Но много раз мы более успешно продавали качество, комфорт или полезность товара, а денежную экономию оставляли лишь в качестве завершающего штриха.

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ :

В шкафу каждого мужчины есть какая-то особенная одежда – галстук, рубашка или костюм – которую он больше всего любит носить, потому что в ней он выглядит и чувствует себя лучше всего.

Именно так Вы почувствуете себя в этих рубашках «ДолгоНос» из тонкого сукна, как только Вы наденете одну из них.

За последние пару лет, как Вы знаете, высококачественные рубашки из белого сукна заменили шёлковые в качестве «парадной» одежды для мужчин.

Сукно для новых рубашек «ДолгоНос» импортируется из Англии, где сейчас производится самое лучшее сукно. Оно белоснежное, с глянцевым блеском, который может соперничать с блеском шёлка, и оно покоряет мягкостью текстуры ткани, приятной на ощупь.

Невозможно повторить исключительный блеск и долговечность этого настоящего импортного английского сукна.

Никакие имитации не могут быть так роскошно сшиты, сохранять свою белоснежную чистоту и шёлковую утончённость после многократных стирок, как это может делать английская ткань.

Предложение, Которое Мы Никогда Не Сможем Повторить!

Прошлой весной, когда курс фунта стерлингов был низким, мы заключили контракт на поставку высококачественного английского сукна для 10,000 рубашек. Было необходимо сделать такой большой заказ, чтобы получить эту прекрасную ткань по самой низкой цене.

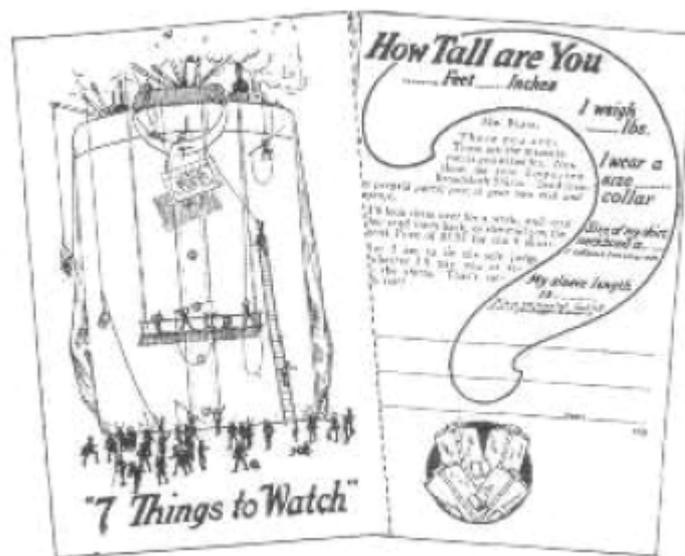
Сейчас курс фунта стерлингов вернулся на прежний уровень, и, судя по прогнозам, он будет оставаться на этом уровне или даже поднимется выше! Если бы мы ждали до этого момента, чтобы сделать заказ, эти рубашки, возможно, обошлись бы нам – в оптовых количествах – лишь немного дешевле, чем мы можем предложить их сейчас Вам в количестве трети дюжины (именно так они изначально упаковываются на фабрике) – всего \$7.95 за четыре рубашки, с уже оплаченными почтовыми расходами.

Но 10,000 рубашек недостаточно для всех наших покупателей, которых у нас более 300,000. На данный момент продана уже половина. Оставшаяся половина долго не задержится. Если Вы немедленно отправите прилагаемую открытку, мы пришлём Вам упаковку (1/3 дюжины) этих замечательных рубашек *на свой страх и риск* на неделю БЕСПЛАТНОЙ экспертизы!

Не присылайте денег – не платите ничего за доставку. Просто сообщите нам, насколько Вы высоки, сколько Вы весите, и какой размер рубашек Вы обычно носите. Затем расслабьтесь и наблюдайте за результатами!

Но Вам нужно отправить открытку прямо сейчас, потому что при таком темпе получаемых заказов эти 5,000 рубашек будут распроданы в ближайшие пару недель.

Второпах Ваши,



* * * * *

Обратите внимание на одну деталь во всех этих проспектах. В них никогда не даётся возможности выбрать количество, цену или любую другую из основных характеристик товара. Иногда мы даём возможность выбрать цвет или, как в случае с рубашками, тип воротника. Но когда мы это делаем, мы не упоминаем об этом в письме. Мы незаметно указываем это в открытке для заказа.

Причину этого мы объясняли ранее. Есть только одна возможность продать человеку что-то по почте – заставить его действовать немедленно. В девяти случаях из десяти отложенный заказ – потерянный заказ. Конечно, вы получите и некоторые из них, но их будет очень мало.

Поэтому мы никогда намеренно не размещаем в письме ничего, что заставит человека колебаться. Когда мы продвигали группы товаров, как это было с рубашками и носками, мы предлагали определённое их количество с ценой за группу. И никогда не оставляли выбора «*вы считаете, что лучше взять это, или другое будет предпочтительнее?*». Мы показывали привлекательность одной конкретной вещи и настаивали на этом.

Раньше в своих рекламных проспектах компания предлагала ещё дюжину подобных товаров и при этом получала заказы. Но более поздние тесты доказали, что хоть этот метод и приносил очень много заказов, реальный объём продаж был не таким большим, как тогда, когда мы специализировались на отдельно взятом товаре. Так что с тех пор мы направляли свои усилия на рекламу только одного продукта за раз.

Затем пришло время, когда мы занялись рекламой некоторых женских и хозяйственных товаров, и мы осознали, что пока мы писали главе семейства о чём-то для него, было бы хорошо добавить что-нибудь, что он мог бы предложить своей жене. Но это нужно было сделать так, чтобы не потерять ни малейшей доли его интереса к товару, который мы пытаемся продать ему.

Так что мы снова прибегли к методам из книжного бизнеса и отправили два отдельных запечатанных конверта с нашими обычными проспектами. Снаружи была фраза, указывающая, что это письмо предназначено только для жены; внутри были отдельные письмо и листовка, описывающие одеяла, постельное бельё, полотенца или дамское бельё.

Это был единственный известный мне способ, с помощью которого вы можете продавать отдельные, несвязанные товары в одном конверте, не отвлекая внимания от вашего основного предложения. Он добавил нам не только количество полученных заказов, но и увеличил объёмы реальных продаж. Это так хорошо сработало, что с тех пор мы стали всегда пользоваться этой наработкой.

Это было лишь одним из открытий, сделанных нами в том году. Летом мы продали около 30,000 пар мужских шёлковых носков. Вот одно из писем, которое помогло достичь этих результатов:

Вы знаете, как отличить носки из чистого шёлка от носков из «насыщенного» или «волоконного» шёлка?

Есть три способа:

1. Испытание огнём. Потяните свободный конец шёлковой нити и прикоснитесь к нему горячей спичкой. Если шёлк «насыщенный» или «волоконный», он сторит со вспышкой и оставит после себя белый или сероватый пепел. Если шёлк чистый, он скрутится и оставит круг чёрного пепла.
2. Испытание водой. «Волоконный» шёлк, будучи влажным, с лёгкостью порвётся. Влажный чистый шёлк будет крепок, как никогда.
3. Испытание ощущениями. Оба – «волоконный» и «насыщенный» – варианта шёлка на ощупь жёсткие и скользкие, с вульгарным, глянцевым внешним видом. Чистый шёлк, когда его касаешься, лёгок и мягок, а также обладает слабым блеском.

Определить чистый шёлк можно с помощью испытаний огнём, водой, ощущениями и последнего испытания – долгим и активным ношением. Шёлковые носки «ДолгоНос» зарекомендовали себя среди мужчин, уделяющих внимание в первую очередь качеству.

И о качестве можно сказать гораздо больше, чем написано на этикетке. Оно пронизывает каждую нить каждого носка. Только послушайте:

а. Произведены из нитей чистого японского шёлка – и эти шёлковые нити крепче, прядь к пряди, чем стальной провод!

б. Шёлк в чулках «ДолгоНос» 11-прядевый, а не 8- или 9-прядевый, как в большинстве шёлковых носков, которые продаются по приемлемой цене.

в. Исследования показали, что 90% всех носков в первую очередь снашиваются в области пальцев. Это происходит, когда носится слишком маленький размер носков. Шёлковые носки «ДолгоНос» сделаны немного большего размера – не настолько, чтобы это можно было заметить, но достаточно для того, чтобы энергичные большие пальцы не растягивали и не пробивали себе путь наружу.

г. Подошва двойной толщины для повышенного комфорта, а пятка, пальцы и верхняя часть носка упрочнены мерсеризованным фильдеперсом для дополнительной долговечности.

Мужчинам, которые ищут облегчения для своих ног, носки «ДолгоНос» подарят редкую комбинацию лёгкости, стиля и долговечности – и всё по разумной цене.

Но это ещё не всё.

Продавая эти прекрасные шёлковые чулки оптовыми партиями по дюжине (такими объёмами обычно закупаются сотни распространителей) без наценок торговцев, торговых представителей и розничных магазинов, мы можем предложить их Вам по низкой цене \$7.95 за дюжину прямо по почте – всего лишь 60 с небольшим центов за пару.

И если Вы немедленно отправите прилагаемую открытку, пока сезон в самом разгаре, мы пришлём Вам эти носки на неделю испытаний на наш страх и риск.

Но чтобы быть уверенными в получении шёлковых чулок «ДолгоНос», Вы должны отправить Вашу открытку прямо СЕЙЧАС!

Ваши до тех пор,



* * * * *

Затем последовали суконные рубашки, упомянутые ранее, суконное нижнее бельё и банные халаты, а также некоторые другие вещи. Банные халаты подарили нам весьма занимательный опыт.

Мы тестировали их ранее в этом сезоне, и тесты показали, что мы сможем продать около 10,000 халатов в комплекте с тапочками. Но когда началась рассылка, результаты оказались плачевными. Возможно, причиной оказалось то, что банные халаты лучше продаются в прохладную погоду.

Несмотря на это, мы не хотели откладывать их до осени. Поэтому мы попробовали предложить тапочки в качестве бесплатного бонуса, если покупатели ответят нам и попробуют банный халат! Вы будете удивлены, как превосходно сработал этот ход. Те 10,000 халатов растаяли, как снег под летним солнцем!

Осенью мы запустили рассылки по всем нашим обычным товарам и по нескольким особенным. Причудливые шерстяные носки были одними из последних. Они разошлись очень хорошо, и вот письмо, которое продало их:

Я прорываюсь к Вам с первыми новостями об одном из тех «Особых Предложений», которые мы делаем нашим постоянным покупателям время от времени.

Это предложение для тех мужчин, которые привыкли платить по доллару за пару носков.

Только сейчас Вам нужно будет заплатить всего 74 цента -

За плотно связанные носки, которые понадобятся Вам осенью и зимой - в них достаточно шерсти, чтобы сделать их комфортными, и немного фильдеперса, чтобы предотвратить их

стягивание. Плетение из блестящей вискозы придаёт им элегантный вид, что так необходимо.

Такие красивые, такие долговечные, такие комфортные носки, какие только мужчина желает носить на своих ногах. Вы никогда не узнаете того роскошного комфорта, которым может наслаждаться нога морозным зимним днём, пока Ваши ноги не облачатся в пару носков «ДолгоНос» для осени и зимы.

В прошлом году они продавались повсюду по \$1.00 за пару. В этом году мы можем предложить их Вам в специальном оптовом объёме – 8 пар в упаковке – по удивительной цене – всего 74 цента за пару – \$5.95 за 8 пар.

Не думайте, что подобные вещи станут регулярными! Это специальное предложение. У нас есть лишь ограниченное количество носков, которые мы можем продать по этой удивительно низкой цене. Можете представить себе, как долго это продлится.

Не принимайте решение сейчас. Вы сможете сделать это позже. Просто отправьте прилагаемую открытку по почте, и Ваши 8 пар придут к Вам для недельной экспертизы БЕСПЛАТНО. У Вас будет достаточно времени, чтобы увидеть, понравятся ли они Вам настолько, что \$5.95 не смогут стать достаточным препятствием, чтобы разлучить Вас с ними.

Сердечно Ваши,



* * * * *

Лёгкие пальто, конечно же, тоже продавались хорошо, но когда пришло время постельных одеял, мы снова столкнулись с одним из тех непонятных случаев, когда положение дел настолько изменилось со времени тестов к моменту начала рассылки, что у нас на руках осталось 20,000 пар шерстяных одеял, а письмо, с помощью которого мы собирались продавать их, оказалось никчемным.

Вы никогда не догадаетесь, как мы от них избавились. Я был в офисе Президента, когда пришёл складской клерк и пожаловался, что одеяла были недостаточно хорошо упакованы, поэтому края многих из них запылились. Это сразу же натолкнуло меня на мысль о старом письме о повреждённых комплектах. Так что мы разослали предложение о повреждённых одеялах.

Можете ли вы поверить, что мы продали не только те 20,000, но в придачу ещё и 10,000 дополнительных одеял?

Так мы подошли к сезону тёплых пальто – пожалуй, самому продуктивному из тех, что у нас когда-либо были. И когда вы прочтёте следующее письмо, вы легко поймёте, почему:

ДОРОГОЙ ДОКТОР:

С тех пор, как я начал заниматься этим бизнесом много лет назад, я мечтал о том времени, когда я смогу предложить действительно высококачественное, красивое, полностью шерстяное пальто меньше, чем за \$20.

Нет, не какую-то дешёвку, как Вы могли подумать. А пальто, которое Вы или я могли бы носить. Пальто, в котором мы бы с гордостью появлялись на людях. Удобное, тёплое, полностью шерстяное пальто, такое, какое Вы никогда не ожидали встретить дешевле, чем за \$40 или \$45.

Звучит невероятно, я знаю, но, похоже, мне это удалось.

И я докажу это: я собираюсь прислать Вам одно такое пальто на неделю бесплатной экспертизы и пробы. Конечно, мне нужно знать Ваш рост и вес, чтобы точно подобрать пальто по Вашим размерам, и Вы легко можете предоставить мне эти данные с помощью прилагаемой открытки.

Естественно, я не могу долго продолжать эту акцию, так как должно было произойти исключительное стечение обстоятельств, которое позволило сделать эту удивительно низкую цену возможной. И, несмотря на это, мы получили партию высококачественного материала, достаточного для производства только нескольких тысяч пальто.

Пока они ещё есть, Вы можете ПОСМОТРЕТЬ и ПОПРОБОВАТЬ одно из них без денег или обязательств – просто используя открытку.

Если Вы уже приобрели подобное пальто по двойной цене – просто отправьте наше обратно, и всё. В противном случае, оплатите пальто почтой по специальной распродажной цене в \$19.85.

Нет нужды говорить Вам, что скидки, подобные этой, не будут действовать долго. И кто первым придёт, как Вы знаете, того лучше обслужат.

Могу я надеяться, что Вы отправите Вашу открытку сегодня, сейчас?

Искренне Ваш,

* * * * *

Этим, вместе с Рождественской распродажей, завершился наш самый успешный год, но, прежде чем закончить эту главу, я хочу привести ещё один пример из того множества товаров, которые мы успешно опробовали, но забросили из-за того, что было трудно подобрать их правильные размеры. Этот пример – мужские костюмы.

Трудно представить себе человека, живущего в нескольких кварталах от хороших специализированных магазинов и при этом заказывающего себе костюм почтой из небольшого городка. Тем не менее, как раз это и произошло. Заказы приходили не из сельских округов. Они приходили из городов и посёлков городского типа. И мы получили так много заказов из крупных городов вроде Нью-Йорка и Чикаго, сколько мы обычно получаем из так называемых «провинциальных» городков.

Зная этот факт, можно было предугадать, какими будут результаты. Мы получили заказы без особых затруднений, но очень скоро нам вернули около 40 процентов костюмов – почти сразу же, как мы их прислали. И по какой причине? Подгонка размеров. Довольно просто подогнать по размерам куртку или пальто, но когда дело касается костюма, этот процесс оказывается более специфическим. Есть очень много различных мест, в которых костюм должен правильно сидеть, и если хоть в одном из них он не подойдёт, сделка сорвётся.

Так что мы быстро отказались от идеи продажи костюмов. Но ниже мы приводим письмо и листовку, которые могут быть интересны в качестве примера успешной продающей рекламы:

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Вы попробуете этот эксперимент?

Достаньте из конверта образец шерстяной ткани «ДолгоНос». Оторвите с одного из его концов несколько ворсинок шерсти.

Затем отрежьте полоску с внутренней стороны шва в нижней части Ваших брюк и оторвите несколько прядей от неё.

Обратите внимание на длинные, крепкие волокна из образца «ДолгоНос» – девственная шерсть – в том же виде, в каком она была взята с овечьей спины. Сравните их с волокнами из Ваших брюк. Посмотрите, как много маленьких, коротких, повреждённых волокон обнаружится среди Ваших.

Это тоже шерсть – да – но шерсть, смешанная с регенерированной шерстью из поношенной одежды, переработанной и использованной снова!

Ярлык «ДолгоНос» на Вашем костюме означает, что каждая его нить из чистой нетронутой шерсти; что он не сядет, не сморщится или потеряет свою форму; что его воротник был сшит вручную, чтобы сделать его плотно прилегающим к шее; что рукава скроены вручную, чтобы быть комфортными в области подмышек; что по стилю, удобству и качеству он сравним с любым костюмом, который Вы когда-либо покупали по любой цене!

Попробуйте порвать этот кусочек ткани. Когда-нибудь видели что-нибудь крепче? Все длинные волокна нетронутой шерсти были специально отобраны для этой пряжи, потому что только длинные, крепкие волокна могут быть скручены в такие компактные, гладкие пряди. В результате было получено такое крепкое и прочное плетение, что оно не только противостоит долгому ношению и повреждениям, но и будет сохранять свою форму и первоначальный блеск уже после того, как любой другой костюм обычно выбросят.

Но это ещё не всё!

Вы когда-нибудь могли одеть купленный в розничном магазине костюм и безо всяких переделок ходить в нём? Нет, как и многие другие мужчины. Всё потому, что магазины могут предложить костюмы всего 12-15 различных размеров.

В то время, как у них насчитывается несколько сотен или тысяч покупателей, у нас их 318,000. Когда у них есть всего 12-15 размеров, у нас имеется 90 различных размеров и 10 различных длин костюмов «ДолгоНос»!

Вот почему костюмы «ДолгоНос» так хорошо сидят на Вас, как будто были сшиты по Вашим меркам Вашим личным портным. Вот почему нескольких простых мерок, указанных в прилагаемой открытке, достаточно, чтобы подобрать Вам идеально сидящий костюм.

Цена? – \$26.85.

И если Вы сможете где-либо найти один из этих костюмов в половину дешевле – что ж, просто отправьте наш обратно, и всё. И то, что Вы попробовали его носить, не будет стоить Вам ни цента!

Как видите, торговля такими огромными объёмами, как продаём мы, позволяет нам получить едва ли ни наименьшую стоимость производства, безо всяких комиссий и процентов посредникам, но мы пошли ещё дальше – мы получаем саму ткань по самым низким ценам! Короче говоря, мы исключили всех ненужных посредников, продавая товар напрямую Вам, сохраняя для Вас при этом приличные деньги. И если мы не предлагаем Вам настолько идеально сидящую и прекрасно выглядящую одежду, какую Вы можете получить только от личного портного, мы не желаем, чтобы Вы платили хотя бы цент.

Чтобы убедиться в этом, Вам нужно лишь вписать несколько простых мерок в прилагаемую открытку, наклеить на неё марку и отправить. Через семь дней Вы МОЖЕТЕ вернуть костюм, если захотите, и это не будет стоить Вам ни цента!

Попробуйте! Не важно, что мы ГОВОРИМ о качестве и подгонке костюмов «ДолгоНос» – ВЫЯСНИТЕ ЭТО САМИ! Это просто. Просто заполните форму и отправьте её по почте. Никаких денег, никаких обязательств.

Но отправьте её прямо сейчас, если можете. Потому что каждой осенью, около 1-го октября, мы предлагаем подобные возможности лишь некоторым из наших старых покупателей, но количество предлагаемого товара ограничено. Естественно, подобные акции быстро заканчиваются. Так что важно, чтобы Вы отправили открытку немедленно.

Ничего не подписывайте. Не отправляйте денег. Просто впишите несколько простых мерок в поля открытки и отправьте её. Ваше имя уже указано на ней.

К Вашим услугам,



* * * * *

Если когда-либо существовал бизнес, который требовал бы в качестве залога успеха внутреннюю бдительность и осторожность, то продажа почтой и есть этот бизнес. В чём вы можете быть уверены относительно этого бизнеса, так это в том, что вы никогда не узнаете, что делать, пока не попробуете. Поэтому мы пробовали всё, что могли. И некоторые вещи, которым мы научились, оказались весьма неожиданными.

Например, в тот день, когда мы прочли в бюллетене с одного из съездов речь эксперта по рекламе и продажам, в которой он отметил, что только дураки станут использовать форму для данных, заполняемых потенциальными покупателями, в рассылке; наши же тесты показали, что эта форма добавляет 35 процентов привлекательности нашим проспектам! Это напомнило об одном человеке, который молился: «О Господи, дай мне молодых людей с мозгами, достаточными для того, чтобы они могли позаботиться о себе».

Ранее мы в шутку решили, что пусть нас лучше обвинят в грехах из всех десяти заповедей, чем в одном непростительном грехе – незнании. Так что для нас не было ничего настолько неестественного, чтобы не попробовать это.

Да, мы даже попробовали обращаться к покупателям в нескольких сотнях писем по имени, начиная наше письмо «Дорогой К,» или «Дорогой Дик,», и получили необыкновенное количество заказов, но в то же время этим мы разозлили так много покупателей, что побоялись, что потери уравниют прибыли, поэтому мы поставили этот метод в один ряд со специальной доставкой под заголовком «опыт», и больше никогда не пробовали делать это снова.

Но некоторые эксперименты заканчивались не так уж и плохо. Однажды наш агент по закупкам получил большую скидку на тёплые шарфы. Когда мы

попробовали продать их, мы обнаружили, почему они шли с такой «скидкой». Этот конкретный тип шарфов просто не продавался в этом сезоне. Так что агент по закупкам начал искать, куда бы можно было «пристроить» их.

Тем временем, просто ради эксперимента и потому, что мы не придумали ничего лучшего, мы стали предлагать в комплект к каждому продаваемому нами пальто шарф по специальной низкой цене. **Вместо того чтобы искать способы сбыта шарфов, нам пришлось искать, где бы их достать ещё больше!**

Мы пробовали различные стили и размеры конвертов, и нашли одно почтовое отправление с изображением небольшого городка, которое было больше похоже на простую открытку с картинкой, не имеющую никакого отношения к товару, который мы предлагали – это увеличило число заказов на 10 процентов! Почему? **Потому что эта открытка привлекала внимание и позволяла читателю более легко поверить в то, что предприятие расположено в маленьком городке и поэтому обслужит его более экономно, нежели магазины, оплачивающие дорогую аренду в крупных городах.**

Мы пробовали картинки на фирменных бланках писем и обнаружили, что бланки старых писем, изображающие основателя бизнеса, имели некий психологический подтекст и часто увеличивали число заказов в пределах от 5 до 10 процентов.

Мы пробовали всё – оплаченные почтовые отправления и письма с марками. Предварительно погашенные и обычные марки. Ручные подписи и факсимиле. Краткую информацию и верхние колонтитулы. Проработанные и трафаретные или печатные тексты. Чёрные, фиолетовые, синие и красные чернила. Печать через ленту и типографскую штамповку. И общей тенденцией всех тестов оказалось то, что любая вещь, заставляющая ваше письмо выглядеть более личным, существенно сказывается на количестве ваших заказов.

Мы тестировали работу Хувена в сравнении с лучшими краткими описаниями в качестве примера, и обнаружили, что Хуven не приносит дополнительных заказов – *до тех пор, пока имя читателя не будет фигурировать в теле письма на первой странице два или три раза!*

Другими словами, хорошо проработанные письма оказываются настолько идеальными, что люди не пытаются рассматривать их как массовую печать. Но они не поверят, что эти письма напечатаны персонально им, пока они не увидят какого-либо упоминания о себе ниже в теле письма. После этого они верят, что письмо предназначено лично им. И затем они прочитают его. Как правило, мы обнаружили, что подобное применение Хувена удваивает число заказов.

Это были лишь некоторые из тестов, которые мы провели. На самом деле их были буквально сотни. О них можно написать отдельную книгу. Но к тому времени, когда такая книга выйдет, от неё будет уже мало толку. А всё потому, что восхитительной особенностью продаж почтой – особенностью, не позволяющей ни одному человеку или группе людей узнать всё об этой сфере – является постоянная изменчивость. То, чему вы научитесь сегодня, вам нужно забыть завтра. Вам нужно продолжать пытаться и тестировать, и затем, когда вы сможете встать и

авторитетно заявить: «*Это вы можете делать, а это – нет*», появится какой-нибудь чёртов дурак, который не знает ни одного правила и продаёт миллионы, используя все те методы, которые вы только что признали неработоспособными!

Глава 19

Вы Примете Этот Небольшой Подарок?

КОГДА вы продаёте один вид товара пять-шесть лет подряд, когда вы настолько наладили торговлю, что за три успешных года избавились от 50,000 экземпляров товара, а конкуренция стала весьма ожесточённой, приходит время, чтобы посмотреть – можете ли вы найти на замену что-нибудь новое, чтобы снова запустить машину продаж.

Мы столкнулись с подобной ситуацией как минимум относительно дорожных сумок. Поэтому некоторое время мы тестировали уменьшенную версию нашей дорожной сумки, чтобы продать её примерно за полцены. Мы назвали её «Ручная Сумка».

Изначально мы позиционировали её как сумку для врачей. С одной её стороны располагались карманы для хранения всевозможных маленьких бутылочек и пакетиков, а с другой были три больших отделения для бумаг, стетоскопа и прочих подобных вещей; а так как это был новый товар, мы тестировали его на врачах с помощью нашей старой доброй заготовки – письма *«Вы сделаете мне одолжение?»*. Вот копия письма, листовки и открытки, которые мы использовали:

ДОРОГОЙ ДОКТОР:

Вы сделаете мне одолжение?

Вот уже несколько лет, как Вы знаете, мы продавали по почте кожаные сумки для врачей, экономя нашим покупателям довольно много долларов в сравнении с обычной розничной ценой.

В этом году мы настолько радикально изменили эти сумки – оснастили их карманами и внутренними отделениями, такими удобными для докторов – что я искренне верю, что не найдётся такого терапевта или хирурга, который бы попробовал пользоваться этой сумкой и не захотел после этого оставить её себе.

Просто послушайте:

С одной стороны сумки расположены пять влагонепроницаемых карманов, облицованных медицинской резиной. Вы можете поместить в любой из них бутылку с йодом, кислотой или антисептическим средством и не опасаться того, что может произойти, если вдруг выскочит пробка. С другой стороны находится один большой карман, по всей ширине сумки, содержащий четыре прочных отделения, способных хранить Ваши истории болезней, бланки рецептов, список вызовов, резиновые перчатки и т.д. И отделения могут

быть легко удалены, чтобы использовать карманы для стетоскопа или хирургических инструментов.

Целое дно сумки остаётся свободным для больших инструментов и громоздких вещей.

Регулируемый замок, который открывается или закрывается при помощи лёгкого давления Вашего большого пальца.

Мы верим, что более удобной сумки для терапевтов или хирургов никогда раньше не создавали, но Вы знаете, как обстоят дела в розничной торговле: Вы никогда не можете быть уверены в подобных вещах до тех пор, пока не потратите на них довольно много денег.

Что и подводит меня к одолжению:

Я хочу быть уверен в наличии запросов (или их отсутствии) прежде, чем мы спустим слишком много денег на эти новые «Ручные Сумки». Поэтому я пришёл к Вам со следующей просьбой:

Вы попробуете одну из этих новых докторских «Ручных Сумок» для меня в течение одной недели, ПОПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЕЮ, посмотрите, насколько она удобна, красива, и как она экономит время? Какова она в сравнении с сумками, которые Вы покупали по цене от \$12 до \$15? А затем напишете мне?

Нет смысла говорить, что я пришлю Вам нашу новейшую прекрасную сумку, сделанную из прочной, «зернистой» коровьей кожи, которая носится годами, с богатым внешним видом, который будет достойно выглядеть даже в самых эксклюзивных домах Авеню.

В конце недели, если сумка понравится Вам настолько, что Вы захотите оставить её себе, Вы можете заплатить мне – не \$12 или \$15, как Вы могли ожидать от подобной сумки – НАША СПЕЦИАЛЬНАЯ НАЧАЛЬНАЯ ЦЕНА ДЛЯ ВАС СОСТАВЛЯЕТ ВСЕГО \$7.95!

В противном случае, просто отправьте её обратно за наш счёт, а в качестве оплаты за неделю её использования честно выскажите мне своё откровенное мнение об этой сумке и её пригодности к продаже.

Естественно, я не делаю подобных предложений всем подряд, так что примете ли Вы моё предложение или нет, Вы мне очень поможете, если отправите открытку обратно, чтобы я был уверен, что она не попадёт в чужие руки.

Само собой, Ваше мнение будет иметь для меня значение, если только я получу его СЕЙЧАС – прежде, чем мы подпишем договора на производство больших объёмов этой новой модели «Ручных Сумок».

Поэтому, не будете ли Вы так любезны, написать Ваши имя и адрес на открытке СЕГОДНЯ ВЕЧЕРОМ, если можете? С другой стороны, лучше отправьте её немедленно – пока она находится у Вас в руках, так что у Вас не будет возможности забыть о ней.

Благодарю Вас за Вашу любезность.

Ваш для взаимного сотрудничества,



* * * * *

Это сработало достаточно хорошо – принесло около 4 процентов отклика. Исходя из этого, каждый наш заказ стоил нам чуть меньше 90 центов, что при цене в \$7.95 составляет примерно 11 ½ процентов. Это было неплохо, но и радоваться было особо нечему. Мы искали что-то, что пойдёт настолько хорошо, что станет больше, чем просто временной компенсацией в период отказа от обычных дорожных сумок. И наконец-то мы нашли это.

Однажды, просматривая наши старые записи, я наткнулся на письмо, в котором мы бесплатно предлагали людям домашние тапочки, если они отправят заказ на банный халат, и я понял, что можно попробовать нечто подобное и с «Ручной Сумкой».

Видите ли, сумка была действительно настолько удобна и выгодна, что мы были уверены – если мы сможем однажды передать её в руки доктора, он никогда не позволит столь незначительному препятствию в \$7.95 помешать ему оставить эту сумку. Так что мы начали искать подарок, который не будет стоить нам слишком дорого, но, тем не менее, будет обладать универсальной привлекательностью для любого врача.

И в листовке, попавшей на мой стол несколькими днями позже, мы нашли ответ. Листовка описывала новый автомат, который позволял штамповать выпуклыми буквами имена на таких вещах, как авторучки, и это стоило всего от 2 до 4 центов за каждую надпись.

Что могло лучше подойти нам? Авторучки необходимы врачу для выписывания рецептов, и их продолжают постоянно терять. Что будет более приятным подарком, чем авторучка с его именем, тиснённым на ней? Мы решили немедленно это попробовать. Так что мы написали каждому врачу:

Вы примете одну из новых авторучек с Вашим именем, тиснённым на ней выпуклыми буквами, в обмен на одну маленькую услугу, о которой я хочу Вас попросить? Услуга простая, приятная и легко выполняемая. Вот, что нужно сделать:

И дальше шёл текст из письма *«Вы сделаете мне одолжение?»*, приведённого выше.

Сработало ли это? Летят ли мухи на мёд? Вместо 4-х процентов наше новое письмо принесло от 12 до 14 процентов заказов! Мы проработали целый список врачей, который у нас был. Мы изменили письмо, чтобы оно подходило и нашим обычным покупателям, и проработали их список тоже. За первые два месяца этого года мы продали 60,000 «Ручных Сумок»! Вот письмо, без подарочной авторучки, как мы его изменили для обычных покупателей:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Прежде, чем предать этому предложению широкую огласку, мы сообщаем о нём ограниченному числу людей, чьё мнение важно для нас, с просьбой оценить следующую идею.

Вот уже четыре года, как Вы знаете, мы продаём знаменитые сумки «Стэтлер» – величайшее открытие, как мы верим, которое было сделано в сфере дорожных сумок за последние 20 лет.

Но многие друзья писали нам, что им не нужна такая большая сумка, как «Стэтлер» – они хотели всего лишь прочную и удобную в обращении сумку для ночных прогулок или поездок на выходные. Можем ли мы дать им сумку, сделанную по образу «Стэтлера», из такой же долговечной *коровьей* кожи и с таким же чудесным, удобным внутренним обустройством, но несколько меньшего размера и примерно в половину дешевле?

Мы можем и дадим, если только будем уверены в наличии спроса на эти *компактные, недорогие сумки*, прежде чем спустим слишком много денег на то, чтобы начать продавать их «по-взрослому» (в больших количествах). Поэтому я пришёл к Вам, как к бывшему покупателю, чтобы узнать: будете ли Вы так любезны, помочь нам своим мнением об этой новой «Ручной Сумке».

Попробуете ли Вы одну из этих новых «Ручных Сумок» для нас в течение недели – на наш страх и риск? Возьмёте её с собою в поездку. Испытаете её всеми известными Вам способами. *А затем напишете нам?*

Не нужно говорить, что благодаря внешнему виду и качеству этой «Ручной Сумки», Вы сможете с гордостью носить её повсюду.

14 дюймов в длину, 7 дюймов в ширину и 12 дюймов в высоту, сделана из крепкой «зернистой» *коровьей* кожи, которая носится годами, поверх блестящего стального каркаса. Её глубина, кожа, аккуратные швы и крепкий позолоченный замок придают ей богатый внешний вид, достойный самых эксклюзивных домов.

Но её особая уникальность заключается в специальных внутренних карманах – детали, которая, более чем всё остальное, принесла сумке «Стэтлер» такую популярность. Эти маленькие карманы предоставят Вам особое место для каждой нужной Вам туалетной принадлежности. Кроме того, если вдруг протечёт зубная паста, или из бутылочки выскочит пробка, остальным вещам не будет нанесено никакого вреда, ведь каждый из этих удобных карманов обшит влагонепроницаемой медицинской резиной!

Всё, чего мы хотим от Вас, так это чтобы Вы испытали эту новую «Ручную Сумку» в течение недели. Если к концу этого времени сумка понравится Вам настолько, что Вы захотите оставить её себе, Вы можете заплатить нам – НЕ \$12 или \$15, как Вы предполагали заплатить за сумку из настоящей *коровьей* кожи в магазине – наша специальная Начальная Цена для Вас – ВСЕГО \$7.95.

В противном случае, Вам будет необходимо лишь отправить сумку в её оригинальной упаковке обратно за наш счёт, и в качестве оплаты за неделю её использования высказать нам своё мнение о её пригодности к продаже.

Естественно, мы не делаем подобных предложений всем подряд. Также естественно то, что Ваш совет будет иметь значение только в том случае, если мы получим его в ближайшее время – прежде, чем начнётся сезон отпусков.

Поэтому, отправите ли Вы прилагаемую открытку сегодня? А лучше напишите Ваши имя и адрес на ней СЕЙЧАС, пока она прямо перед Вами, пока Вам нужно лишь дотянуться до Вашей ручки или карандаша, а затем бросить открытку в почтовый ящик.

Я благодарю Вас за Вашу любезность.

Ваш для взаимного сотрудничества,



* * * * *

Но в то время как мы начали одну из наших наиболее успешных распродаж, косвенно это привело нас к величайшему фиаско, которое только приходилось переживать компании.

Некоторое время назад я начал свой собственный издательский бизнес, и он отнимал так много моего времени, что я подумывал бросить свою выездную работу «консультантом». Так что после того, как была успешно организована кампания по «Ручным Сумкам», я отошёл от этого дела. И мне очень повезло, что я сделал это, потому что вероятнее всего я стал бы такой же лёгкой жертвой новой идеи, как это произошло с остальными. **Вот, в чём было дело:**

Мне никогда не удавалось продавать что-то женщинам в таких же больших масштабах, как мужчинам. Я мог написать листовки для особых списков рассылки, в которых встречались наши женщины-покупатели или жёны наших покупателей, и при этом получить такую же хорошую прибыль, как при работе с мужчинами. Но когда дело доходило до списков из одних только женщин, которые исчислялись сотней тысяч или даже миллионом, мне никогда не удавалось написать что-то такое, что принесло бы нам заказы в прибыльных объёмах.

Но когда «Ручные Сумки» так успешно разошлись после предложения с бонусом, стало очевидно, что женщины более восприимчивы к *бесплатным* предложениям, чем мужчины, так почему же не взять какой-нибудь сугубо женский товар и не провести большую распродажу?

Звучало разумно, и, если исключить тот неудачный опыт в этой сфере, который я однажды получил, я уверен, что и сам с готовностью принял бы за проработку этой идеи, как и остальные. Как бы там ни было, они занялись поисками подходящего товара и, в конце концов, остановились на шёлковых чулках. Они разослали по различным спискам женщин следующий текст:

Вы примете пару красивых шёлковых чулок из чистого шёлка в обмен на небольшое одолжение, о котором я Вас попрошу?

Одолжение простое, приятное и легко выполнимое. Вот, в чём дело:

Я собираюсь прислать Вам в течение нескольких следующих дней упаковку с шестью парами прекрасных чулок из чистого шёлка в новейших пастельных тонах. Когда они придут, посмотрите на них, выберите пару, которая Вам понравится больше всего, и оденьте её; *поносите* её в течение дня; затем постирайте чулки и наденьте их снова:

Затем, если Вы не согласитесь со мною, что это самая прекрасная пара шёлковых чулок, какую Вам только доводилось носить на Ваших ногах; если по блеску, ощущениям и комфорту она не будет походить на любые чулки, которые Вы можете купить в магазинах *по любой цене*, оставьте эту пару в качестве подарка и верните упаковку с оставшимися пятью парами за мой счёт.

* * * * *

Конечно, в письме было больше текста, чем приведено здесь, но это были наиболее выдающиеся детали. Сработало ли оно? Догадайтесь. За три месяца это письмо принесло заказов на более чем 600,000 пар шёлковых чулок!

На какое-то время показалось, что всё, что мы делали до этого, было лишь робкими усилиями. На единственном товаре, предлагаемом людям, которым нам никогда не удавалось продать что-то в больших объёмах, они получили заказов общей стоимостью больше, чем на \$750,000. Но затем – о, какая головная боль! Было похоже на то, что вся работа пошла насмарку. Я говорю о времени, когда у нас оказалось \$80,000 убытков к первому июня! И было похоже на то, что их потери окажутся ещё в три или четыре раза больше, чем сейчас.

Мне был сделан срочный звонок с просьбой бросить всё и приехать на пару месяцев за любые деньги. Я выяснил, что было отправлено более 100,000 упаковок чулок, 72 процента были возвращены, *минус одна пара из каждой упаковки*, и около 10,000 счетов оказались безнадежными долгами.

По правде говоря, картина была удручающая, но когда мы попробовали «избавиться» от этих возвращённых чулок, всё стало выглядеть ещё более печально. Мы не смогли вернуть даже половины от затраченных денег. Одна четверть – лучшее, что нам предложили, и если бы мы добавили ещё и эту огромную потерю к уже полученным на распродаже убыткам, это похоронило бы всё окончательно. Так что мы решили, что продадим чулки по почте. И по цене, которая принесёт нам хотя бы мизерную прибыль.

Думаю, вы согласитесь, что затея была сомнительной. Продать 360,000 пар шёлковых чулок – в лучшем случае это довольно тяжёлая работа, но когда вы только что проработали все доступные вам списки с предложением вроде того, что было использовано, и когда эта чулочная рассылка оказалась «возвратной», трудности кажутся непреодолимыми.

Но удивительно, на что вы оказываетесь способны в случае необходимости. Нам нужно было продать эти чулки. И мы сделали это! Для этого мы использовали все возможные способы продаж, о которых я когда-либо слышал, а о некоторых я даже и не знал.

Для начала мы сели и написали все варианты привлечения внимания к чулкам, которые могли прийти нам в голову. Затем мы попробовали их все – что-то около двенадцати или четырнадцати из них. Четыре из них сработали на удивление хорошо! Так что мы взяли их на заметку и разослали каждый вариант по всему доступному нам списку с интервалом в месяц. К концу года чулки были распроданы, и вместо колоссальных убытков в результате года усилий мы получили \$18,000 чистой прибыли.

Результат казался довольно болезненным после тех больших сумм, к которым мы привыкли, но на тот момент даже это было для нас хорошо. Было трудно выкарабкаться, так что мы были благодарны, что отделались, можно сказать, лёгким испугом.

Вот вам некоторые идеи из бесконечного числа методов, которые мы использовали. Мы никогда ничего не продавали учителям. Но кто-то посоветовал предложить им специальную скидку в обмен на то, что они дадут нам имена пятерых родителей, которых может заинтересовать предложение шёлковых чулок. В результате мы не только получили хорошую прибыль от продаж по этому новому списку, но также продали много чулок учителям, на чём заработали ещё немного денег!

Затем нам нужно было переезжать в новое помещение, так что, конечно, мы воспользовались этим случаем для организации «Первой ликвидационной распродажи в нашей истории». После этого мы устроили 1-центovou распродажу, комбинированную распродажу – короче говоря, все типы распродаж, за исключением распродажи в пожарном (срочном) порядке. И если новое здание не будет настолько огнеупорным, возможно мы организуем также один из подобных типов.

Мы собирались выехать со старого места, не оставив за собою ничего. Но это была рискованная затея.

Это одна из величайших особенностей продаж почтой. Однажды они поднимают вас настолько высоко, что вы начинаете считать себя самым большим двуногим созданием. А затем пузырь лопается, и вы падаете обратно с глухим, тяжёлым стуком. Поверхностное знание – опасная вещь! Поверхностное знание может спустить деньги гораздо быстрее на продажах почтой, чем при игре на бирже.

И в то же время, при правильной организации нет более безопасного бизнеса на земле. Вам никогда не придётся рисковать ничем, кроме стоимости испытаний. В *Обзоре Обзоров*, например, когда нам предложили «Исторические наброски» Уэллса, нам не нужно было говорить: «*Ладно, мы рискнём*» или «Мы не можем себе позволить рисковать такими деньгами». Нет, конечно! Мы сказали: «*Дайте нам шестьдесят дней, и мы найдём вариант!*»

Так что мы рискнули лишь стоимостью пары тестов, выяснили, сколько комплектов можем продать каждой тысяче людей из тех, кому мы отправляли рекламу, умножили это на количество всех доступных нам контактов, и после этого нам стало известно, какой величины закупка будет для нас безопасной.

Не было ни цены производства, ни оборудования, о котором стоило беспокоиться, ни обязательств. Если бы тесты провалились, мы бы закупили лишь достаточное количество магазинных изданий, чтобы отоварить полученные заказы, и не потратили бы денег ни на что, кроме тестов. Если бы издание для книжных магазинов не было доступно, мы бы вернули все полученные деньги, уведомив тех, кто отправлял заказы, о том, что обстоятельства не позволяют осуществить задуманный проект, и на этом дело бы закончилось. Разве есть какой-либо другой бизнес, где будущие проекты могли бы прогнозироваться с такой непринуждённостью и такими малыми затратами?

Глава 20

ОДИН МИЛЛИОН ДОЛЛАРОВ – СТОИМОСТЬ ЗАКАЗОВ В ПЕРВЫЕ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ

В прошлой главе мы упоминали о том, как легко можно попробовать продать любой товар почтой и как безопасно можно спрогнозировать вероятность продаж. Это склонило нас к тому, чтобы начать собственное небольшое издательское дело.

Долгое время нас не покидала идея издания собрания книг по практической психологии. Как и многие подобные идеи, эта держалась про запас, и казалось, что её день никогда не придёт. Пока однажды у нас не появилась идея продающего письма, которое сможет продать подобную книгу! Это было уже другое дело. Продающие письма были нашим ежедневным хлебом с маслом. В отличие от книг, когда у вас появляется идея продающего письма, вы используете её! Поэтому мы перенесли эту идею на бумагу настолько быстро, как только смогли.

Даже в холодных лучах следующей зари она выглядела весьма привлекательно. На самом деле, она выглядела настолько хорошо, что мы приняли решение провести испытание на нескольких сотнях экземпляров. Конечно, книги по-прежнему оставались в неопределённой форме, но мы знали, каким должно быть их содержание (если им предстояло быть изданными), поэтому мы в общих чертах обрисовали это в нашем письме и листовке. Затем мы отправили по 1,000 экземпляров писем по каждому из наших списков. Вот они!

Мистер Дж. Килгоур,
ул. Довер, 317,
Хот Спрингз, Арканзас

ДОРОГОЙ МИСТЕР КИЛГОУР:

**Хотели бы Вы увидеть, как \$1.00 вырастает до \$60.00,
\$8.00 вырастают до \$500.00 – к следующему апрелю?**

Позвольте мне рассказать Вам, как это сделать:

Я собираюсь отправить Вам в течение нескольких следующих дней собрание из семи небольших книг.

Эти книги, возможно, не похожи на все те книги, которые Вам приходилось видеть прежде, потому что:

1. Они о ВАС!

2. Они покажут Вам, что до этого Вы использовали лишь небольшую долю Ваших реальных способностей; что в Вашем «подсознании», как это называют учёные, находится спящий Гигант, который, пробудившись, сможет вознести Вас на вершину славы и успеха практически за одну ночь. Джинн

Вашего Разума, настолько могущественный, способный удовлетворить каждое Ваше желание, как всем известный чудесный Джин из Лампы Аладдина.

3. Они сделают Ваши Фантазии, Ваши видения чудесных достижений, удачи, здоровья и счастья – РЕАЛЬНОСТЬЮ – не через пять, десять или пятнадцать лет, а СЕГОДНЯ, в 1926 ГОДУ от Рождества Христова!

Я собираюсь отправить эти небольшие книги Вам, безо всяких обязательств с Вашей стороны, чтобы Вы почитали и ПОПРОБОВАЛИ ИХ В ДЕЙСТВИИ в течение недели на мой страх и риск.

Но есть лишь одно условие: я не хочу отправлять их, прежде чем получу Ваше разрешение. Вы можете предоставить его в один миг при помощи прилагаемой специальной «Открытки Вежливости».

Когда я отправлю книги, с Вашей стороны не будет никаких обязательств по их оплате. Вы сможете вернуть их по ЛЮБОЙ причине или без причины вообще.

Но Вот Самая Важная Часть:

Если Вы обнаружите, что эти книги соответствуют всему, что я о них рассказываю (и Вы будете единолично судить об этом), сколько бы Вы заплатили за них? \$30.00? \$50.00? \$100.00? Именно столько стоят обычные курсы, которые лишь обещают показать Вам, как выполнять какой-то особенный вид работы. Несомненно, если эти книги сделают хотя бы половину из того, что я Вам обещал, они будут стоить этого и даже больше!

Что ж... Если Вы решите оставить эти книги, Вам будет нужно отправить мне – НЕ \$50.00 или \$100.00, и даже не их обычную стоимость в \$13.50 – моя СПЕЦИАЛЬНАЯ НАЧАЛЬНАЯ ЦЕНА ДЛЯ ВАС, действующая только на это ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ, составит всего \$7.85!

И это не всё!

Если в течение шести месяцев Ваш \$1.00 не вырастет до \$60.00, если Вы не приобретёте к потраченным на этот курс \$7.85 как минимум \$500.00 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗАРАБОТКОВ, отправьте эти книги обратно, и я охотно полностью верну Вам каждый цент, который Вы заплатили нам за них.

Нет никаких условий, ни одной лишней строчки к этому предложению. Если в течение шести месяцев Вы не найдёте с

помощью этих книг горшочек с золотом у основания радуги, значит, они не для Вас. Отправьте их обратно и получите назад свои деньги!

Так что не раздумывайте о покупке прямо сейчас. Вы сможете сделать это позже. Отправьте мне только «Открытку Вежливости» для БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ, указав в ней свои имя и адрес. Затем. ПОСЛЕ недельной проверки, ПОСЛЕ того, как Вы призовёте Вашего Джинна и подвергнете его испытаниям, Вы можете прислать мне Ваш доллар или вернуть книги. Я оплачу расходы в любом из этих случаев.

Но Вам нужно отправить открытку немедленно, так как я печатаю лишь небольшое количество комплектов этого «Предварительного Издания», с автографом. Предварительные заказы поступают так быстро, что я боюсь, что эти отпечатанные комплекты будут распроданы ещё до того, как они будут готовы.

Так что если Вы хотите раскрыть Ваш скрытый потенциал без оплаты и обязательств, Вам нужно отправить прилагаемую открытку сейчас, СЕГОДНЯ!

Ваш для ВОПЛОЩЕНИЯ ЖЕЛАНИЙ,

* * * * *

Сработало ли это? Результаты этого письма и листовки чуть не довели нас до сердечного приступа. Они были так же высоки, как 9 процентов из списков людей, которые никогда не слышали о нас раньше! Письмо сработало настолько хорошо, что мы работали каждую ночь в течение следующего месяца или около того, чтобы написать наши книги. И как только они были готовы, мы организовали рассылку миллиона листовок, а затем, насколько быстро это было возможно, и второго миллиона.

В течение 6-ти месяцев с того момента, как книги были готовы, мы получили заказы на них общей стоимостью в \$1,000,000 – все в ответ на письмо и листовку, процитированную выше!

Конечно, много книг вернулось назад. Так и должно было случиться, учитывая количество проданных книг и то, как письмо и листовка перехвалили их. Идея была превосходной, но ни одна написанная книга не может полностью соответствовать подобным обещаниям. Но те, кому понравились книги, не считали, что они перехвалены. Судя по некоторым письмам, которые мы получили, читатели чувствовали, что получили всё то, что мы им обещали.

Так что спорный вопрос, насколько эти книги были перехвалены. Когда цена доставки в среднем составляет всего 16 центов, лучше получать от 4 до 9 процентов заказов и 40 процентов возвратов, чем получать от 1 до 2 процентов,

которые удовлетворяют большинство издателей, и иметь всего 10 процентов возвратов. Во всяком случае, этот шаблон является, несомненно, быстрым способом создания списка покупателей. И один такой у нас сформировался очень быстро. К концу первого года у нас было около сотни тысяч имён, полученных благодаря заказам книг.

На следующий год мы продлили распродажу с простой целью – получить новые имена и отправить подобное предложение им. Тем временем, мы обнаружили, что необходимо изменить название книг. Первое собрание называлось «Книга Жизни», но после года продаж мы выяснили, что другая организация уже много лет занималась продвижением книги с таким же названием, так что мы сменили название нашего издания на «Секрет Вечности». (В письме, процитированном выше, был указан заголовок «Секрет Вечности», в то время как оригинальное издание предлагалось как «Книга Жизни».)



"The Secret of the Ages"

YOU remember the story of Aladdin and his wonderful Lamp—how he had but to rub this Lamp and there sprang forth a powerful Genie, ready instantly to do his bidding. Riches, fame, power—this marvelous Genie carried them in the hollow of his hand. Anything that Aladdin might wish for—from power and fortune to the hand of the beautiful Princess—he had but to command, and the Servant of the Lamp forthwith produced it.

There is more than childish fable to this old Arabian Nights' tale. There is the Wisdom and the Mysticism of the East—so frequently hidden in parable or fable.

For those Wise Men of the East had grasped, thousands of years ago, the fundamental fact—so hard for our Western minds to realize—that deep down within ourselves, far under our outer layers of consciousness, is a Power that far transcends the power of any conscious mind.

"The Father that is within us," deeply religious people term it. And, truly, its power is little short of Divine.

"Our second subliminal mind," say the Scientists call it.

How You Can Live Your Dreams

Call it what you will, it is there—all unknown to most of us—a sleeping Giant who, aroused, can carry us on to fame and fortune overnight. A Genie-of-the-Brain more powerful, more the servant of our every right wish, than was ever Aladdin's fabled Genie-of-the-Lamp of old.

Health and happiness, power and riches, lie ready to its hand. You have but to wake It, to command It, to get of It what you will. It is part of you—yet Its power is limitless. It is Mind—Thought—Idea. What electricity is to power, this Subliminal Mind is to your ordinary, everyday, conscious self. You cannot see It, but you can feel It, use It, develop It. Properly used, It can make of you a Napoleon, an Edison, a Roosevelt or a Lincoln. There is no limit to what you can do with it!



Turn to the Next Page and See

С того момента, как мы изменили название, мы получили возможность радикально модифицировать и расширить наши книги, а затем выпустить предварительное издание нового собрания в бумажной обложке, которое мы предложили покупателям «Книги Жизни» по специальной цене в \$1.98. Конечно, мы использовали проверенное в работе предложение «*Вы сделаете мне одолжение?*», и, как обычно, оно более чем оправдало себя. Вот копия письма:

Р. Нори
143 Е. 39 ул.
1025 Аллертон Хаус
Нью-Йорк

ДОРОГОЙ СЭР:

Вы сделаете мне это одолжение?

Вы можете очень сильно помочь мне, если сделаете.

Я хотел бы узнать Ваше мнение относительно следующего:

Я переписал «Книгу Жизни». Некоторые её части я исправил, некоторые дополнил объяснениями. В то время как старая редакция только содержит определённые фундаментальные законы, новая редакция показывает Вам, как применять их на практике. Там, где старая редакция говорила Вам, что права на богатство, счастье и успех Ваши по рождению, новая редакция показывает Вам шаг за шагом, как на самом деле ПОЛУЧИТЬ их.

Одним словом, новая редакция не только содержит теорию, но и учит РЕАЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ. Она расскажет Вам: Как, Почему, Когда и ЧТО ДЕЛАТЬ!

И Здесь Мне Нужна Ваша Помощь!

Прежде чем я вложу много денег в рекламу этой новой редакции, прежде чем я закажу издательству печать большого тиража этого собрания книг, я бы хотел, чтобы некоторые мои друзья честно сказали мне, что они думают об этом издании.

Вы сделаете это для меня? Отправьте прилагаемую открытку и позвольте мне прислать Вам это новое издание для недельного изучения, чтобы Вы могли высказать мне своё мнение?

А я намереваюсь оказать услугу Вам в качестве благодарности. Вот, что я сделаю:

Новое издание вдвое больше, вдвое лучше старого и, естественно, оно продаётся дороже.

Для тех покупателей «Книги Жизни», кто поможет мне сейчас, высказав своё мнение о ней, я напечатал несколько сотен комплектов в твёрдой обложке, и я собираюсь предложить одно из этих изданий Вам – НЕ по обычной цене в \$15.00, и даже НЕ по цене Предварительного Издания в \$9.00, а по специальной цене для «Старых Подписчиков» – всего \$1.98.

Речь идёт только о стоимости издания, поэтому, конечно, я не могу позволить себе прибавлять к ней какие-либо накладные расходы, и я собираюсь попросить Вас заплатить почтальону эту низкую цену с оплатой небольших почтовых расходов.

Ваши деньги будут зарезервированы. Они не станут моими до тех пор, пока Вы не скажете об этом. Вы получите их обратно, если по любой причине захотите вернуть книги.

Только послушайте, что эти книги сделали для других:

«С тех пор, как я получил Ваши первые книги, я заработал более \$100,000 всего за 6 месяцев. Мой доход до этого не менялся годами и составлял всего \$7,500 в год» – М.Д.К., Кэпитола, Калифорния.

«Я должна написать и рассказать Вам, что всё, что Вы обещали, сбылось. Жалование моего мужа не только удвоилось с \$225.00 до \$500.00 в месяц, но в дополнение к этому он совершил сделку, по которой получил комиссионные в размере \$10,000 в тот же день».

«Мы полностью расплатились за наш дом. Купили себе красивый автомобиль, радио, новую мебель, и теперь у нас есть не только предметы первой необходимости, но ещё и кое-какие дополнительные удобства» – миссис К.С.Н., Индианаполис, Индиана.

Простите, если я кажусь настойчивым, но Вы используете открытку сейчас? Я боюсь, что Вы можете её потерять. И я сердечно и искренне благодарен Вам за Вашу помощь.

С благодарностью Ваш,

* * * * *

Наши оригинальное письмо и листовка начали подавать признаки износа. Так что мы обратились за помощью к идее, которая так хорошо сработала с «Ручными Сумками». Мы предложили бонус в качестве награды за изучение книг.

Это здорово оживило начавший угасать интерес. Даже слишком здорово, после чего мы обратили внимание, что совершаем ту же ошибку, что и при распродаже шёлковых чулок, описанной в предыдущей главе – даём слишком большой бонус, фактически ничего не требуя от наших читателей. Так что мы быстро внесли нужные изменения. Начинали мы, предлагая в качестве бонуса перьевую авторучку. Вместо этого мы прислали нашим потенциальным клиентам копии рассказа Ричарда Хардинга Дэвиса «Человек, Который Не Мог Проиграть».

Это оказалось золотой серединой. Подобный ход увеличил количество заказов без соответствующего увеличения при этом количества возвратов. Когда же мы отправляли наше предложение с ручкой-бонусом, один из первых отработанных нами списков принёс нам в восемь раз больше заказов, чем без бонуса, *но при этом не увеличил числа продаж!* К счастью, это был один из первых списков, над которыми мы работали, так что большого ущерба это не принесло.

После нашего обычного письма, благодаря бонусным предложениям мы получили ещё около 300,000 заказов. Затем мы попробовали продавать книги в сочетании с годовой подпиской на «Обзор Обзоров» и продали дополнительно 30,000 комплектов этим способом. Ниже приведено бонусное письмо, адаптированное для продажи в сочетании с «Обзором»:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Примете ли Вы копию рассказа «Человек, Который Не Мог Проиграть» в обмен на маленькую услугу, о которой я хочу Вас попросить?

Услуга небольшая, приятная и легко выполняемая.

Как Вы знаете, психологи выяснили, что большинство из нас используют только десятую часть своих умственных способностей; и лишь случайно появляются Наполеоны политики, бизнеса или финансов, которые, используя в течение короткого времени всю мощь своего ума, поднимаются так высоко над простыми смертными, что ещё очень долго считаются гениями.

Но знаете ли Вы, что внутри ВАС есть такой Гений? Что в Вашем разуме дремлет Джинн, такой могущественный и такой легко управляемый, как легендарный «Джинн-из-Лампы» Аладдина?

Доктор Фрэнк Крэйн называет этого Джинна «Человеком Внутри Вас». Роберт Льюис Стивенсон называл это своими «Интеллектуальными Домовыми», и выражал им благодарность за

все те чудесные вещи, которые он написал. Учёные называют это Вашим вторым, подсознательным умом, и считают, что он в миллион раз эффективнее обычного сознательного ума.

Я собираюсь прислать Вам в течение нескольких дней семь книг, которые расскажут Вам о ряде вещей, необходимых для того, чтобы использовать эту огромную силу, сокрытую внутри Вас. Они короткие; интересные, как сказки «Тысячи и одной ночи»; и что самое лучшее в них – они ПРАВДИВЫ!

И это подводит меня к одолжению, о котором я хочу Вас попросить:

Я бы хотел быть уверенным в наличии спроса на эти книги, прежде чем потрачу много денег на их обычное издание. Поэтому я пишу нескольким представительным мужчинам в различных частях страны и прошу каждого о следующем:

Вы взглянете одним глазком на Предварительное Издание «Секрета Вечности», которое я собираюсь прислать Вам, ПОПРОБУЕТЕ «ДЖИНА-ВАШЕГО-РАЗУМА» и посмотрите, что Он может сделать для ВАС?

Это небольшая услуга, но она очень поможет мне, и, я верю, что это ещё больше поможет ВАМ, ведь почти у каждого мужчины есть некоторые животные амбиции – какие-то мечты, которыми он тешит себя в свободные минуты. Вы можете называть их «Мыльными Пузырями». Но им не нужно быть «Мыльными Пузырями» для Вас. Прочитайте семь книг, которые я отправляю Вам. Если Вы не обнаружите в них способа претворить эти мечты в жизнь, просто скажите мне об этом, и это ничего не будет Вам стоить.

И это не всё!

Эти книги предназначены для амбициозных мужчин и женщин – живых, внимательных, смотрящих вперёд граждан. И таких мужчин и женщин интересует не только финансовый успех. Кроме того, они хотят быть в курсе последних достижений науки, мировых новостей, вещей, о которых говорят образованные люди. Так что я договорился с журналом «Обзор Обзоров» о специальном предложении для тех, кто в числе первых пришлёт прилагаемую ОТКРЫТКУ БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ. Вот это предложение:

50% Скидка!

Отправьте прилагаемую открытку, без денег. Я пришлю Вам с уже оплаченными почтовыми расходами для БЕСПЛАТНОГО изучения красиво перевязанное собрание книг «Секрет

Вечности» и открою для Вас годовую подписку на «Обзор Обзоров».

Если эти книги и журнал понравятся Вам настолько, что Вы захотите оставить их себе, если Вы обнаружите в этих семи книгах путь к горшочку с золотом у основания радуги, Вы можете заплатить – НЕ обычную цену «Обзора Обзоров» в \$4.00, НЕ цену обычного издания «Секрета Вечности», а на 50% меньше этого – всего \$7.85; или \$1 в конце недели, а затем по \$2 в месяц в течение 4-х месяцев.

Вот, что Вы сэкономите, незамедлительно воспользовавшись прилагаемой открыткой.

Я уверен, что «Обзор Обзоров» раз в месяц лучшим образом рассказывает о мировом прогрессе в наиболее интересной и удобочитаемой манере. Он вбирает в себя из огромного числа газет и журналов всё то, что стоит Вашего внимания, и раскрывает для Вас главную суть событий. Он связывает вместе разрозненные новости, показывает Вам их отношение друг к другу, даёт Вам чёткую картину того, что произошло в мире за последние 30 дней. «Секрет Вечности» приносит Вам материальный успех. «Обзор Обзоров» обеспечивает Вас ежедневными знаниями, которые дают социальную стабильность успешному человеку.

Имейте в виду – если по любой причине Вы не найдёте в этих книгах способа, чтобы воплотить Ваши мечты, Вам не нужно оставлять их. Вам не нужно платить за них. Вы можете отправить их обратно за мой счёт и отменить Вашу подписку.

Естественно, я не делаю подобные предложения всем подряд. Также естественно, что Ваш отзыв будет иметь для меня значение, если я получу его СЕЙЧАС – прежде, чем закончится зимний сезон продажи книг; прежде, чем я выпущу большой тираж обычного издания этих книг.

Посему, впишите ли Вы Ваши имя и адрес в открытку СЕГОДНЯ ВЕЧЕРОМ и отправите её?

С другой стороны, лучше отправить её прямо сейчас – пока она у Вас в руках, и у Вас не будет возможности забыть о ней.

Я благодарю Вас за Вашу любезность.

Ваш для взаимного сотрудничества,

P.S. И, независимо от того, оставите Вы «Секрет Вечности» или нет, я хочу, чтобы Вы оставили себе рассказ

«Человек, Который Не Мог Проиграть» в качестве подарка, абсолютно бесплатно, в обмен на Вашу любезность, которую Вы оказываете мне, поделившись своим мнением о Предварительном Издании книг.



The Man Inside YOU

HAVE you ever read the story by Richard Harding Davis of "The Man Who Could Not Lose"?

It tells how one man, faced with the prospect of losing all that he held dear, stumbled by chance upon the secret of his own inner powers, and, without really knowing how he did it, found the "Open System" to Fortune.

There is more to that story than even Davis dreamed. For, all unknowingly, he has shown the one way wherein have found one just to get in touch with the vibrant subconscious—the "Man Inside You" that Dr. King of Vienna claims knows not only everything you have ever learned during your lifetime, but all the wisdom of past ages as well!

Of course, it requires something more than the methods given in Davis' story, but the way to get "The Man Inside You" to work for you is really so simple, so easy, the secret is that more people have not heard of and used it. The few who have learned the secret have been like "The Man Who Could Not Lose." People thought Davis' fortune had rained on their doorstep. They called them lucky. When the whole fact of the matter was known that they had established their contact with the subconscious, they had found the way to make "The Man Inside" work with them and for them.

The Acre of Diamonds

You remember the story of the Persian farmer of olden times, someone showed him a diamond and told him that these valuable stones could be found by merely digging for them. Afto with ambition, the farmer struck out his spade and ransacked the world in search of diamonds. Years later, coming back a richer and a wiser man, he found his treasure depleted, his arms weakened and dead.

Realizing this how foolish he had been, he started to dig up the old ways in order to obtain new ones. But in digging deeply to get out the old ways, what was his disappointment to find that new beneath them were DIAMONDS—scores of diamonds—wealth such as he had been seeking far and far away. And all the time it had been right beneath the surface of his own ground, needing only a little deeper digging, a little extra effort, to reach it!

Most of us are like that Persian farmer. We do not realize each one of us can all the elements for riches within us. You have the power to make it wealth that you will. You don't need outside help in getting it. You don't need "luck." The "Man Inside You" is the strength inherent enough to bring you every good thing of life. All you need is to learn how to get in touch with this—how to use that every day and hour.

Read In The Next Few Pages—

"The most remarkable thing I have ever read. It worked out a difficult problem in which none in DISPERSE was involved."—HARL J. SEARL, President, Northern Color Co., Spokane, Wash.

© 1934, Robert Green

* * * * *

Так весьма хорошо завершилась большая распродажа. После этого мы пробовали несколько писем, и некоторые из них достаточно успешно продавали книги, но ни один из этих вариантов не дал таких результатов, как первый. Вот одно из наиболее успешных предложений:



Мой ДОРОГОЙ СЭР:

Это чудесная вещь – способность денег делать деньги.

Лишь этот маленький, незначительный пенни, инвестированный в день рождения Христа, с полугодовой ставкой в 4%, к сегодняшнему дню принёс бы более чем \$200,000,000,000,000,000,000 – во много раз больше богатств всего мира!

Сейчас уже слишком поздно делать свои вложения тем задним числом, но Вы можете сделать следующую по ценности вещь – Вы можете вложить несколько минут в мудрость, которая была старой уже к рождению Христа, и начать накапливать дивиденды в невероятных объёмах уже сейчас.

Эту древнюю Человеческую Мудрость, открывшую достоверные истины, мы с нашим современным уровнем образования просмотрели или просто забыли. Современные психологи и метафизики «заново открывают» их и кричат о них на весь мир, как о чём-то новом и чудесном.

Они чудесные, но они не новые. Они уже были древними к тому моменту, когда Иисус пришёл в наш мир. Но человечество только сейчас начинает замечать слабые проблески их силы.

Когда профессор Уильям Джеймс из Гарварда рассказал нам, что мы используем только десятую часть собственных способностей – физических и умственных – народ недоверчиво улыбнулся.

Когда судья Троувард сделал это поразительное заявление, что Вселенский Разум или Бог для каждого из нас представляет именно то, что мы ищем в Нём – Бог счастья и изобилия или бедности и страданий – а Эмерсон сформулировал свою теорию о СверхДуше, люди непонимающе покачали головами.

Когда были открыты Церкви, основанные на психотерапии, люди рассмеялись. Но эти церкви росли, и число успешных последователей новой психологии постоянно удваивалось – всё потому, что они показывали реальные результаты!

Когда лекарства не способны помочь, есть ли сила, к которой мы можем воззвать для восстановления нашего здоровья? Когда денег совсем не осталось, а кредиторы загоняют нас настолько, что от них уже не спастись, есть ли сила, которая может открыть скрытые каналы богатств, открыть сокровища, о которых мы даже не мечтали?

Мудрые Люди Востока учат нас, что такие силы есть. Современные психологи заново открывают истины из этих учений. Обычные люди, как Вы и я, *доказывают это*.

Один человек, который начал банкротиться, в последнюю минуту спас свой бизнес. Другому были нужны \$1600.00 к определённом сроку, и он получил \$2000.00. Третий просил о \$500.00, и они пришли к нему практически чудесным образом. И это только три из тысячи подобных случаев. Я мог бы написать о них книгу.

Как они это сделали? Вы когда-нибудь оказывались в ситуации, когда всё кажется безнадежным, но с помощью каких-то сверхчеловеческих усилий Вам удаётся выйти из этого положения целым и невредимым? Вы не останавливались, чтобы продумать верный план действий, не так ли? Подсказка пришла откуда-то извне, и Вы лишь воспользовались ею, и всё!

Этот подсказчик способен помочь в лечении, бизнесе и во внезапных чрезвычайных ситуациях, если только Вы научитесь обращаться к нему.

Это знание, которое оставили для нас Мудрые Люди Востока. Это знание – Секрет Вечности. И это знание, которое станет Вашим – БЕСПЛАТНО – чтобы Вы прочитали и попробовали воспользоваться им без единого цента оплаты или каких-либо обязательств, если Вы отправите прилагаемую открытку немедленно.

«Секрет Вечности» состоит из семи небольших книг, лёгких по весу и лёгких для чтения. Здесь нет никакой мистики и никаких запутанных ритуалов. Даже ребёнок способен понять это знание, и в то же время в нём содержится такая глубокая мудрость, что доктора, министры, банкиры, профессора колледжей перечитывают эти книги десятки раз, и каждый раз находят в них для себя что-то новое.

Вы прочитаете их, если я пришлю Вам их на неделю БЕСПЛАТНО? Затем, если они понравятся Вам так же, как полмиллиона других, если Вы не пожалеете денег, чтобы не расставаться с этими книгами, сколько Вы будете готовы

заплатить за них? \$30? \$50? По таким ценам продается большинство похожих курсов. Но если Вам понравятся эти книги, Вам нужно будет заплатить – НЕ \$30 или \$50, и даже не обычную стоимость в \$15 – специальная цена Привилегированного Издания в обложке из красной кожи для Вас составит ВСЕГО \$7.85 (или \$1 сразу, а затем по \$2 в месяц в течение 4-х месяцев).

«Ваши 7 книг – это ключи, которые открыли для меня двери Дворца Сокровищ», – пишет Мэйкон из Буффало, в то время как «Бизнес-Журнал Нью-Йорка» говорит о них: «Наконец-то появился человек, который дал всему миру практический способ обретения земного счастья».

«Что же мне нужно сделать?» – спросите Вы. Просто впишите Ваши имя и адрес в прилагаемую открытку и опустите её в почтовый ящик. Вам не над чем ломать голову, потому что Вам не нужно отправлять ни пенни или что-то обещать мне, кроме одной вещи: если Вы не увидите в этих книгах того, что каждый вложенный пенни и каждая потраченная Вами минута вернутся к Вам в виде долларов, Вы отправите эти книги обратно.

Это очень просто, не так ли?

Неважно, что мы ГОВОРИМ – просто посмотрите, что *«Секрет Вечности»* СДЕЛАЕТ для Вас. Но, пожалуйста, отправьте открытку прямо сейчас, чтобы получить один из экземпляров Привилегированного Издания по специальной низкой цене.

Искренне Ваш,

* * * * *

Истинная ценность продаж почтой заключается не в первой распродаже, а в успешных последующих. Если вы не можете продать свой второй товар тем людям, кто купил ваш первый товар, значит, что-то не то либо с вашими методами, либо с вашим товаром. Повторение распродажи книг или других товаров похоже на возобновление подписки на журнал. Журнал, на который не захочет продлевать подписку хотя бы половина существующих подписчиков, обречён на провал, и это также касается торговцев, которые не могут продать что-то второй раз большинству из тех, кто однажды уже совершал у них покупку.

К тому времени, как к нашему первому собранию книг начал немного угасать интерес, мы закончили наш второй сборник, который мы назвали «Магнит Жизни». Так что мы были вполне готовы на время забыть о распродаже «Секрета Вечности», заняв себя получением заказов на эти новые книги.

Как и во всех случаях, когда у нас появляется какой-то новый товар, мы испытали полдюжины писем, а затем использовали лучшее из них. Вот три наиболее успешных письма из тех, что мы пробовали:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Верно ли указан Ваш адрес?

Если да, то, пожалуйста, незамедлительно верните прилагаемую открытку, а затем расслабьтесь и наблюдайте за результатами!

В течение нескольких дней я пришлю Вам семь новых книг, опубликованных всего несколько недель назад; книг, которые уже поведали сотням людей секрет, за который люди боролись, бились, умирали с начала времён: *«Как Получить То, Что Вы Хотите!»*

Эти семь книг предоставят в Ваше владение Денежный Магнит – силу, способную притянуть к Вам всё то добро, которое Вы только можете пожелать.

Невозможно? Просто послушайте:

«Всего несколько недель, как я обладаю "Магнитом Жизни", но он уже доказал, что воистину является Денежным Магнитом» – Х. И. Ловетт, Лили Дэйл, Нью-Йорк.

«Магнит Жизни» покажет Вам, **как получить то, что Вы хотите:** как притянуть к себе богатство и силу, подобно тому, как магнит притягивает к себе всё металлическое, находящееся поблизости. Нет ничего такого, что Вы могли бы попросить, и чего он не смог бы дать Вам.

Я обещаю слишком много? Это потому, что я видел этот Магнит в действии – я применил его в своей собственной жизни, я протестировал его и на других. И я скажу Вам снова: **нет ничего такого, что Вы могли бы попросить, и чего он не смог бы дать Вам.** Богатство и почести, здоровье и счастье – Вам нужно лишь зарядить этот великий Магнит своим особенным желанием, намагнитить его так, как показано в этих семи книгах, и результат не заставит себя ждать.

Что Эти Книги Сделают для Вас

Как Вы знаете, учёные говорят нам, что все люди по строению созданы идентичными, и мозг одного человека в точности такой же, как мозг другого. Единственная разница

между неудачником и успешным человеком в том, что мозг успешного человека более развит.

Но вот важное замечание:

Эти учёные говорят нам, что **нет ни одного человека**, который нашёл бы способ использовать больше, чем **десятую часть** великой силы собственного разума. И первостепенная цель «Магнита Жизни» – показать простой язык для управления обширными резервами силы этого Гиганта Внутри Вас; способ **использовать** его для получения всего, что Вы хотите.

В этих книгах нет никаких смутных теорий. Сначала они показывают Вам, что это за гигантская неиспользуемая сила внутри Вас, затем – как добраться до неё, и, наконец, как заставить её работать для Вас каждый день и час.

Прочитайте Книги Без Затрат!

Я настолько уверен в «Магните Жизни», что я пришлю эти семь книг Вам, чтобы Вы читали и изучали их в течение 7-ми дней **БЕСПЛАТНО** – Вам не нужно платить ни единого пенни.

Оставьте книги на целую неделю. Если Вы *думаете*, что они делают то, что я обещаю, пришлите мне всего \$7.85 в качестве полного платежа. (Или \$1 сначала, а затем по \$2 в месяц в течение 4-х месяцев.) В противном случае, просто верните их за мой счёт, и Вы не будете мне ничего должны.

Если Вы решите оставить книги и потратить \$7.85, Вам вернут Ваши деньги в *любое время в течение года*, если Вы не сможете получить с помощью этих книг дополнительно как минимум \$1,000.

Может ли быть что-нибудь честнее этого?

Попробуйте! Вы ничего не теряете. Вам не нужно присылать ни единого пенни или рисковать чем-либо. Всего лишь Ваше имя на прилагаемой открытке принесёт Вам 7 томов «Магнита Жизни» – для чтения в течение недели и **ПРОБЫ!**

Ничего не стоит **ПОПРОБОВАТЬ** их, и, если Вы хотите получить больше денег, достичь настоящего успеха, Вы должны отправить прилагаемую открытку «**БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ**» сегодня!

Ваш для великого успеха,



The Magnet

CAESAR feared this 19-year-old temptress. He refused to see her. So Calpurnia had a portrait of a beautiful girl—*and when the ring was opened, out from its folds she stepped!*

Beauty? The pictures that have come down to us show that Cleopatra had not half the beauty of face or figure of the average American girl.

Position? Caesar was besieging her city, had her practically in his power—and the whole known world lay at his feet.

Yes she so captivated this 50-year-old soldier and man of the world that for eleven years—right up to his death—she held him in thrall. With the world to play with, he chose to remain her willing slave.

And after Caesar's death, when Antony came to take her prisoner to Rome, one glance of her eyes turned the tables and made Antony prisoner to her instead. Even Augustus—the calm, collected, cold Augustus—was afraid to lift his eyes to this fatal siren, for fear of meeting the same fate as his predecessors.

Why? In the slang of today—*"She Had It!"* She had magnetism.

The Secret of Power

Take a piece of iron. Lift it in your hand. It is cold—dead—unable to attract or itself over the weight of a pen.

Put Henry of Prussia in tank and such a piece of iron—magnetized it with the current from a small battery—and lifted 3,000 pounds!

You have a magnetized iron small battery, but the most powerful battery in the world—the battery of your mind. With it you can magnetize yourself to draw to you anything you desire.

Let's repeat prices go to the man or woman who knows this secret of magnetism. As easily as the magnetized piece of iron draws to itself every bit of iron in the room, so does this same force in men or women draw to them the things of the people he wants.

It is the secret of power, the secret of life, the secret of gold.

Yet it is so simple you know the secret. Almost as simple as congratulating a newborn babe. And the secret of it, the quickly learned, easily understood way of it, is in the new—

"THE LIFE MAGNET"

By Robert Collier

Turn to the Next Page and See . . .

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Хотели бы Вы прибавить \$1,000 к Вашей чистой прибыли в течение следующего года?

Неважно, есть ли у Вас собственный бизнес, или Вы работаете на кого-то ещё.

Вам нужно только прочитать семь книг — семь томов «Магнита Жизни» — и я гарантирую, что эти семь книг увеличат Ваши доходы как минимум на \$1,000 в год, в противном случае Вам не нужно будет платить ни пенни.

Это необычно, да! Но эти книги ещё более необычны тем, что подобные жизненно важные, полезные книги никогда раньше не публиковались.

Вы, конечно, слышали о «Секрете Вечности» Роберта Кольера – книге, которая была продана в количестве более 200,000 копий за первые три года.

Теперь, после нескольких лет изучения, после испытания эффекта этих идей тысячами последователей, Роберт Кольер подготовил новый сборник – больше и лучше, более полный и более продвинутый, нежели старый.

Те, кто уже имел счастье ознакомиться с предварительными набросками книги, заявляют, что «Эпоха Чудес» снова с нами, и что человек, который не сможет с помощью этих книг, направляющих его, получить от жизни то, что он хочет, – просто новичок.

Что Эти Книги Сделают для Вас

Как Вы знаете, учёные говорят нам, что все люди по строению созданы идентичными, и мозг одного человека в точности такой же, как мозг другого. Единственная разница между неудачником и успешным человеком в том, что мозг успешного человека более развит.

Но вот важное замечание:

Эти учёные говорят нам, что *нет ни одного человека, который нашёл бы способ использовать больше, чем десятую часть великой силы собственного разума.* И первостепенная цель «Магнита Жизни» – показать простой язык для управления обширными резервами силы этого Гиганта Внутри Вас; способ использовать его для получения всего, что Вы хотите.

В этих книгах нет никаких смутных теорий. Сначала они показывают Вам, что это за гигантская неиспользуемая сила внутри Вас, затем – как добраться до неё, и, наконец, как заставить её работать для Вас каждый день и час.

Прочитайте Книги Без Затрат!

Я настолько уверен в «Магните Жизни», что я пришлю эти семь книг Вам, чтобы Вы читали и изучали их в течение 7-ми дней БЕСПЛАТНО – Вам не нужно платить ни единого пенни.

Оставьте книги на целую неделю. Если Вы думаете, что они делают то, что я обещаю, пришлите мне всего \$7.85 в

качестве полного платежа. (Или \$1 сначала, а затем по \$2 в месяц в течение 4-х месяцев.) В противном случае, просто верните их за мой счёт, и Вы не будете мне ничего должны.

Если Вы решите оставить книги и потратить \$7.85, Вам вернут Ваши деньги **в любое время в течение года**, если Вы не сможете получить с помощью этих книг дополнительно как минимум \$1,000.

Может ли быть что-нибудь честнее этого?

Не судите о книгах по этой цене. Обычная цена будет намного выше после того, как это Предварительное Издание будет распродано. Цена в \$7.85 просто смешна по сравнению с теми богатствами, здоровьем и успехом, которые принесёт Вам этот великий «Магнит Жизни». Я решительно верю, что после того, как Вы прочтёте эти книги, Вы не захотите расстаться с этими 7-ю томами, даже если бы они стоили в десять раз дороже.

Ничего не стоит ПОПРОБОВАТЬ их, и, если Вы хотите получить больше денег, достичь настоящего успеха, Вы должны отправить прилагаемую открытку «БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ» сегодня!

Ваш для великого успеха,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Несмотря на то, что я никогда не встречался с Вами, я буду писать Вам, как если бы Вы были моим личным другом.

Вы можете помочь мне принять очень важное решение, и я уверен, что Вы не будете против, когда я объясню Вам, что я имею в виду. Я бы сделал для Вас то же самое, если бы Вы меня об этом попросили.

Я только что выпустил небольшой тираж Предварительного Издания нового собрания книг – намного больше и намного лучше всего того, что я когда-либо публиковал. Оно называется «Магнит Жизни».

В этих книгах идёт речь о такой же Психологии Успеха, Счастья и Здоровья, как и в «Секрете Вечности», но в этих книгах идеи проработаны намного сильнее, и, что более важно, здесь более ясно показано, как ПРИМЕНЯТЬ эти методы и принципы по отношению к Вашим ежедневным проблемам. Это не чистая теория – эти книги раскроют Вам основные принципы

РЕАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ. Вот, что написал об этих книгах один из первых их покупателей:

«Эти книги – как раз то, чего мне не доставало. Я несколько лет изучал психологию и прошёл два курса обучения, но я научился большему – как минимум добился большего успеха в практическом применении – из ваших книг, чем из этих двух курсов вместе взятых.» – С. С. Шоултер, Питтсбург, Пенсильвания.

Тем временем А. Д. Метвен младший, из Сан-Бенито, Техас, пишет:

«Они фактически настолько ценны, как если бы были сделаны из чистого золота. Каждый раз, как я открываю их, я узнаю что-то новое и хорошее из них».

Сейчас это небольшое предварительное издание практически распродано, и я хочу выяснить: НАСКОЛЬКО БОЛЬШОЙ ТИРАЖ МНЕ НУЖНО ОТПЕЧАТАТЬ ДАЛЬШЕ?

Другими словами, как много наших читателей «Секрета Вечности» хотят углубиться в изучение предмета – хотят узнать больше о ПРИМЕНЕНИИ принципов, описанных в уже имеющихся у них книгах?

И тут Вы можете помочь мне. Вы читали «Секрет Вечности». Теперь я хочу, чтобы вы прочитали – за мой счёт, конечно – новый «Магнит Жизни». Я хочу, чтобы Вы ПОПРОБОВАЛИ применить эти действенные методы к Вашему бизнесу, к Вашей светской жизни, к Вашему здоровью. Я хочу, чтобы Вы протестировали эти знания всеми возможными способами.

Затем отправьте эти книги обратно мне, и в качестве оплаты за Вашу БЕСПЛАТНУЮ ПРОБУ напишите мне вкратце, что Вы думаете о них; насколько велик, по Вашему мнению, будет спрос на них.

Требуется только Ваше согласие ПОПРОБОВАТЬ книги и вернуть их. Никаких затрат – просто дружеская любезность. Если Вам понравятся эти книги настолько, что Вы захотите оставить их, Вы можете заплатить мне – не стоимость обычного издания в переплёте из андалузской кожи в \$15, а всего \$7.85 (или \$1 в течение одной недели, а затем по \$2 в месяц в течение 4-х месяцев) за такое же прекрасное издание в переплёте из красной испанской кожи.

Тираж первого Предварительного Издания был не особо велик, и у меня осталось всего несколько комплектов в этом прелестном переплёте из красной испанской кожи. Я хочу,

чтобы Вы увидели один из этих комплектов, Ваше мнение о которых меня и интересует, поэтому, не отправите ли Вы прилагаемую открытку прямо сейчас?

Я не люблю быть таким настойчивым, но я боюсь, что Вы отложите её до тех пор, пока не станет слишком поздно, поэтому, пожалуйста, напишите свои имя и адрес на ней, пока она находится у Вас в руках, и опустите её в почтовый ящик.

Я сердечно и искренне благодарен Вам за Вашу помощь.

С благодарностью Ваш,

* * * * *

Все три этих письма получили хороший отклик, но, тем не менее, ни одно из них не приблизилось к результатам, полученным письмом-победителем, которое мы и использовали для продажи первого издания «Секрета Вечности» в бумажной обложке покупателям «Книги Жизни». Однако цена была высоковата, поэтому с этим нужно было что-то делать.

Мы успешно продавали «Секрет Вечности» в течение трёх лет, и на этом обычно заканчивается жизнь любого собрания книг, которое было настолько популярным и продавалось в таких больших объёмах. Даже Уэллс не смог достичь хороших результатов после третьего года продаж, пока мы не начали продавать его книгу в однодолларовом издании, тем самым снова оживив продажи. Мы сняли сливки с продаж «Магнита Жизни» за год с небольшим. Затем мы начали смотреть по сторонам в поисках новых миров для завоевания. И, наконец, нашли их в новом уникальном журнале.



Идея журнала основывалась на тестах, которые мы провели над серией уроков, выходящих с интервалом в неделю или месяц. Они были настолько хорошо приняты, что мы решили опробовать их в больших масштабах, превратив их из

обычных уроков в небольшой журнал. В качестве основной темы выступал сам урок, а в дополнении к нему шла парочка рассказов, иллюстрирующих то, что мы пытались показать в уроке. Мы решили назвать этот небольшой журнал «Корпорация “Разум”» (“Mind, Inc.”).

Прежде чем начать, мы запланировали 15 уроков, которые обеспечивали нас основными темами и давали нам достаточно времени, чтобы найти нужный материал для рассказов. Затем мы решили предложить первый урок бесплатно, говоря, что читатель должен либо уведомить нас в течение двух недель, что он не желает быть подписчиком на этот материал, либо прислать нам \$4.85 в качестве полной оплаты за первые двенадцать уроков.

Вот письмо, которое мы использовали, и которое принесло нам очень большой процент заказов:

Вот Новый Способ Получать То, Что Вы Хотите!

Позволите ли Вы мне прислать Вам Абсолютно Бесплатно первый Урок обретения богатства из нового курса «Ключ к Жизни»? Ваш безо всяких затрат; Ваш для использования; *Ваш навечно!*

Обретение богатства заключается не в сбережении денег. Вы знаете это. Благоприятное стечение обстоятельств – тоже не решение. Даже способности не обязательно сделают Вас богатым – очень многие гении умерли от голода.

Тогда в чём же секрет?

Древние египтяне учили, как Вы можете помнить, что понимание идеи чего-то даёт Вам власть над этим, вверяя в Ваши руки Душу этой вещи.

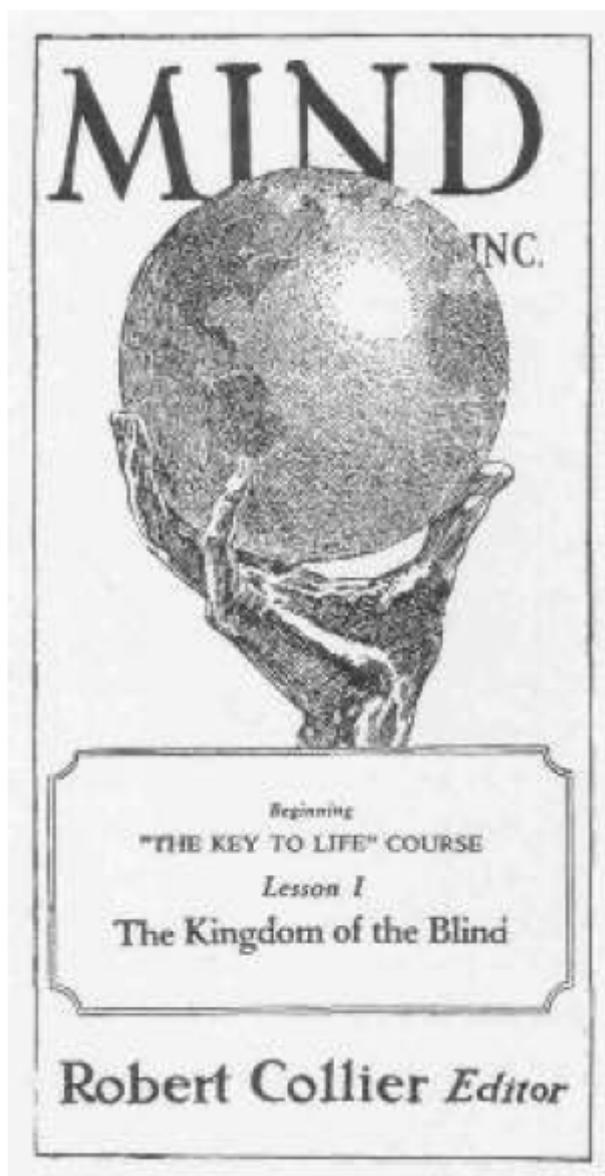
Первые уроки курса «Ключ к Жизни» дадут Вам понимание идеи обретения богатств. Они передадут в Ваши руки Душу этих богатств. Они покажут Вам, как «правильно раскидывать свои сети» и наполнять их до краёв, даже если до этого Вы трудились всю Вашу жизнь, но так ничего и не поймали.

Роджер Бэбсон говорит, что одна из 70-ти возможностей, до сих пор открытых перед американцами, чтобы стать миллионерами, заключается в направлении энергии на молитвы о том, чего Вы хотите в жизни. Эти Уроки покажут Вам не как молиться, а как использовать силу, стоящую за всеми успешными молитвами, чтобы получить то, что Вы хотите.

Я уверен, что эти практические Уроки обеспечат Вас основными методами Получения Того, Что Вы Хотите, поэтому я делаю Вам это необычное предложение:

Просто отправьте прилагаемую открытку, и я пришлю Вам первый Урок нового курса «Ключ к Жизни» Бесплатно и с уже оплаченными почтовыми расходами – *Ваш навечно*.

Прочитайте его, попробуйте его, испытайте его! Если после этого Вы почувствуете, что поистине попали на след тайны Аладдина; если Вы увидите, что этот Урок ведёт Вас напрямую к дополнительным заработкам и дополнительным возможностям, в сотню раз по цене превышающим стоимость Урока, пришлите всего \$4.85 за полный годовой Курс из 12-ти Уроков. В противном случае, оставьте себе первый Урок бесплатно.



Я делаю это предложение только Вам и тем, кто так же, как и Вы, показал свою веру в силу Разума, потому что я чувствую, что всякий, кто сделал один шаг в этом направлении, не будет удовлетворён до тех пор, пока не достигнет своей цели. Он знает, что обладает силой быть

тем, кем пожелает. Он знает, что всё добро доступно ему. Так что он пожелает Попробовать эти Уроки *Практического Использования Этой Силы!*

Распространю ли я это предложение на другие группы людей, будет зависеть полностью от Вашего ответа. Поэтому, отправите ли Вы прилагаемую открытку сегодня, если можете? Лучше прямо Сейчас напишите на ней Ваше имя – прежде, чем Вы по какой-либо причине забудете о ней – и опустите её в почтовый ящик! Почтовая марка уже наклеена.

Благодарю Вас за Вашу любезность.

С благодарностью Ваш,

* * * * *

Конечно, мы не собирались давить на людей, чтобы собрать отказы от подписки или денежные переводы строго к концу второй недели. Вместо этого мы запланировали серию завершающих усилий – каждое в отдельном продающем письме – чтобы набрать достаточно подписчиков. Эти письма будут приведены в следующей главе.

Для большинства наших читателей, как мы думали, первый урок был бы лучшим в качестве рекламы, но для определённых классов людей более поздние уроки обладали большей привлекательностью. Когда мы обнаружили это, мы, конечно же, использовали более сильный урок.

Для руководителей торгово-промышленных фирм, например, наш июльский урок был особенно эффективен из-за одного поразительного рассказа, который в нём содержался. Так что руководителям примерно 10,000 торгово-промышленных фирм мы отправили это письмо:

МОЙ ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

За каким-то из столов в Вашем Банке сидит человек, за которым Вы пристально наблюдаете.

Он подаёт надежды. И Вы надеетесь увидеть, как в скором времени он сможет войти в круг вице-президентов.

В июльском выпуске журнала *КОРПОРАЦИЯ «РАЗУМ»* есть рассказ, который поможет поскорее продвинуть его в этот класс. Он называется «Волшебная История». Я бы хотел прислать Вам бесплатную копию июльского выпуска *КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ»*, чтобы ВЫ могли передать этот журнал тому человеку.

«Этот рассказ стоит для каждого человека как минимум \$25.00», – пишет Генеральный Директор «Прэйтт & Лэмберт Ко.» из Буффало. – «Для многих он стоит целое состояние».

Если Вы отправите почтой прилагаемую открытку, мистер Джонс, или напишете мне пару строк на Вашем фирменном бланке, я пришлю Вам бесплатную копию июльского выпуска к тому моменту, как он выйдет.

Вам не нужно ничего платить, и с Вашей стороны не будет никаких обязательств. Наша единственная цель – доставить этот рассказ в руки людей, которые «поднялись и движутся вперёд», потому что когда они прочтут этот рассказ, то уже не остановятся на достигнутом. Они будут хотеть каждый выпуск *КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ»*.

Поэтому, напишете ли Вы Ваше имя на открытке сейчас и опустите её в почтовый ящик?

Почтовая марка уже наклеена на неё.

С благодарностью Ваш,

* * * * *

Около 10 процентов из списка заказали копии. Мы завершили их проработку, предложив продать им копии для всех сотрудников их организации, и многие сделали заказы в неплохих объёмах. Вот два письма, которые мы использовали:

Джон Джонс, Эск., Президент,
Коммерческий Банк
Монровия, Либерия

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Июльский выпуск журнала *КОРПОРАЦИЯ «РАЗУМ»*, содержащий «Волшебную Историю», был отправлен Вам пару дней назад.

Если Вы нашли время, чтобы прочитать его, я уверен, что у Вас возникла мысль о дюжине людей в Вашей организации (а также о некоторых вне неё), кому нужен всего лишь стимул, который даёт «Волшебная История», чтобы пробудить в них их истинные способности.

Дадите ли Вы им этот стимул, мистер Джонс? Нам неважно, сколько Вы заплатите за это и заплатите ли вообще. *КОРПОРАЦИЯ «РАЗУМ»* стоит 50 центов за копию, но мы предоставим Вам копии по 25 центов за каждую, или позволим Вам назвать собственную цену. Всё, чего мы хотим, так это

чтобы этот рассказ попал в руки тех людей, кто нуждается в нём – И ИСПОЛЬЗУЕТ ЕГО!

Вы пришлёте нам подобный список людей, которых ВЫ знаете? Вы окажете им огромную услугу – на самом деле Вы ДАДИТЕ им гораздо больше, чем если бы выписали каждому чек на \$100.00.

Некоторые из них начнут своё продвижение, как только закончат читать «Волшебную Историю», и это будет ВАША заслуга, Джон Джонс!

Искренне,

* * * * *

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

«Если вы ещё не сделали это», – пишет Том Хэнлон, Коммерческий Директор «Супер Мэйд Кук-Вэйр Корпорэйшн» из Чикаго, своему подразделению из 1,500 торговых агентов, – «отложите сейчас же все ваши дела, и запросите копию июльского выпуска КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ». Я хочу сказать Вам, что когда Вы читаете «Волшебную Историю» в этом выпуске, Вы согласитесь со мною, что для каждого человека она стоит как минимум \$5.00. Вы можете пропустить то, что я считаю одним из величайших рассказов, когда-либо написанных, если не читаете это. Многие смогут начать свой путь к успеху с того самого дня, как прочитают «Волшебную Историю». Прочитайте её однажды, и, я уверен, Вы будете читать её как минимум раз в неделю!»

Это письмо одного из наиболее успешных Коммерческих Директоров в стране к его сотрудникам. Когда такой человек, как он, усиленно продвигает рассказ среди своих торговых агентов, этот рассказ должен обладать необыкновенной ценностью для мотивации сотрудников.

Не поможет ли подобный энтузиазм также и Вашим людям, мистер Джонс? Пришлите нам прямо сейчас список всех тех людей, кому Вы хотите помочь начать новую жизнь, и мы пришлём им этот рассказ в течение суток.

Искренне,

* * * * *

Сентябрьский и октябрьский уроки описывали некоторые идеи, касающиеся искусства исцеления, и мы решили, что это должно заинтересовать каждого врача,

поэтому мы разослали рекламные листовки докторам, остеопатам и хиропрактикам сначала о сентябрьском, а затем и об октябрьском уроках.

Однако в это время у нас не было шансов продать достаточное количество этих уроков, поэтому мы решили, что наши медицинские читатели должны заплатить хоть что-то за то, что они получили; так что мы приложили открытку для монеты с формой для заказа и потребовали заплатить вместе с заказом 25 центов. Это тоже дало хорошие результаты, близкие к тем, как когда мы бесплатно отправляли июльский выпуск. На самом деле, по одному из списков это сработало даже лучше, принеся нам 12 процентов заказов!

И более того, в случае с июльским выпуском мы продавали только дополнительные копии, а с этими двумя мы смогли оформить довольно много новых подписок.

Вот копия октябрьского письма. Сентябрьское было примерно таким же; отличались только заголовки и описание урока.

Дж. Фрэнкл, Эск.,
1329 бульвар Глендэйл,
Лос-Анджелес, Калифорния

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Можем ли мы прислать Вам копию октябрьского выпуска журнала «Корпорация "Разум"», который впервые объясняет два фактора, необходимых для излечения от болезней или инвалидности?

Если Вы когда-либо задумывались, почему некоторые люди могут так легко избавляться от заболеваний, в то время как другие страдают неделями и месяцами; если Вы удивлены теми случаями чудесного исцеления, о которых так часто пишут в ежедневных новостях; если Вы ищете скрытый фактор, необходимый для полного исцеления, тогда отправьте прилагаемую открытку для получения копии октябрьского выпуска «Корпорации "Разум"», дающего рациональное объяснение всему этому.

Речь идёт о Законе, таком же фундаментальном, как всемирный закон Эйнштейна; таком же революционном, каким было открытие циркуляции крови, совершённое Харви. Когда Вы прочтёте его, Вы убедитесь, что это так же важно для излечения болезней, как закон Эйнштейна важен для изучения физики. Он имеет отношение к каждому так называемому «чуду», каждому случаю исцеления. Он покажет, как Вы можете творить чудеса с собственным телом.

Мы даём некоторым из наших старых клиентов шанс прочитать и попробовать это новое открытие – НЕ по обычной цене в 50 центов за копию, а в ПОЛОВИНУ дешевле – всего за 25 центов. ВЫ один из тех, кто может получить копию октябрьского выпуска журнала по этой специальной цене.

Прилагаемая открытка принесёт Вам эту копию по специальной цене, если Вы отправите её немедленно. Перед Вами не стоит никаких обязательств. Важно только, чтобы Вы вложили 25 центов в открытку и отправили её прямо сейчас, прежде чем эти специальные копии будут распроданы.

Искренне Ваш,

* * * * *

Идея продажи отдельных уроков оказалась настолько действенной, что позже мы попробовали запросить за них полную цену, а потом мы предложили комплект из двух уроков за \$1. В первый раз эта идея особенно хорошо подошла к выпуску, вышедшему в следующем июле. Он назывался «Секрет Молодости». И вот письмо, которое мы использовали:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Готовы ли Вы пожертвовать одним долларом ради Секрета Молодости?

Такой секрет есть – можете в этом не сомневаться. Как иначе доктор Кэррел с помощью двух простых процессов сохранял сердце эмбриона цыплёнка не только живым, но энергичным и молодым в течение 18-ти лет!

Секрет заключается НЕ в диете, НЕ в хирургии или обезьяньих железах, НЕ в упражнениях, а в чём-то намного более простом, чем всё это.

Почему животные живут в пять-шесть раз дольше возраста, при котором они достигают собственной зрелости, в то время как мужчины и женщины в среднем живут дольше этого возраста всего в два-три раза? Почему дикие животные сохраняют энергичность и молодой облик на протяжении 5/6 продолжительности их жизни, в то время как мужчины и женщины начинают стареть, едва пройдёт половина их жизни?

Вы можете объяснить? Нет? Тогда сделайте заказ на Секрет Молодости. Он не требует диет, упражнений или каких-либо приспособлений. Более того, если он не оправдает Ваших ожиданий, Вы можете прислать его обратно и получить назад свои деньги!

Учитывая всё это, рискнёте ли Вы одним долларом? Тогда заполните форму на следующей странице или просто оберните долларовую банкноту в это письмо и верните его в прилагаемом конверте.

Если безграничная молодость, здоровье и сила стоят для Вас как минимум доллар, используйте прилагаемый конверт — не на следующей неделе или в следующем месяце, а сейчас, **СЕГОДНЯ!**

Искренне,



Life Is Youth!

WHY do so many women of today live in a state of chronic half-health? Why do we hear thousands complain of nervous lassitude and gloom that takes all pleasure from life? Why does Beauty fade so fast, driving men away to the younger women to obtain the dainty flowerlike complexion that Health alone can bring?

Ignorance of the simplest law of Nature is the answer. Without Health you cannot be strong, nor beautiful, nor successful, and certainly not happy. And without this most important of all of Nature's laws, you cannot be healthy.

In the last analysis, beauty is based upon health and vitality—upon clear, red blood and the normal activity of all glands and organs. The exterior of the body simply expresses the condition of the interior. Beauty is the natural expression of purity and wholesomeness.

Vitality and Success

The man or woman who possesses abundant vitality has the most valuable asset in life. No contacts, no handicap can hold back a true lack.

Most of our great men have been men of unusual physical energy, possessing the most hearty and powerful constitutions. They have developed a virile strength, a youthful force and vitality that have carried them over every obstacle.

On the other hand, thousands of men and women of exceptional ability fail because of the lack of physical power. The pathways of life are strewn with the dejected and defeated who have fallen behind. Real youth means undiminished vitality. It means capacity for endless work. It means undimmed spirits. It means a pleasing, forceful, magnetic personality. It means a clear head and an active mind.

You can be kind, active, youthful at an age when your nature was gray and broken. You can have undimmed vitality, and the clearest vigor and energy you can get with it. You can cheat time of twenty or thirty years, merely by learning Nature's simplest, yet most important law. But simply wishing will not do it—you must act. Send **NOW** for the Secret of Youth!

ROBERT COLLIER, INC.
309 FIFTH AVENUE NEW YORK, N. Y.

* * * * *

Продано! Это сработало настолько хорошо, что мы быстро избавились от 25,000 дополнительных копий выпуска, и заказы на них до сих пор собираются. Конечно, организовывая распродажу, мы не могли отвлекать внимание читателей

тем, что собирались прислать вместе с «Секретом Молодости» дополнительный урок. Но когда мы доставили урок, мы прислали вместе с ним копию другого, который прорабатывал ту же идею, и тем самым оставили читателей даже более удовлетворёнными, потому что они получили больше, чем ожидали. И очень многие из этих читателей оформили подписку ещё и на остальные уроки.

Даже если они не оформляли подписку, мы зарабатывали немного денег на долларовых заказах, так как наши листовки обходились нам от двух с половиной до трёх центов за экземпляр, а в ответ мы получили от 5 до 10 процентов заказов; так что каждые два с половиной - три цента возвращали нам от 5 до 10 центов. Игра стоила свеч. На товарах за \$1 это хорошо работало.

Следом за «Секретом Молодости» шло два урока, рассказывающих о «Потерянном Слове Силы». Они очень подходили под однодолларовую идею, поэтому мы предложили их в паре и быстро продали 15,000 копий. Работу выполнило следующее письмо:

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Что бы Вы отдали, чтобы стать выдающейся личностью в своём окружении, величайшим знатоком своего дела?

Рискнёте ли Вы прочитать закон, настолько важный, что в Библии он описывается как часть работы, которую выполнял Бог в течение трёх из шести дней Создания, и повторяется как минимум шесть раз в каждой главе?

Рискнёте ли Вы временем, чтобы прочитать следующую страницу, которая даёт чёткие и ясные инструкции для достижения успеха? Не двусмысленным, сомнительным языком, а короткими, таинственными словами, которые может понять и затем следовать им даже ребёнок.

Готовы ли Вы настолько рискнуть? Тогда отправьте купон с последней страницы. Он принесёт Вам не только наиболее важный урок, которому может научить жизнь; не только яснейшие инструкции для достижения успеха, **НО И ДОПОЛНИТЕЛЬНО –**

«Потерянное Слово Силы»

С начала времён человечество верило, что есть некая формула, некий талисман, который откроет все двери для его владельца. Эта вера проходит сквозь все легенды и древние предания. Вы встречали это в истории об Аладдине и его лампе, во фразе «Сезам, откройся!» Али-Бабы, в кабале еврейских раввинов, в поэме Лонгфелло «Сандалфон».

Для того чтобы эта вера продолжала существовать много столетий во многих странах, у неё должно было существовать какое-то фактическое основание. И в «Потерянном Слове Силы» Вы найдёте эту истину.

«Слово моё не должно возвращаться ко мне пустотой, – говорится в Библии, – но должно делать совершенным то, на что оно направлено».

«Потерянное Слово Силы» не только доказывает истинность этого утверждения, но также показывает Вам, как точно такой же принцип работает в физике, электромеханике, хирургии – во всей природе! Вы можете ДОКАЗАТЬ это применительно к своей собственной жизни, к своей карьере НЕ в каком-то отдалённом будущем, а ПРЯМО СЕЙЧАС!

Я знаю человека, у которого не было денег, не было достаточно еды, чтобы прокормить жену и троих детей, когда текст этого закона принесли к нему домой; и с помощью этого закона он обрёл успех! Я назову Вам его имя и расскажу о его опыте в «Потерянном Слове Силы».

Я знаю и других, кто обрёл с этим законом славу, удачу, почести, счастье. Я также расскажу некоторые из их историй и скажу, кто они.

Что ВЫ готовы отдать за силу и успех, который обрели они? Рискнёте ли Вы ради этого одним долларом, который Вы сможете получить обратно, если этот талисман не сработает для Вас?

Если Вы готовы, тогда отправьте по почте купон со следующей страницы. С ясным пониманием того, что Ваш доллар вернётся к Вам, если по любой причине Слово Силы у Вас не заработает.

Искренне,

* * * * *

Следующие два урока также очень хорошо шли в паре, поэтому мы протестировали их в виде однодолларового предложения. С одним лишь письмом в комплекте их привлекательность оказалась разочаровывающе мала. Но мы добавили небольшой буклет, и результаты увеличились в два с половиной раза!

Это был один из нескольких случаев, когда письмо в одиночку не смогло обеспечить основную массу заказов. Обычно хорошее продающее письмо без листовки приносит примерно 75 процентов от всех заказов, как если бы оно шло в комплекте с самой лучшей описательной листовкой. Но случается, что листовка

оказывается главной привлекательной силой. И это был один из тех редких случаев. Вот письмо:

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Что бы Вы отдали, чтобы избавиться от всех долгов и обязательств?

Чего бы стоило для Вас сбросить оковы, сдерживающие Вас, и встретить мир свободным, подобно бабочке, только что избавившейся от своего кокона?

Вы бы пожертвовали ради этого одним долларом?

Это можно сделать – не сомневайтесь. На самом деле так устроена вся Природа. Только человек цепляется за свои проблемы и плодит их всё в больших и больших количествах. Только человек холит и лелеет свои цепи и, таким образом, связывает себя ими всё сильнее и сильнее.

Уже было доказано временем, что для человека также естественно избавиться от неправильных условий жизни и начать всё заново, как для омара избавиться от сломанной клешни или змее от кожи. И это можно сделать, не навредив никому. На самом деле, Библия во многих своих строках закликает нас делать эту замечательную вещь!

Как же это можно сделать? Как змея избавляется от старой кожи? Сначала она формирует новую кожу под старой, а затем расстаётся со старой, не так ли? Как омар получает новую клешню, а ребёнок выращивает новый зуб? Зарождая новые жизненные условия под оболочкой старых, Вы ждёте, пока они достаточно окрепнут, а затем *расстаётесь со старыми!*

Внешняя оболочка всегда мертва. Только под ней, где формируется новое состояние, и есть жизнь. Нынешние обстоятельства или условия Вашей жизни не имеют значения. В них нет жизни. *Важно только то, что формируется под ними!*

Что начинает принимать очертания под оболочкой ВАШИХ нынешних обстоятельств? Вы по-прежнему лелеете всё те же старые долги, недостатки и несчастья, воспроизводя их снова и снова? Или Вы выращиваете набор новых условий, условий богатства, счастья и успеха, готовых отделить старую оболочку и избавиться от неё при первой возможности?

Вы можете избавиться от старых и вырастить новые, идеальные условия, и Вы можете сделать это прямо сейчас. Вам не нужно ждать, пока кто-то умрёт и оставит Вам

миллион. Вам не нужно зависеть от чьей-либо помощи извне. Сила – в Вас, как и в любой форме жизни. Её нужно использовать – вот и всё.

И способ её использования – простой, легко понимаемый метод получения желаемого и избавления от неправильных условий жизни – будет рассказан Вам в двух следующих уроках Корпорации «Разум».

Сделайте на них заказ. Купон на последней странице доставит их Вам – предмет для 60-дневного ИЗУЧЕНИЯ и ПРОБЫ. К концу этого времени (или раньше), если они не сделают для Вас всего, что Вы от них хотите; если по любой причине Вы окажетесь не удовлетворены, отправьте их обратно, и Ваш доллар вернётся к Вам незамедлительно.

\$1, чтобы осуществить Ваши заветные мечты! \$1, чтобы избавить Вас от старой оболочки из долгов и недостатков! Вы готовы пожертвовать этим? Тогда прикрепите доллар к купону на следующей странице, и отправьте его в прилагаемом конверте. Вы получите его назад, если по любой причине вернёте эти два урока.

Искренне,

* * * * *

Настолько далеко мы зашли с этой идеей. Я верю, что, правильно подбирая уроки для нашего дела, мы можем создавать товар для однодолларовых заказов бесконечно, а, изменяя их направленность, можно постоянно поддерживать связь со всем списком рассылки.

«Секрет Молодости», например, привлекал один тип читателей. «Потерянное Слово» – совершенно другой. Третье письмо оказывалось привлекательным для абсолютно иного класса людей. Это сохраняет жизнеспособность как списков рассылки, так и нас самих, потому как пока нам приходится шевелить извилинами и придумывать абсолютно новые призывы к людям каждую пару месяцев, нам не грозит быть обвинёнными в столь непростительном грехе застоя – *стоянии на месте!*

Глава 21

НАСКОЛЬКО ВАМ МОЖНО ПРИБЛИЖАТЬСЯ, ПРЕСЛЕДУЯ КЛИЕНТА?

КОГДА человек проявил интерес к вещи, которую вы продаёте, насколько часто вам нужно напоминать о себе, чтобы он купил её?

Это очень серьёзный вопрос, касающийся доведения начатого до конца. С этой проблемой приходится сталкиваться каждому бизнесмену, независимо от того, продаёт ли он товары почтой, через личных торговых агентов или без посредников. И на этот вопрос нет стандартного ответа.

На нашем собственном опыте мы выяснили, что когда о вашем товаре начинают наводить справки, или появляется какое-то иное подтверждение существования активного интереса, необходимо довести эту потенциальную сделку до конца, пока интерес ещё не угас. Серия повторных рекламных писем должна отправляться к клиенту с надлежащим интервалом до тех пор, пока вы не получите его заказ или придёте к заключению, что с ним больше невыгодно работать.

Что же это за «надлежащий интервал»? Я обнаружил, что интервал в десять дней является наиболее эффективным. Если интервалы будут меньше, письма окажутся практически сваленными в одну большую кучу. Если интервалы будут больше, то у клиента будет слишком много времени, чтобы охладеть. Многократные тесты показали, что вы потеряете большой процент заказов, если их поддержка будет слишком медленной; и вы потеряете достаточно, но не настолько много, если будете слишком настойчивы. Временной период между почтовыми отправлениями, благодаря которому мы получали наибольшее количество заказов и наиболее удовлетворительные результаты по всем остальным пунктам, исчисляется десятью днями.

Именно так мы дорабатывали заказы на *Корпорацию «Разум»*, о чём упоминалось в прошлой главе. Чувствуя, что поступающие заказы оказываются больше проявлением интереса, нежели реальными заказами, мы продолжали прорабатывать их, чтобы, в конце концов, продать и этим людям. Вот наиболее успешные из тех писем, с помощью которых мы делали это:

ДОРОГОЙ ПОДПИСЧИК:

**Хотели бы Вы увидеть, как \$4.85 вырастут
до \$9.70 к следующему июлю?**

Позвольте мне объяснить, как это будет:

Я прилагаю к этому письму наш чек на \$9.70, выписанный на Ваше имя. Единственное, чего ему не хватает, это нашей подписи. И в следующем июле Вы можете получить нашу

недостающую подпись на этом чеке, чтобы превратить его в \$9.70 наличными!

Как? Отправив мне СЕЙЧАС чек или денежный перевод на \$4.85 в качестве оплаты годового Курса Уроков Корпорации «Разум».

Прочитайте эти уроки. Изучите их. ИСПОЛЬЗУЙТЕ их! Если к концу года Вы не заметите, что благодаря этим урокам получили во много раз больше, чем \$4.85, просто отправьте мне прилагаемый чек, и я верну Вам Ваши \$4.85 и ещё \$4.85 сверх этого!

Как видите, мне известны феноменальные результаты, которых уже добились многие другие, благодаря этим урокам. Поэтому я собираюсь рискнуть и ЗАПЛАТИТЬ Вам \$4.85 только за то, чтобы Вы приняли эти двенадцать Уроков. Если Вы думаете, что я слишком рискую, прочитайте это:

«Я отправляю Корпорации «Разум» мой чек на \$25.00 для тех, кто готов к их посланию. Благодаря тому, чего я уже достиг, я чувствую, что открыл совершенно новый мир. Мою благодарность невозможно выразить словами» – Е. Х. Сэнгер, Калифорния.

И это лишь одно из сотен писем подобного содержания, которые мы получаем каждый день. Вы удивлены, что я даю Вам такую ГАРАНТИЮ, обещая не только вернуть Ваши \$4.85, но и прибавить к ним \$4.85? Вы не можете проиграть. И Вы МОЖЕТЕ заработать – не просто удвоить Ваши деньги, а получить средства, которые принесут Вам несказанное счастье и успех во всём остальном.

Чтобы заработать всё это, готовы ли Вы вложить сейчас \$4.85 с гарантией, что Вы как минимум сможете получить \$9.70 с помощью прилагаемого чека в следующем июле?

Искренне Ваш,

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Крайне редко появляется такая необыкновенная возможность, что даже если Вы пропустите несколько приёмов пищи ради получения её преимуществ, это окупится сполна.

Сейчас Вам выпал такой шанс.

Вы знаете, как ценятся «Первые Издания» популярных книг. И Вы знаете, что практически невозможно достать хотя бы один их экземпляр, как только запасы издателя истощаются.

Мы напечатали ограниченное «Первое Издание» того, что считаем нашей лучшей работой – книги «Магнит Жизни». Мы выпустили это издание в особенном красивом переплёте в пяти томах. Большая часть этого тиража уже распродана по цене в \$5.85 или ещё дороже. Мы хранили несколько сотен комплектов с особой целью. Теперь, после постоянных и настойчивых убеждений нашего менеджера в Камдене, мы решили избавиться от них.

Но это не всё!

Поскольку эти комплекты были списаны для особого использования, мы собираемся не просто *избавиться* от них, А ПРАКТИЧЕСКИ ОТДАТЬ ИХ ЗА БЕСЦЕНОК!

Если Вы отправите СЕЙЧАС \$4.85 в качестве оплаты за журнал *Корпорация «Разум»*, за двенадцать Уроков Курса «Ключ к Жизни», МЫ ПРИШЛЁМ ВАМ ОДНО ИЗ ЭТИХ «ПЕРВЫХ ИЗДАНИЙ» МАГНИТА ЖИЗНИ в пяти красивых томах ВСЕГО ЗА \$1.

Этот доллар покроет стоимость доставки пяти книг вместе с канцелярскими и накладными расходами, связанными с нею. Книги же, на самом деле, будут нашим подарком Вам.

Этих пятитомных «Первых Изданий» осталось очень мало, и больше не будет напечатано ни одного экземпляра. Наше следующее издание этих книг мы планируем ужать до двух или трёх томов, и будем предлагать его всем читателям тех 2,500,000 экземпляров *Секрета Вечности*, которые мы продали за последние три года.

«Ни одно из доказательств того, что Магнит Жизни работает, не будет преувеличением, – пишет Б. Е. Пэттен из Пэттен Продактс Ко., Луисвилль, Кентукки. – Он бесценен для каждого, кто прочтёт и станет использовать те богатства, которые с такой лёгкостью откроются перед ним».

На обратной стороне этого письма в углу есть Купон. Если Вы отправите его прямо сейчас, он принесёт Вам одно из этих «Первых Изданий» в пяти красивых книгах. Если будет уже слишком поздно, мы вернём Ваш Купон и полностью возместим Ваш денежный перевод.

Это один из тех случаев, когда Вам нужно быть быстрым, чтобы оказаться удачливым!

Искренне,

* * * * *

Предсказание Вашей Судьбы – БЕСПЛАТНО!

Рассказ о Прошлом и Предсказание Будущего!

Ваше Прошлое :

Вы хотите знать, почему не так уж многого достигли?

Ответ прост. Всё потому, что Вы слишком сильно полагаетесь на Ваши руки и собственные способности, что и мешает Вам двигаться вперёд.

Это всё равно, что если бы насыщение дерева влагой зависело только от способности его корней поднимать воду по стволу. Корни могут доставлять воду только на ограниченную высоту. Требуется «рывок», вызываемый испарением влаги в *листьях*, чтобы доставить воду к самой верхушке высокого дерева.

Зависимость от одних лишь корней привела бы к появлению целого леса низкорослых деревьев. Зависимость полностью от *Ваших* корней (Ваших рук и способностей) не позволяет достичь больших успехов, которые были Вам предназначены.

Ваше Будущее :

Что же Вам тогда делать? Ждать какой-то внешней силы или какого-то большого человека, которые помогли бы Вам?

Нет, конечно! «Рывок», который доставляет воду на сотню или больше футов к верхушке высокого дерева, позволяя последнему накрывать своей тенью целый лес, рождается благодаря силе, присущей самому дереву.

Есть определённая точка, ниже которой не может начаться этот рывок. И есть определённая точка, выше которой корни не могут доставить воду. Эти две точки должны пересечься, иначе вода никогда не достигнет верхушки.

Эти точки для Вас ранее не пересекались, по этой причине Вы и не достигли высоты, к которой стремились. Вы работали только лишь с давлением корней. Вам нужно научиться. Во-первых, тому, как прилагать больше давления с помощью Ваших корней. И, во-вторых, что более важно – как активировать механизм «рывка» листьев, движущий Вас от той точки, где заканчивается давление корней.

Когда Вы сделаете это, Ваше красивое, нарядное дерево будет возвышаться над всем лесом.

И научат Вас этому Уроки курса «Ключ к Жизни» в Корпорации «Разум».

Настоящее :

С каждой минутой промедления Вы задерживаете свой рост и развитие, не позволяя возникать новым побегам и избегая солнечного света, который позволил бы им стать величественными деревьями.

Если у Вас есть всего 5 долларов, Вы не сможете инвестировать их с большей выгодой, чем заплатив \$4.85 за этот Курс. Мы можем с полной уверенностью заявить, что пока Вы не изучите принципы, описанные в уроках этого курса, Вы никогда не достигнете успеха, предназначавшегося Вам; Вы никогда сможете выделиться из общей массы людей. И нигде больше Вы не найдёте этих принципов, настолько понятно описанных.

Искренне,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Какой извечный вопрос встаёт перед Вами и любым нормальным человеком каждое утро?

«Как мне улучшить своё положение?» С этим жизненным вопросом Вы постоянно сталкиваетесь, и он будет преследовать Вас каждый день, пока Вы не решите его.

И есть только одно место, где Вы можете решить его. В своём собственном Разуме. Возможности, прогресс и намерения, которые движут ими – всё это начинается в Вашем собственном Разуме.

Именно поэтому следующие три Урока Курса «Ключ к Жизни» сначала расскажут Вам о Трёх Законах Жизни, а затем покажут Вам, как использовать Ваш Разум, чтобы успешно работать с этими Законами.

Как Вы знаете, предполагается, что 60% сил, способных привести нас к успеху или неудачам, находятся вне нашего тела. Но с этими силами можно работать, они могут выполнять работу ДЛЯ Вас, они могут быть приручены, как и другие силы Природы. И главная цель Корпорации «Разум» – показать Вам, как это делается.

«Так что же мне делать сейчас?» – спросите Вы. Просто отправьте прилагаемый конверт вместе с Вашим чеком или денежным переводом. Следующий Урок, рассказывающий о Трёх Законах Жизни, придёт к Вам незамедлительно и покажет – ЧТО делать и КАК это делать.

Запомните следующее: сегодня Ваши деньги сделают для Вас больше, чем завтра. Чем быстрее Вы получите этот урок, тем быстрее Вы начнёте путь к Вашему успеху. Промедление не платит дивидендов.

Поэтому сядьте СЕЙЧАС, выпишите Ваш чек и отправьте его в прилагаемом конверте.

Ваши для Успеха В ЭТОМ ГОДУ, а не через 10 лет,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОДПИСЧИК:

Лучший Курс Успеха, который мы когда-либо видели, состоит из двух слов. Это два небольших слова, но они требуют много действия. Эти слова – «Будьте Таким!»

Ведь Успех заключается не в его достижении, а в том, чтобы БЫТЬ успешным; не в обучении, а в ДЕЙСТВИИ. Много лет требуется, чтобы стать врачом, адвокатом или первоклассным механиком, но Вы можете начать БЫТЬ успешным с того самого момента, как примете решение БЫТЬ таким.

Прямо сейчас у Вас есть всё необходимое, чтобы БЫТЬ успешным в каком-то виде работы. Образование? Несколько лет назад Рассел Конуэлл просмотрел информацию о 4,043-х американцах, заработавших пять и более миллионов, и обнаружил, что только 67 из них окончили среднюю школу! Деньги? Среди всех молодых людей, кто начал свою жизнь с большим состоянием, Конуэлл обнаружил только одного,

достигшего успеха в 17 лет! Большие люди, успешные люди по большому счёту были бедными и необразованными людьми.

Так в чём же ответ?

В каждом человеке есть качества, необходимые для успеха в жизни. Всё, что необходимо человеку, так это ИСПОЛЬЗОВАТЬ эти врождённые дары, и СПОСОБ их использования, которому очень легко следовать, описывается в Уроках Курса «Ключ к Жизни», которые издаются в *КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ»*.

Всё в Природе излучает (использует) то, чем обладает, и от этого оно РАСТЁТ! Взгляните на все те чудеса роста, которые описаны в Библии, и Вы увидите, что все они начинались НЕ из ничего, а с ИСПОЛЬЗОВАНИЯ того, что было. Неиссякаемые источники, земные блага, таланты – всё преумножается, когда ИСПОЛЬЗУЕТСЯ. И Вы помните, что произошло с человеком, который закопал свой талант.

Подобное происходит каждый день с людьми, которые из-за своих заблуждений или чрезмерной осмотрительности закапывают свои таланты сейчас. Они погрязают во тьме нищеты, рыданий и бесполезного ворчания.

У Вас ЕСТЬ талант. Вы можете научиться использовать его, и *КОРПОРАЦИЯ «РАЗУМ»* покажет Вам, как это делается.

Используете ли Вы прилагаемый конверт и РАСКРОЕТЕ Ваш талант, чтобы увидеть, как он растёт и преумножается? Или Вы выбросите его в ближайшую мусорную корзину?

Ваши для РОСТА,

* * * * *

Вы Одолжите Мне \$2 На Несколько Дней?

Вы когда-нибудь сажали у себя в саду луковицу, а затем выкапывали её через несколько дней? Если Вы делали это, то Вы знаете, что первое действие зерна – выпустить побег, используя скрытую в себе энергию для дальнейшего роста. Пока оно не использует всю свою энергию, его корни не разовьются и не смогут тянуть питательные вещества из почвы.

Вы посадите зерно богатств, когда отправите заказ на первый Урок из Курса «Ключ к Жизни», выходящего в журнале

Корпорация «Разум». Это зерно пустит свои ростки, когда принесёт Вам первый Урок бесплатно.

Прежде чем оно вырастет большим и принесёт плоды, у него должны появиться корни. Вы одолжите мне \$2, которых будет достаточно, чтобы дать Вашему зерну необходимые корни?

Эти \$2 принесут Вам: во-первых, «Три Закона Жизни», которые покажут Вам, почему Удача сопутствует лишь некоторым, а многих обходит стороной. Во-вторых, «Открытую Дверь», которая расскажет Вам о способах достижения богатств и успеха. В-третьих, «Душу Богатств», которая содержит проверенный способ увеличения богатств. В-четвёртых, «Закон Высшего Потенциала», который укажет Вам путь избавления от долгов или болезней.

Вместе с Уроком под названием «Открытая Дверь» идёт рассказ, который сам по себе стоит все \$2. Он называется «Волшебная История». 100,000 его копий было продано в книжном варианте по \$2.

«Этот рассказ стоит для каждого человека как минимум \$25.00, – пишет Генеральный Директор «Прэтт & Лэмберт Ко.» из Буффало. – Для некоторых он стоит целое состояние!».

Зерно ВАШЕЙ удачи посажено. Оно даёт побег, который может вырасти могучим деревом и принести Вам золотые плоды. Но ему нужно питание. Прилагаемый конверт – это его корень, тянущийся за питанием. Вы рискнёте ради него двумя долларами? Тогда вложите их в это письмо и отправьте его в прилагаемом конверте. Вы можете получить их обратно в любое время, если вернёте Уроки.

Искренне,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Когда Вы были юны, Вы подкрадывались к какой-нибудь бездомной собаке (или соседской кошке) и внезапно набрасывали на её шею Ваше верное лассо, сделанное из бельевой верёвки Вашей матери?

Помните, как бедное животное извивалось и пыталось освободиться с помощью своих лап, и как иногда особо

активным удавалось выбраться из ловушки? Но если использовались две верёвки – Ваша и одного из Ваших друзей – даже самые энергичные усилия не позволяли Вашей жертве одержать победу. Вы обретали власть над животным раз и навсегда.

По сути, то же самое Вы делаете, когда используете свои умственные силы, чтобы получить что-то, чего Вы очень хотите. Неважно, насколько серьёзны Ваши желания или молитвы, вещи порою не даются Вам, когда Вы пытаетесь взять их в одиночку. Но найдите кого-то, кто также набросит своё лассо подсознания на эту вещь, и не будет ничего, что Вы не смогли бы заполучить в своё владение.

«И снова я скажу вам, – говорил нам Иисус, – что если двое из вас на земле придут к согласию, всё, о чём они попросят, сделает для них Отец мой, сущий на Небесах».

Старая, ясная истина. Она была известна людям на протяжении тысяч лет. За 2,000 лет до Христа, она была написана в индийских Ведах: «Если любые два человека объединят свои духовные силы, они смогут править миром, даже если по одиночке они не могли ничего».

Почему же люди больше не следуют этой истине? В основном потому, что лишь немногим известно, как «объединить их духовные силы». Но когда это происходит, как это было с группой в Филадельфии, о чём говорится в прилагаемой листовке, результатом всегда будет успех.

В 9-м и 10-м Уроках Курса «Ключ к Жизни» *КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ»* Вы найдёте простые и ясные инструкции, как «объединять Ваши духовные силы» с друзьями или любимыми людьми, чтобы получить то, что Вы хотите.

Эти два Урока покажут Вам, как получать желаемое, но Вы сможете делать это с меньшими усилиями, если подкрепите эти знания основами, рассказанными в предыдущих восьми и в следующих двух уроках.

Чтобы облегчить Ваш труд и обеспечить Вас помощниками, которые смогут работать вместе с Вами для достижения любых целей, мы прилагаем три бланка почтовых заказов для Ваших друзей.

За каждый из этих заказов с приложенным платежом в \$1, мы будем оплачивать \$1.50 Вашей собственной подписки. Если все три заказа будут отправлены, мы поощрим это полной оплатой в \$4.85, предоставив Вам 12 Уроков Курса «Ключ к Жизни» *КОРПОРАЦИИ «РАЗУМ»* бесплатно.

Вы впишите Ваше имя в эти три бланка в строку «Рекомендовано _____», а затем отдадите их трём Вашим друзьям, с которыми бы Вы хотели работать, дав им сначала прочитать прилагаемую листовку?

Ваши для взаимной помощи,



* * * * *

Вы Пожертвуете Одним Долларом Ради Этого?

Если Вы когда-нибудь выкапывали семя, посаженного всего несколько дней назад, то Вы знаете, что первое действие зерна — выпустить побег, используя скрытую в себе энергию для дальнейшего роста. Пока оно не использует всю свою энергию, его корни не разовьются и не смогут тянуть питательные вещества из почвы.

Вы посадите зерно богатств, когда отправите заказ на первый Урок из Курса «Ключ к Жизни», выходящего в журнале

Корпорация «Разум». Это зерно пустит ростки, когда принесёт Вам первый Урок бесплатно.

Прежде чем оно вырастет большим и принесёт плоды, у него должны появиться корни. Вы пожертвуете одним долларом, чтобы обеспечить будущему растению необходимое питание?

\$1 принесёт Вам:

Во-первых, «Три Закона Жизни», которые покажут Вам, почему Удача сопутствует лишь некоторым, а многих обходит стороной; как использовать эти три закона, чтобы притянуть к себе то, что Вы хотите.

Во-вторых, «Открытую Дверь», которая расскажет Вам о способах достижения богатств и успеха.

Вместе с Уроком под названием «Открытая Дверь» идёт рассказ, который сам по себе стоит Вашего доллара. Он называется «Волшебная История». 100,000 его копий было продано в книжном варианте по \$2.

«Этот рассказ стоит для каждого человека как минимум \$25.00, – пишет Генеральный Директор «Прэтт & Лэмберт Ко.» из Буффало. – Для некоторых он стоит целое состояние!».

Зерно ВАШЕЙ удачи посажено. Оно даёт побег, который может вырасти могучим деревом и принести Вам золотые плоды. Но ему нужно питание. Прилагаемый конверт – это его корень, тянущийся за питанием. Вы рискнёте ради него одним долларом? Тогда вложите доллар в это письмо и отправьте его в прилагаемом конверте. Марка уже наклеена!

Искренне,

* * * * *

ДОБРОЕ УТРО, СЭР:

Помните, как Вы привыкли переделывать массу работы день за днём, месяц за месяцем, переполняемые энтузиазмом, без малейшего намёка на усталость или нервное перенапряжение? Помните, как Вы привыкли наслаждаться вечерами, когда Вы чувствовали себя настолько свежим, будто тяжёлого рабочего дня и не бывало?

Нет сомнений, что Вы часто удивляетесь, почему Вы не можете работать и наслаждаться подобным образом сейчас, но утешаете себя избитым заблуждением: *«Когда человек взрослеет, он не должен ожидать, что жизнь будет доставлять ему такое же удовольствие, как в юности».*

Плохая и неактуальная мысль!

Молодость не зависит от возраста. Это состояние бытия. Вы можете быть настолько же проворным, настолько же активным, настолько же беззаботным сейчас, как и десять или двадцать лет назад.

По всему миру больные, слабые и безжизненные мужчины и женщины ищут здоровья и силы. Сотнями и тысячами они влачат свои усталые и больные кости или чахнут от болезней на своих кроватях в ожидании кого-то, кто принесёт им здоровье в бутылке с чудодейственным средством.

Но в действительности долговечное здоровье так и не было найдено ни в упаковках таблеток, ни в медицинских пузырьках. Есть только один способ поддерживать здоровье и молодость. Есть только один способ вернуть их, если Вы их потеряли.

Этот способ подробно описан в сентябрьском и октябрьском выпусках *Корпорации «Разум»*, содержащих 5-й и 6-й Уроки Курса *«Ключ к Жизни»*.

Если Вы утратили цвет молодости, если болезнь или слабость сковывают Вас, сделайте заказ *на эти два Урока*. Если Вас когда-либо интересовало, что лежит в основе тех чудес, о которых Вы так часто читаете в газетах; если Вы ищете скрытый фактор, с помощью которого можно вылечить ВСЕ болезни, сделайте заказ *на эти Уроки*. Они настолько фундаментальны, как Вселенский Закон Эйнштейна; настолько революционные, как открытие Харви циркуляции крови.

И когда Вы прочитаете их, Вы скажете, что они также важны для практики исцеления, как закон Эйнштейна для физики. Они объясняют все так называемые чудеса, каждый случай исцеления. Они покажут Вам, как Вы можете творить чудеса с ВАШИМ телом.

Один доллар, приложенный к этому письму и отправленный в прилагаемом конверте, принесёт Вам эти два Урока. Вы можете получить этот доллар обратно в любое время, если вернёте эти Уроки нам.

§1 за Секрет Здоровья и Силы! Правильнее было бы спросить не «Вы пожертвуете этим?», а «МОЖЕТЕ ЛИ ВЫ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ НЕ ПОПРОБОВАТЬ ЭТО?»

Искренне Ваши,

* * * * *

Как долго мы продолжали прорабатывать этих клиентов? До тех пор, пока письма не приносили нам достаточного объёма заказов. Продолжительность дополнительной рассылки менялась в зависимости от предложений. Иногда четыре или пять писем просеивали все прибыльные заказы. Иногда для этого требовалось десять или пятнадцать писем.

В нашем случае мы использовали от восьми до десяти писем, отсылаемых с интервалом в десять дней. Затем, когда отклик начинал идти на спад, мы позволяли людям отдохнуть в течение месяца или двух, отправляя им только специальные предложения типа «Секрета Молодости», «Потерянного Слова» и т.д. Позволив им полностью отдохнуть в перерывах между рассылками, мы смогли получить такой же хороший отклик на наши специальные предложения, как и на повторные рекламные письма.

Тех, кто оформил полную подписку, мы, конечно, убрали из списка и поместили в список обычной рассылки. Когда их подписка закончилась, они получили полдюжины повторных рекламных писем, пока и те, в свою очередь, не прекратили приносить прибыль. Затем этих подписчиков тоже отставили в сторону для рассылки только специальных листовок, и после небольшого отдыха они показали себя одним из наиболее прибыльных списков для других предложений. Вот четыре наиболее эффективных повторных рекламных письма, которые мы использовали для этих подписчиков:

ДОРОГОЙ ПОКУПАТЕЛЬ:

Можем ли мы прислать Вам с нашими наилучшими пожеланиями и автографом сборник «Секрет Вечности» в семи искусно переплетённых томах – обычное издание стоимостью \$7.85?

Мы планируем выпустить менее дорогую редакцию в сжатой форме, но перед тем, как издать её, мы хотим очистить наши полки от этих прекрасных книг, и мы не смогли придумать более быстрого и надёжного способа сделать это, как подписать одно из этих изданий и прислать его Вам в знак благодарности за проявленный интерес к Урокам *Корпорации «Разум»*.

Поэтому мы делаем это предложение Вам и всем тем, кто заказал себе копии журнала *Корпорация «Разум»*, пока у нас на руках есть комплекты книг *«Секрет Вечности»*.

Пришлите прилагаемый Сертификат Резервирования для получения двенадцати уроков *Корпорации «Разум»*, и мы немедленно отправим Вам собрание книг *«Секрет Вечности»* с автографом – издание стоимостью \$7.85, которое было продано в количестве более 300,000 экземпляров.

«Секрет Вечности» откроет Вам секрет успеха, богатства и счастья. 12 Уроков *Корпорации «Разум»* покажут Вам, как ПРИМЕНЯТЬ этот секрет для получения всего, что Вы только можете пожелать.

Каждый, кто прочитал хотя бы несколько из этих Уроков, будет делать всё возможное, чтобы получить желаемые награды, которые наконец-то становятся доступными.

Отправляя прилагаемый Сертификат сейчас, Вы не только обеспечите себя этими наградами, но также получите без единого цента доплаты копию *«Секрета Вечности»* с автографом – подарок стоимостью \$7.85.

Вы отправите Ваш Сертификат Резервирования сейчас, СЕГОДНЯ?

Искренне Ваши,

P.S. Если Вы не можете сейчас принять преимущества этого предложения, будете ли Вы так добры сообщить нам об этом с помощью Сертификата Резервирования, чтобы мы могли сделать подобное предложение другому заинтересованному читателю *Корпорации «Разум»*?

* * * * *

Мистер Джон Бланк,
Бланквилль,
Нью-Йорк.

ДОРОГОЙ МИСТЕР БЛАНК:

Дадите ли Вы мне немного информации о себе – напишете простую заметку о некотором персональном снаряжении, которое Вы собрали?

Осенью 98-го, как Вы помните, когда началась Золотая Лихорадка, тысячи обнадёженных старателей высадились на пляж Дайея, не имея при себе ничего, кроме одежды.

Если бы они добрались до Клондайка, не только они, но и сотни других умерли бы от голода, потому что в той местности были весьма скудные запасы пищи.

Но Канадская Северо-западная Конная Полиция постановила, что никто не пройдёт через перевал Чилкут в Юкон без тонны провизии и \$1000.00 для покупки снаряжения. А остальные? Им пришлось вернуться домой – и всё!

Они были похожи на тех, о ком рассказывал путешественник Стюарт Эдвард Уайт:

Они шли в долгий поход в лёгкой обуви, с хлопковым одеялом, забыв всё необходимое дома, и более опытным путешественникам приходилось жертвовать своими вещами в пользу этих горе-путников, просто чтобы те не погибли.

Однажды он и сам оказался в подобном положении. Но не было Конной Полиции, которая бы не позволила ему совершить длительный переход через Великий Раздел. На его пути была свалка, названная «Адом», где сжигали все отходы и бесполезные материалы. Слово «Ад», как Вы знаете, в Новом Завете более известно как «Геенна» и происходит из долины сыновей Енномовых, которая была свалкой за стенами Иерусалима. Ад – это место для тех, кто идёт на другую сторону без снаряжения. Ад – это свалка для бесполезных душ.

Собрали ли Вы достаточно снаряжения, которое понадобится ВАМ для перехода через Великий Раздел? Хорошо ли Вы подготовились к той работе, которую Вам предстоит выполнить?

У Вас есть определённый набор вещей – насколько он определённый, Вы выясните, когда прочитаете 10-й, 11-й и 12-й Уроки «Корпорации "Разум"». Насколько медленно будет продвигаться работа – зависит от того, что Вы делаете сейчас для приготовления к ней.

Вокруг не будет знаков с надписями «Продаётся», предлагающих снаряжение по сниженным ценам. Всё нужно брать с собой. И единственный тип снаряжения, который Вы можете взять с собой – это то, что хранится в Вашем РАЗУМЕ.

«Корпорация "Разум"» имеет дело как раз с таким снаряжением. В её 10-м, 11-м и 12-м Уроках она расскажет Вам об особенностях Вашей работы и о том, как Вы можете подготовить снаряжение для её выполнения. В предшествующих Уроках проводится инструктаж, необходимый для этой работы.

И это не всё! Мы настолько уверены в том, что эти уроки действительно работают, и что все инструкции в них написаны понятным любому смышлёному человеку языком, что мы делаем следующее предложение:

Отправьте прилагаемый бланк почтового заказа на 12 Уроков «Корпорации "Разум"». Оставьте их на 60 дней. Читайте их, пробуйте их, испытывайте их любым желаемым способом. Если после этого Вы захотите с ними расстаться, ОТПРАВЬТЕ ИХ ОБРАТНО И ПОЛНОСТЬЮ ПОЛУЧИТЕ ВАШИ ДЕНЬГИ НАЗАД!

Справедливо? Тогда используйте прилагаемый бланк для почтового заказа Уроков. После того, как Вы прочитаете их, составьте список снаряжения, которое у Вас есть, и дополнительного снаряжения, которое Вам понадобится, а затем напишите мне. Я верю, что вместе мы сможем собрать всё необходимое.

Искренне Ваш,

* * * * *

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Что бы Вы отдали за то, чтобы стать величайшим человеком в своём городе – лидером в той области, в которой разбираетесь лучше всего?

Вы удивитесь, если я скажу Вам, что в Библии есть страница, которая ясно и чётко указывает путь для удовлетворения подобных амбиций, не так ли? Не каким-то неопределённым языком, а коротко, простыми словами, которые может понять и затем следовать им даже ребёнок.

Они настолько просты, что лишь немногие воспринимают эти инструкции всерьёз, но те немногие, кто им следует, получают в награду невероятную силу и успех.

Эти инструкции составляют основу второго Урока Высшего Сознания, который выходит в журнале *Корпорация «Разум»*. Но в этом уроке гораздо больше информации. Сама по себе эта

страница из Библии звучит слишком хорошо, чтобы быть похожей на правду. Но когда Вы увидите, как подобный закон действует в физике, электромеханике, хирургии – повсюду в природе, Вам будет проще поверить в это и подвергнуть эти слова испытанию.

Я лично знаю одного человека, у которого не было ни цента за душой, ни еды в доме, когда этот закон попал к нему в руки, и с его помощью он добился успеха! Его опыт будет рассказан его собственными словами в Уроке «Потерянного Слова Силы».

Я знаю и других, кто получил славу, удачу, почести, счастье.

Что Вы готовы отдать за это? Вы рискнёте суммой в \$4.85? Если да, я пообещаю Вам следующее:

Если этот Курс не сделает для Вас за 3 месяца столько же, сколько он сделал для всех остальных, чей опыт описывается в Уроках, он не будет стоить Вам ни цента, так как Вам нужно будет только сообщить нам об этом, чтобы получить обратно Ваши \$4.85!

Справедливо, не так ли? Учитывая всё это, отправите ли Вы прилагаемую форму продления? Обладая такими гарантиями, рискнёте ли Вы суммой в \$4.85?

Искренне,

P.S. Если мы получим Ваш заказ в течение 10-ти дней, мы предложим на Ваш выбор все «премиальные предложения», которые у нас есть – *Шекспир, Библия, Секрет Золота*, новый карманный набор из перьевой ручки и карандаша, и т.д.

* * * * *

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Прежде чем предать эту идею широкой огласке, мы озвучиваем её нескольким нашим старым клиентам, таким как Вы, чьё мнение мы очень ценим, и просим Вас поделиться с нами Вашим мнением.

Вы можете помочь нам разрешить необычную дилемму, если согласитесь.

Как видите, учёные верят, что человеческая раса даже сейчас преодолевает мучительный процесс новой эволюции, такой же поразительной и ещё более важной, чем возникновение самосознания человека из простого сознания животного.

Вы знаете, насколько сильно чувствуется разница, когда человек делает шаг вперёд из мира простых образов и ощущений во вселенную ИДЕЙ.

Но ещё сильнее контраст того шага, который новые Адамы и новые Евы делают сегодня (и я не сомневаюсь, что Вы один из них) – из будничного мира, где каждая мысль должна быть соединена с другой, каждая идея сравнивается с остальными идеями, и поиск решения оказывается очень трудоёмким; в мир Интуитивного Сознания, где подобно «молниеносному калькулятору» Вы находите верный результат, не беспокоясь о промежуточных этапах.

Это Царство Небесное, которое нам так часто проповедовал Иисус; сознание, которое он предлагал нам искать.

Этот интуитивный дар становится всё более и более распространённым, и как раса мы становимся всё ближе и ближе к уровню самостоятельного сознания, с которого осуществляется переход к высшему сознанию.

И это возвращает меня к возникшей для меня сложности. Согласно доктору Ричарду Бьюку, который провёл глубокое изучение интуитивного или «Небесного» сознания, самый быстрый способ достичь этого сознания заключается в обучении и в контакте с разумами, которые уже полностью или частично достигли этого уровня развития.

Как видите, когда Адам и Ева достигли высшего развития простого сознания, они открыли в себе самосознание. И только та часть человечества, которая находится на верхнем уровне самосознания, готова сейчас к интуитивному сознанию.

Отсюда и возникает наша дилемма. Мы работаем над тем, чтобы собрать вместе небольшие группы мужчин и женщин, которые получили доказательства собственного интуитивного развития, и в Уроках *Корпорации «Разум»* мы приводим простые шаги, которые ведут с верхних ступеней простого сознания к Небесному или интуитивному сознанию. Но таких людей очень трудно найти среди обычных читателей. И мы не можем ходить повсюду с фонарём, подобно Диогену, в поисках Адамов и Ев.

Поэтому мы решили написать Вам и нескольким другим нашим старым покупателям, чтобы попросить у Вас совета. Ваши умственные способности выше среднего уровня. Вы находитесь на верхнем уровне самосознания человечества. Вы проявили сильное желание подняться ещё выше в интеллектуальном плане и в плане полезности. Если бы мы пришли к Вам и спросили: подают ли Ваши интуитивные способности признаки того, что они готовы разбить свою скорлупу и выбраться наружу – что бы Вы ответили нам?

Всего лишь в качестве услуги от одного искателя истины другому, не поможете ли Вы нам, заполнив небольшую прилагаемую Интуитивную Таблицу?

Возможно, Вы захотите взглянуть на Уроки Корпорации «Разум» и решить для себя, насколько они могут помочь Вам в скорейшем проникновении в это «Небесное сознание»?

Если это так, просто приложите \$2 к форме с Таблицей в качестве депозита и отправьте их в прилагаемом конверте с уже наклеенной маркой и указанным адресом. Ваши деньги вернутся к Вам немедленно, если по любой причине Вы отправите Уроки обратно.

Искренне,

P.S. Пожалуйста, отправьте нам Таблицу, независимо от того, захотите ли Вы увидеть Уроки или нет. Мы будем очень благодарны Вам за Вашу любезность.

Интуитивная Таблица

	да / нет
Часто ли у Вас возникают «предчувствия»?	
Вы обращаете на них внимание?	
Они обычно оказываются верными?	
Вы обращаете внимание на первые впечатления?	
Охотно ли к Вам подходят дети?	
А собаки и кошки?	
Часто ли случается, что чёткие и ясные решения беспокоящих Вас проблем находятся тогда, когда Вы совершенно не думаете о них?	

<p>Часто ли решения Ваших проблем внезапно выталкиваются из Вашего разума – так быстро, что Вы не доверяете им, пока не подтвердите их правильность дальнейшим изучением?</p> <p>.....</p> <p>У Вас когда-нибудь бывало то, что Бьюк называет «озарением»?</p> <p>.....</p>	
---	--

* * * * *

Одно из этих писем дало 12-процентный отклик, другое – всего 8-процентный, а два других принесли в среднем около 10 процентов заказов. Это далеко неплохо даже для возобновления подписки. Конечно, все эти письма были нацелены на особый класс – людей, интересующихся психологией и сходными предметами. Для непосвящённых они могли звучать сложно или даже смешно. Но для целевой аудитории они оказались самыми эффективными рекламными текстами, какие нам только приходилось видеть.

Похожей направленностью обладала серия повторных рекламных писем, которые мы использовали для нашего оригинального издания «Книги Жизни». По одному из предложений, которые мы пробовали, сначала отправлялся только первый том собрания, а затем от подписчика требовалось отправлять по одному доллару, прежде чем он получал каждую из оставшихся шести книг.

В повторных рекламных письмах подобного рода вам становится очень трудно сохранять у подписчика достаточный интерес, чтобы он захотел получить следующий том настолько сильно, что прислал бы для этого \$1. Это как когда вы делаете заказ на первый выпуск журнала для его изучения, а потом вам требуется отправлять 25, 50 центов или \$1 каждый месяц для получения очередного выпуска. Неважно, насколько вам нравится журнал – велика вероятность того, что вы просто можете забыть об этом, поэтому издателю требуется постоянно подталкивать вас к тому, чтобы вы присылали деньги за следующий выпуск.

Мы должны были постоянно поддерживать интерес читателей – держать впереди свежую приманку, как мы выразились в первой главе – и именно для этой работы предназначались следующие письма:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Спасибо Вам за то, что сделали заказ на «Книгу Жизни». Я отправляю Вам первый том вместе с этим письмом.

Прочитайте его в первую очередь. Затем прочитайте небольшой буклет, который я приложил к письму. Основная цель этого первого тома – показать Вам, что собою представляет Ваше подсознание, и что оно может делать для

Вас. Поэтому прочитайте его и перечитайте. После этого я начну показывать Вам, как ПРИМЕНЯТЬ Ваше знание.

На первом этапе необходимо решить – чего Вы больше всего хотите от этих книг? Здоровья? Счастья? Богатства?

Неважно, что это – Вы можете получить это, если будете правильно использовать эти книги.

Слишком много обещаний, я знаю. Но я видел, как всё, что здесь обещано, реализовалось в жизнях сотен других людей.

Президент одного большого сталелитейного предприятия на среднем Западе написал, что эти книги показали ему выход из трудной ситуации, который в итоге принёс лично ему \$24,000 прибыли.

Генеральный Директор Миллионного Дома Почтовых Заказов рассказал мне, что эти книги решили его проблему, над которой он годами ломал голову.

Ещё один человек пишет, что эти семь небольших книг за два дня сделали для него больше, чем все книги и курсы, которые он изучал годами; что он нашёл то, что искал 40 лет.

Один человек, страдавший от болезни, говорит:

«Мне 53 года, но я благодарю Господа и "Книгу Жизни" за то, что я снова готов к полноценной жизни во всех её проявлениях».

Многие пишут, что они исцелились от давнишних недугов. Многие другие – что эти 7 книг являются настоящими 7-ю ключами к успеху. А вот о чём умоляет читатель из Кентукки:

«Ради Бога, вложите эти книги в руки всей молодёжи среднего класса, кто только начинает свой жизненный путь».

Вы ещё сомневаетесь, что эти книги дадут Вам всё, что Вы хотите от жизни?

Вы видели Дугласа Фэрбенкса в «Багдадском воре»? Помните, как он боролся, бился и искал в дальних странах Волшебную Шкатулку? Но после того, как он её нашёл, ему нужно было только положить в эту шкатулку семена (идеи), и каждое семя немедленно превращалось в желаемую им вещь.

В Вашем подсознании есть подобная Волшебная Шкатулка. Семь небольших томов, которые я буду Вам присылать, – это семь ключей. Используйте их, один за другим, и Вы сможете получить с помощью Вашей Волшебной Шкатулки всё, что ВЫ можете пожелать от жизни.

Но чтобы извлечь из этих книг больше пользы, Вы должны изучать их в правильной последовательности. Поэтому я буду отправлять Вам книги по одной вместо того, чтобы прислать их все сразу. Я выяснил, что это лучший способ заставить студентов читать их в надлежащем порядке.

Когда Вы прочитаете и перечитаете Том 1, когда Вы сформулируете в своём разуме одно желание, которое Вы больше всего хотите воплотить в жизнь сейчас, заполните форму, приведённую ниже, приложите Ваш первый платёж в \$1, и я пришлю Вам Том 2. Он рассказывает о «Первом Законе Доходов».

Что же касается Ваших денег, просто помните следующее: Если в течение шести месяцев Вы не сможете получить с помощью этих книг как минимум \$500 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ДОХОДОВ, отправьте их обратно, и я немедленно верну Вам каждый цент, что Вы заплатили мне за них.

Так что Вы можете чувствовать себя в абсолютной безопасности, отправляя первый платёж в \$1 или полную оплату в размере \$6.85. Ваши деньги будут зарезервированы. Они не станут моими до тех пор, пока Вы не скажете этого. Вы можете получить их обратно к концу шестимесячного срока, если пожелаете вернуть книги.

Искренне Ваш,

P.S. Если мы не получим от Вас никаких вестей в течение двух недель, мы решим, что Вы предпочитаете более простой способ оплаты – заплатить \$1.00 почтальону, когда он доставит Вам Том 2, и мы отправим его Вам, соответственно, наложенным платежом. В этом случае мы будем отправлять каждый следующий том подобным образом, когда придёт его время.

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Вы слышали о старике, который ушёл из Патентного Бюро в 85-м, потому что, как он сказал: **«Всё, что могло быть изобретено, уже изобретено!»**

Очень многие из нас склонны думать, как этот старик. Мы слышим о чём-то, что кажется невероятным из-за своей новизны, и мы говорим: **«О, это похоже на полный бред»**, и прекращаем думать об этом.

Но представьте, что Вы никогда не слышали о радио, автомобиле или самолёте. И кто-нибудь вдруг рассказал Вам об этих чудесах. Вы бы поверили ему? Уверен, что нет – но Вы знаете, что они существуют. Поэтому когда я скажу Вам о чудесных вещах, которые Вы можете делать с помощью своего подсознания, не сомневайтесь в этом. Откройте свой разум.

Доктор Эдвин Е. Слоссон, редактор «Научной Службы», говорит:

«На протяжении всей истории науки мы обнаруживаем, что новые идеи пробивают путь в наши умы под прикрытием, как если бы они были какими-то взломщиками, а не благодетелями человеческой расы».

Мы привыкли верить, что Вселенная состоит из неизвестного числа различных типов веществ – по одному типу на каждый химический элемент. Теперь мы знаем, что есть всего два типа. И оба этих типа на самом деле представляют собою электрические явления – электрическое явление с отрицательным зарядом, именуемое электроном, и другое электрическое явление с положительным зарядом, именуемое протоном. И на основе этих явлений строятся все химические элементы. Дерево и железо, камень и плоть – все они отличаются друг от друга только числом и расположением электронов и протонов, содержащихся в них.

«Это, – по словам "Нью-Йорк Геральд Трибьюн", – современная идея природы вещества. Вещество в действительности – всего лишь электрическое явление».

Вы хотите счастья. Здоровья. Успеха. Как Вам получить их?

Сперва необходимо понять, что богатство заключается в идеях, а не в деньгах. Бумажные деньги в Ваших карманах сами по себе стоят ни чуть не больше, чем столько же русских рублей. За ними стоит идея, которая и придаёт им ценность. Здания фабрик, оборудование, материалы – сами по себе они ничего не стоят, если они не будут производить или

продавать идею. Они всего лишь инструменты. Только идея заставляет их работать.

Поэтому не стремитесь к материальному богатству как таковому. Используйте Ваш разум для производства настоящих богатств, которым являются идеи. Нет предела тем богатствам, которые Вы можете найти в идеях. Вот что говорит об этом Бертон Брэйли:

*"Стихов, что лучшие, ещё не написали,
Дома, что лучшие, построили едва ли,
Гор высочайших до сих пор не покорили,
И величайших рек пока не переплыли.
Отбросьте беспокойство и терзанья –
Пред вами все возможности открылись.
Вас ждут Великие дела и начинанья,
Которые пока не совершились".*

Посмотрите вокруг ВАС. Найдите альтернативные, лучшие способы выполнения обыденных действий. И помните: величайшие открытия оказываются тем, что ВИДЕЛИ все, но на чём только один человек ЗАОСТРИЛ ВНИМАНИЕ. Фортуна ПРЕДОСТАВЛЯЛА возможности многим людям, но только один человек УХВАТИЛСЯ за них.

Неважно, каково Ваше положение в обществе, или какими навыками Вы обладаете. Я знаю человека, который несколько лет назад организовал бизнес, занимающийся продажей товаров по почте. На тот момент он ещё учился в школе, и его стартовым капиталом были \$200, взятые в долг. На сегодняшний день он заработал миллион. Я знаю ещё одного человека, который три года назад работал за очень маленькое жалование. Он открыл охранный бизнес, и сегодня зарабатывает миллионы. Список можно продолжать бесконечно. Дело не в деньгах, которые у Вас есть. И не в уровне Вашего образования. Дело в идеях!

Войска Наполеона часто оказывались малочисленными, но он направлял большинство своих людей в одну определённую точку. Артиллерия Наполеона часто уступала вражеской артиллерии по уровню подготовки. Но он сосредотачивал её на небольшом участке местности – участке, где она могла показать себя лучше всего. Он не разбрасывал свои силы. Он не разбрасывал свою огневую мощь. Он фокусировал их на одной вещи. Это как раз то, что должны делать Вы – фокусировать ВСЕ Ваши силы на одной вещи за раз.

Когда человек понимает, что его разум – это часть Вселенского Разума – как капля воды в океане, являющаяся неотъемлемой частью океана и обладающая всеми его

свойствами; как искорка электричества, являющаяся неотъемлемой частью молнии и обладающая всеми её свойствами – он теряет ощущение ограниченности.

Больше половины пророчеств в Священном Писании ссылаются на время, когда человек будет владеть землёй. Когда слёзы и страдания будут неведомы. Когда мир и изобилие будут свободно доступны Вам. Это время пришло – здесь и сейчас, для тех, кто понимает, как использовать Безграничную мощь Вселенского Разума.

И если Вы не способны иметь желаемые вещи, никогда не молитесь ради вдохновения или материальных средств для обретения желаемого. Молитвы способны сделать гораздо больше, чем люди думают. Вот небольшая формула для хорошей молитвы:

1) Сконцентрируйте Ваши мысли на вещи, которую Вы хотите.

2) Прочитайте 91-й и 23-й Псалмы, просто в качестве напоминания о силе Бога и Его готовности помочь Вам во всех Ваших нуждах.

3) Не забывайте быть благодарными, не только за прошлые услуги, но и за предоставление той услуги, о которой Вы просите сейчас! Способность быть искренне благодарным Богу заблаговременно – лучшее доказательство веры.

4) Верьте! Представляйте в Вашем воображении вещь, которую Вы хотите, настолько чётко и ярко, чтобы как минимум на мгновение Вы на самом деле *Поверили, Что Это У Вас Есть!*

Это искреннее убеждение запечатлевается в Вашем подсознании и передаётся Вселенскому Разуму, который отвечает на Ваши молитвы. Однажды убедив Ваше подсознание, что у Вас ЕСТЬ желаемая вещь, Вы можете забыть об этом и заняться каким-нибудь другим делом. Разум позаботится об остальном.

Прочитайте 2-й Том «Книги Жизни», который я отправляю Вам с этим письмом. Прочитайте его и примените полученные из него и из этого письма знания на практике. Затем используйте форму, приведённую ниже, для заказа 3-го Тома. Он расскажет Вам, как проще всего взаимодействовать с Вашим подсознанием. Как запечатлеть в нём всё, что Вы желаете. Как использовать его для решения каждой Вашей проблемы.

Искренне Ваш,

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Я отправляю Вам 3-й Том «Книги Жизни», но прежде чем Вы откроете его, я хочу, чтобы Вы прочитали рассказ Ричарда Хардинга Дэвиса «Человек, Который Не Мог Проиграть». Его копия прилагается. На обратной стороне этой копии я напечатал несколько инструкций, показывающих, как применять принципы, описанные в рассказе Дэвиса, к Вашим повседневным проблемам.

Прочитайте рассказ. Он очень понравится Вам. И если Вы будете точно следовать инструкциям, которые следуют после него, Вы откроете для себя волшебные слова «Сезам, откройся!», которые можно применять в реальной жизни.

К этому времени Вы поймёте, что обладаете определёнными силами, определённой властью над обстоятельствами, над миром вокруг Вас. Но у Вас есть некоторые трудности с использованием этих сил. Не дайте этим трудностям лишить Вас силы духа. Когда Вы впервые изучили основы арифметики, Ваши задачи не всегда верно решались, не так ли? Но Вы, тем не менее, не усомнились в математических принципах. Нет, Вы знали, что ошибочными были Ваши методы, а не принципы. То же самое и здесь. Сила есть. Если её правильно использовать, она может делать всё, что угодно. В начале была лишь пустота – пространство – ничто. Как Вселенский Разум создал планеты, небесный свод, землю и всё остальное из этой бесформенной пустоты?

В первую очередь он создал мысленный образ того, что собирается построить.

И Вы тоже должны сделать это. Вы контролируете Вашу судьбу, Вашу удачу, Ваше счастье. Представьте их себе. Вы должны визуализировать их, отпечатать их в Вашем разуме и не позволить ни страху, ни беспокойству нарушить их завершенность. Качеством Ваших мыслей измеряется Ваша сила. Чистая, могущественная, уверенная мысль обладает силой, способной притянуть к ней всё необходимое для осуществления желаний.

«Сначала у вас должно быть что-то хорошее, – говорил Хорас Грили. – Лишь потом предавайте это огласке». Сначала сформулируйте своё желание, а затем обращайтесь с ним к Разуму.

«Всё, что есть у Отца, – ваше», – говорил Иисус. И Вам нужно только взглянуть на ночные небеса, чтобы осознать – Его богатствам нет предела. Протяните мысленно свои руки и возьмите всё то хорошее, что Вы желаете. Вам нужно сделать это мысленно, прежде чем Вы сможете насладиться этим физически. Как писал Шекспир: «Это разум обогащает тело».

Помните историю об Александре и его знаменитом коне Буцефале? Никто не мог оседлать этого коня, потому что тот очень боялся каждой тени. Александр повернул его по направлению к солнцу – и оседлал!

Тени будут падать и за Вашу спину тоже, если Вы будете двигаться по направлению к тому, что Вы ХОТИТЕ – не в направлении бедности и нужды. Воспринимайте желаемые вещи так, как если бы они уже были Вашими. Знайте, что они придут к Вам, когда будет нужно. Затем ПОЗВОЛЬТЕ им прийти. Не отталкивайте их страхами и беспокойством. ВЕРЬТЕ!

Искренне Ваш,

P.S. 4-й Том содержит «Формулу Успеха». Как только Вы прочитаете и усвоите 3-й Том, а затем попробуете применить написанное выше, отправьте приведённую ниже форму вместе с одним долларом, и 4-й Том не заставит себя ждать.

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Вы знаете, что было Талисманом Наполеона? Вы знаете, что сделало его величайшим завоевателем того времени?

Не богатства или влияние – Наполеон был родом из бедной корсиканской семьи, без денег, без влияния.

Не тренировки или умственные способности – Наполеон был 46-м в своём классе в Военной Академии, а всего в классе было 60 воспитанников!

Нет, ни одно из этих обстоятельств не было причиной его успеха. Наполеона сделала неуязвимой всего лишь его колоссальная вера в Наполеона! Он не верил в пули, которые могли убить его. Он не верил в преграды, которые могли его остановить. И до тех пор, пока он сохранял свою веру, он оставался неуязвимым.

Только когда он начал колебаться, когда он утратил веру в себя, только тогда его враги смогли победить его. Он вошёл в Россию во главе самой лучшей армии, которую когда-либо видел мир. Он не останавливался ни перед чем. Он захватил Москву. Но затем он начал колебаться. Стоило ли ему идти дальше или вернуться? Судьба предоставляла ему все возможные шансы. Зимние снегопады задерживались на целый месяц. Но у Наполеона этот месяц ушёл на то, чтобы принять решение!

Его победили не снегопады. И не казаки. *Его победили из-за того, что он потерял веру в себя!*

Какова причина большинства неудач в этом мире? Тот факт, что люди позволяют появиться мысли о возможной неудаче. Люди говорят о тяжёлых временах, о безработице, о всевозможных сложностях, и это не позволяет им добиться успеха. Успешным людям некогда думать о неудачах. Они слишком заняты размышлениями о тех вещах, которые нужно сделать, чтобы добиться успеха. Вы не можете наполнить уже полный сосуд.

У Вас должна быть вера Колумба, пересекающего неизвестное море, сдерживающего бунтующую команду, после того, как моряки потеряли веру и в себя, и в него, чтобы подарить цивилизации новый мир.

У Вас должна быть вера Вашингтона, побеждённого, отверженного, покинутого большинством его солдат, но продолжающего сражаться, чтобы подарить стране новую свободу.

Все те люди, кто оставил свой след в этом мире, обладали одним общим качеством – ОНИ ВЕРИЛИ В СЕБЯ!

Представьте, что люди смеются над Вашими идеями. Представьте, что Благоразумие говорит Вам: «Этого нельзя сделать!» Люди смеялись над Галилеем. Они смеялись над Фордом. Благоразумие убеждало всех бесчисленное количество лет в том, что Земля плоская. Благоразумие говорило – или так много автомобильных инженеров заставляло нас верить – что двигатель Форда не запустится. Но Земля круглая, и по дорогам ездят двенадцать миллионов машин марки Форд.

Ваш разум точно такой же, как разум, заставлявший действовать всех великих людей прошлого – всех изобретателей, всех великих художников, политиков, бизнесменов. Они выполнили лишь десятую часть того, что ещё

предстоит сделать – того, что люди настоящего и будущего БУДУТ делать. Вы можете принять в этом участие.

Начните сейчас! Посмотрите на окружающие предметы со следующим вопросом: Как это может быть усовершенствовано? Как это можно сделать лучше? Для чего ещё это можно использовать?

Вместе с этим письмом я отправляю Вам 4-й Том. Читайте 9-ю Главу («Формула Успеха»), а также 11-ю Главу («Закон Притяжения») особенно внимательно. Выполните небольшое мыслительное упражнение, приведённое в конце 9-й Главы.

С 5-м Томом в комплекте придёт чек на предъявителя, чтобы Вы с его помощью обратились в Банк Жизни и получили всё, что только можете пожелать. И я расскажу Вам притчу об Иисусе, которая раскрывает Закон Жизни.

Искренне Ваш,

Когда Вы прочитаете 4-й Том, выполните инструкции, описанные в нём, начнёте применять их в жизни, заполните форму, приведённую ниже, для получения 5-го Тома и чека для обращения в Банк Жизни.

* * * * *

[Наверху находилась форма чека]

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Вы помните притчу Иисуса о «Талантах»?

Купец собирался в дальнее путешествие и выдал своим слугам определённое количество сокровищ, поручив слугам пользоваться ими, пока он будет отсутствовать. Первому слуге он выдал десять талантов; второму – пять талантов; третьему – один талант.

Первый человек взял свои десять талантов и благоразумно инвестировал их, заработав ещё десять талантов. Второй взял свои пять талантов и заработал с ними ещё три. А третий человек взял свой один талант и, боясь потерять его, ушёл в поле и закопал его там. После своего возвращения Хозяин наказал этого человека и похвалил других двух, подарив им много разных вещей.

Эта притча, на мой взгляд, полностью отражает закон жизни. Единственно верное решение – использовать все имеющиеся силы. И абсолютно неверное решение – пренебрегать или неправильно обращаться с этими силами.

Вселенский Разум, как это видится мне, даёт каждому из нас чистый чек, на котором мы можем указать то количество талантов, которое мы хотим получить в своё распоряжение. И чтобы использовать этот чек, для начала нужно что-то сделать ради него; как, например, мы сначала доставляем товары нашим покупателям или выполняем определённую работу для нашего работодателя, прежде чем просим заплатить за это. У нас должна быть идея, услуга или товары, прежде чем мы сможем заполнить этот пустой чек. Чем значительнее идея, чем более распространён сервис, чем более желаемы товары – тем большую сумму мы можем вписать в наш чек на предъявителя. Всё возвращается к Закону Жизни – мы получаем, если мы отдаём; только мы обычно получаем гораздо больше, чем даём.

Как об этом говорит Гарднер Хантинг: «Если я окажу кому-нибудь желаемую им услугу, это будет выгодно и для меня тоже. Если я окажу большую услугу, то получу больше выгоды. Если я делаю больше, я получаю больше. Но я должен получать больше, чем отдаю. Как когда я сажаю бушель картофеля и получаю тридцать или сорок бушелей; соответственно, растёт мой урожай. Если я сделаю для моего работодателя больше, чем он ожидает от меня, он повысит мне зарплату – и никак иначе. И что более важно, он повысит мне зарплату не потому, что он считает это справедливым, а потому что он должен дать мне повышение, или он потеряет меня; ведь если он не ценит меня, то кто-то другой будет ценить».

Но это только одна сторона. Если я помогу человеку, который сидит за соседним столом, это вернётся во мне в многократных объёмах, даже если это мой конкурент. Ведь то, что я делаю для него, я делаю для фирмы, а фирма ценит это, потому что в первую очередь организации нужна командная работа, а не блестящая индивидуальная производительность. Если мой босс недооценивает это, действует то же самое правило: если я делаю для него больше из расчёта на будущую признательность, он не сможет одновременно отказать мне в этой признательности и сохранить свою работу.

Чем больше вы думаете об этом законе, тем больше его проявлений вы обнаружите. Он буквально вручает вам чек на предъявителя, подписанный самим Создателем Вселенского Закона, и позволяет вам указать любой размер и тип платежа, какой вы пожелаете! Заурядный успех ожидает тех, кто

следует этому закону лишь от случая к случаю – они вписывают в свой чек небольшую сумму.

Почему же я так уверен в этом законе? Как я могу быть в этом уверен? Я видел, как он работает; он работает повсюду. Вам нужно только попробовать, а затем продолжать следовать этому закону, и вы получите доказательства. Это не является истиной только потому, что так говорю я или кто-то ещё; это просто истина.

Теософы называют его законом Кармы; гуманисты называют его законом Услуг; бизнесмены называют его законом Здравомыслия; Иисус Христос называл его законом Любви. Он действует повсюду, независимо от того, знаю ли я его или нет, верю ли я в него или нет, пренебрегаю я им или нет. Я не могу вывести этот закон из строя! Иисус из Назарета, если не брать в расчёт его божественную сущность, был величайшим бизнесменом из всех когда-либо живших на земле, и Он сказал: *«Давайте, и вам воздастся»*. И так оно и будет; не потому, что Он так сказал; не потому, что Сам Бог так сказал; а потому, что это Истина.

Вместе с этим письмом я отправляю Вам 5-й Том КНИГИ ЖИЗНИ. Помните, когда будете читать 14-ю Главу (*«Всё, что вам нужно, уже есть»*), что Вам нужно только научиться использовать прилагаемый чек, который может удовлетворить любую Вашу потребность. Никогда не беспокойтесь о своих нуждах. Передайте их Вашему подсознанию, как это было описано в конце рассказа *«ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ НЕ МОГ ПРОИГРАТЬ»*.

Вам нужно только продолжать думать о том, как ещё Вы можете быть полезны. Делайте это, и Ваши нужды самостоятельно позаботятся о себе. Как сказал Эмерсон, когда мы открыли эту тайну: *«Мы хозяева сферы; семи звёзд и солнечного года; руки Цезаря и ума Платона; сердца Господа Христа и объятий Шекспира»*.

Но есть одна более ценная вещь, чем богатства; вещь, которую Понсе де Леон тщетно искал долгие годы; вещь, на поиски которой тысячи потратили свои жизни; и эта вещь – Фонтан Молодости.

Секрет Молодости – крепкого здоровья, безграничной энергии – находится в 12-й Главе 6-го Тома. Она называется *«ЗАЧЕМ СТАРЕТЬ?»*

Сделайте заказ на эту книгу.

Искренне Ваш,

Когда Вы прочитаете 5-й Том, заполните Ваш чек на предъявителя, указав в нём всё, что Вы хотите от Жизни, воспользуйтесь формой, приведённой ниже, и сделайте заказ на «Фонтан Молодости» из 6-го Тома.

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Вы, конечно, знаете, что одноклеточные создания никогда не умирают естественной смертью. Они живут вечно, если их не убьёт несчастный случай или другая внешняя сила.

У многоклеточных животных, подобных человеку, обычно какой-то набор клеток отказывает первым. Другие остаются в порядке неопределённое число лет. Поэтому величайшей проблемой долгожительства остаётся вопрос: как сохранить ВСЕ миллионы клеток Вашего тела в идеальной форме, как лучшие из них. Решите эту проблему, и Вы сможете жить вечно!

М. Метальников, прославленный член Института Пастера, только что опубликовал книгу, которую необходимо прочитать всем тем, кто уже приготовился к неизбежному старению и смерти.

Вот первое предложение заключительной главы этой книги: *«То, что мы здесь написали, заставляет нас поверить, что бессмертие – это фундаментальное свойство живых организмов».*

И дальше:

«Старость и смерть не являются этапами земного существования...»

И всё это, имейте в виду, излагается под эгидой научных учреждений, которые не имеют равных и уважаемы во всём в мире.

Вы знаете, что ответственно за все различия между Молодостью и Старостью? Всего одна вещь. Молодость всегда ожидает чего-то лучшего. Старость оглядывается в прошлое и вздыхает о «потерянной» молодости.

В Молодости мы постоянно растём. Мы ЗНАЕМ, что ещё не реализовали себя. Мы знаем, что можем постоянно

СОВЕРШЕНСТВОВАТЬСЯ. Мы ожидаем постоянно растущих физических сил. Мы ожидаем прекрасную, более совершенную физическую форму. Мы ожидаем больших умственных способностей. Мы учимся, чтобы получить это. Следовательно, мы ВЕРИМ, что получим всё это – и ПОЛУЧАЕМ это!

Но что происходит в 30 или 40 лет? Мы думаем, что достигли максимума. Нас приучают к тому, что дальнейшего развития можно больше не ожидать; что всё, на что мы можем рассчитывать – «сохранить полученное» ещё ненадолго, а затем начать быстро стареть и угасать. В истории не было ни одной нации, ни одного института и ни одного человека, кто смог бы продолжительное время «сохранять полученное». Вы должны двигаться вперёд – или назад. Выбор за Вами. Если Вы поймёте, что не существует конца РОСТУ, что Ваше тело постоянно перестраивается, что совершенство ещё настолько далеко, что Вы можете продолжать неограниченно РАСТИ, Вы никогда не узнаете старости. Вы можете продолжать двигаться к совершенству – умственно и физически – каждый день. Каждая минута Вашей жизни – это минута осмысления и перерождения.

Ваше тело изнашивается? Конечно, как и всё материальное. Но есть существенная разница – Ваше тело будет обновлено также быстро, как оно изнашивалось! Вы повредили какую-то его часть? Не переживайте. Глубоко внутри Вас находится химическая лаборатория, которая может создать новые части, настолько хорошие, как были прежние, или даже лучше. В Вашем подсознании находится Магистр Химии, которому доступны все формулы Вселенского Разума, и который руководит Вашей химической лабораторией, создавая новые части тела почти также быстро, как изнашиваются старые.

Но этот Магистр Химии похож на всех нас. Он с радостью предастся лени, если Вы позволите ему. Попробуйте помочь ему с некоторыми его функциями, и он перестанет беспокоиться о них. Начните регулярно принимать таблетки или применять ещё какие-либо методы для устранения неисправностей Вашего тела, и Ваш Магистр Химии решит, что Ваше сознание взяло на себя ответственность за этот процесс, и полностью переложит эту обязанность на плечи Вашего сознания. Заставьте его поверить, что Вы больше не ждёте от него, чтобы он перестраивал Ваше тело, сохраняя его таким же совершенным, как в молодости, и он постепенно прекратит свою работу по удалению старых, изношенных тканей и замене их новым, лучшим материалом. И что в результате? Артерии забиваются изношенными клетками. Кожа становится сухой и морщинистой. Суставы теряют гибкость и начинают хрустеть. Одним словом, наступает Старость.

Проблема не с Магистром Химии. Она в Вас. Вы не оставили ему работы. Когда бизнес, предприятие или экспедиция терпит неудачу, виноваты не рядовые сотрудники, а направляющий их руководитель. Он не дал своим людям правильных распоряжений. Он не обеспечил должного руководства. Он не позволил им выполнить работу, к которой они подготовлены лучше всего.

Что бы Вы подумали об инженере, у которого были лучшие планы и лучшие материалы в мире, если бы он выбросил свои планы, когда половина работы уже выполнена, и позволил своим людям делать всё, что они пожелают, разрушая то, что он построил ранее, а также портя все оставшиеся материалы?

Именно это Вы делаете, когда перестаёте СТРЕМИТЬСЯ К БОЛЬШЕМУ в 30 или 40 лет и решаете просто стариться всеми доступными способами. Вы выбрасываете прекрасную модель, которую строили годами; Вы берёте прекраснейший в мире материал и позволяете Вашим рабочим собирать его так, как они пожелают. На самом деле, Вы делаете ещё хуже. Вы говорите им, что больше не ожидаете от них ничего особенного. Что как бы они ни выполняли свою работу, Вы останетесь довольны.

Человек живой! Какой реакции Вы ожидаете от обычного рабочего, кому Вы скажете подобное? Ваши внутренние рабочие точно такие же. Вы получите от них ровно столько, сколько требуете – ни больше, ни меньше.

Ваша жизнь должна быть лучшей. Инженер, который построил 40 мостов, будет более опытным, чем тот, кто построил всего пару. Модель, которую Вы передаёте Вашему Магистру Химии сейчас, должна быть более совершенна, чем та, которую Вы давали ему в 20 лет. Несмотря на чувство, что Ваше сердце выходит из строя, а желудок слаб, Вы должны хвастаться тем, насколько лучшее сердце Вы создаёте сейчас, чем несколько лет назад; насколько более совершенен Ваш желудок, чем когда Вы главенствовали над ним.

Прочитайте небольшую прилагаемую брошюру. Выберите идеальную картину или статуэтку мужчины или женщины, на кого Вы бы хотели быть похожи. А затем смоделируйте себя на этой основе. В течение одиннадцати месяцев эта модель станет ВАМИ!

Искренне Ваш,

P.S. Я оставил лучшее из этого курса напоследок. В последнем Томе я поведаю Вам о «Даре Магов» –

величайшем из всех даров, способности выигрывать и сохранять ИДЕАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ. После того, как Вы примените на практике описанные в этом письме инструкции, отправьте форму, приведённую ниже, с одним долларом оплаты за 7-й Том.

* * * * *

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Вы помните о том, как в письме, сопровождавшем 1-й Том *Книги Жизни*, доктор Кэбот из Гарварда показал, что три четверти всех заболеваний излечиваются самостоятельно? Доктор Рэймонд Перл из Университета Джона Хопкинса написал подобную статью для последнего номера *Америкэн Меркьюри*. Прочитую его:

«Тот факт, что исцеление происходит в первую очередь благодаря врождённым биологическим силам организма, составляет основу философии и успеха веры церкви Христианской Науки. Последователи этого культа, несомненно, дают людям *vis medcatrix naturae* – более свободную и честную возможность самоизлечения, какую не может дать почти никто в современной цивилизации».

Одним словом, похоже на то, что в следующей индийской поговорке содержится изрядная доля истины:

«Бог даёт людям манго;
Фермер сажает семена.
Бог исцеляет больного;
А награду получают доктора».

Возьмите, к примеру, чудеса в Лурдесе; или в Сент-Анне-де-Бопре; или в любом из сотен храмов по всему миру. Посмотрите, как исцеляет Христианская Наука, Новое Мышление, Духовные Целители. Что лежит в основе этого?

Всего две вещи:

- 1-я – *Страстное Желание*
- 2-я – *Вера*

«Что ты желаешь, чтобы я сделал для тебя?» – спросил Иисус у слепого человека. «Боже, я хочу вернуть своё зрение». И Иисус вновь спросил у этого калеки у овечьей купели: «Ты действительно этого желаешь?»

«Конечно, он желал этого», – скажете Вы. Но это не то желание, которое большинство инвалидов и немощных лелеют в своём подсознании. Вместо этого они страстно желают внимания и сострадания. Они визуализируют боль, дефективность. Вместо того чтобы концентрировать свои мысли на одном преобладающем желании быть исцелёнными, они тратят их на множество незначительных желаний.

В первую очередь, у Вас должно быть Искреннее Желание. Это Молитва. Затем Вера – тот тип веры, на которую Иисус часто ссылался, когда говорил: «Твоя вера сделала тебя полноценным». Вы должны верить – не в то, что Вы БУДЕТЕ исцелены, а в то, что Вы УЖЕ исцелены.

Как Вы можете обрести подобную веру? Для тех, кто считает необходимым делать что-то материальное, есть простой совет:

Каждую ночь, прежде чем лечь спать, и каждое утро, перед тем, как Вы соберётесь вставать, положите Вашу руку на место беспокоящего Вас органа и попробуйте представить себе идеальный образ этого органа. Увидьте его таким, каким он должен быть. Представьте, как он энергично и должным образом выполняет свою работу. Закройте свой разум для всего остального и сконцентрируйте свои мысли только на этом органе.

Вы почувствуете, как через Ваши пальцы передаётся приятное ощущение тепла, как кровь усиленно приливает к этому органу. Таким образом, Вы увидите, что Ваше подсознание узнало о Вашей нужде, и теперь отправляет кровь к поражённому органу, вымывая из него инфекцию, перестраивая и заменяя все изношенные или больные ткани.

Почувствуйте удовлетворение от мыслей, что Ваши проблемы ушли, а тело исцелено. Ложитесь спать с благодарностью, оберегаемые знанием, что Вы УЖЕ исцелены; что Вас больше никогда не побеспокоит боль, которую раньше причинял проблемный орган; и что если вдруг какой-либо другой орган начнёт Вас беспокоить, Вы сможете вылечить его также легко тем же самым способом.

Вы увидите, что всё сводится к одному факту – Разум управляет всем. Доводилось ли Вам когда-нибудь порезать палец? Кто останавливал кровотечение, закрывал рану и сплетал новую кожу? Кто призывал на помощь маленькие фагоциты, чтобы убить септических микробов?

Определённо, это было не Ваше сознание. Большинство людей даже не знают о существовании «подобных животных». Их

сознательное мышление не знает ничего необходимого для исцеления. Откуда же тогда поступает информация? Где находится гений, который всем руководит? Не тот ли это разум, который заставляет работать Ваши сердце и лёгкие, пока Вы спите; который регулирует работу печени и почек; который заботится обо всех функциях Вашего тела?

Этот разум находится в Вашем подсознании. С должным Вашим участием Ваше подсознание сможет выполнять эту работу бесконечно, поддерживая каждый Ваш орган в идеальном состоянии, заставляя Ваш организм работать, как часы.

Но Вы должны относиться крайне ответственно к подобному внушению. Беспокойство о болезни или инфекции, мысли о том, что Вы стареете, или о том, что какой-то из Ваших органов становится слабым, приведут Ваш организм именно к тому состоянию, которое Вы внушаете своему подсознанию. Но убедите себя в том, что Вам не опасны никакие инфекции, думайте о том, что Вы здоровы и сильны, и это будет реализовано, будто по указу.

Итак, Вы должны осознать следующее: Прежде чем что-то будет сделано, у Разума для этого должна быть соответствующая модель. Прежде чем дом можно будет построить, должен быть его план, детальный чертёж, по которому строить.

Прежде чем Вы появились на свет, у Вселенского Разума была модель, по которой Вы были созданы. Эта Модель была идеальной тогда. И она идеальна сейчас. Единственная идея о Вас, которую знает Вселенский Разум, – это идеальная модель, по которой идеальными штрихами создаётся каждый организм.

Ваше тело меняется каждый миг. Каждая клетка, каждый организм постоянно перестраивается. Почему бы не перестроить свою модель, изменив старые, несовершенные штрихи? Почему не создать соответствующую мысль для Вселенского Разума? Вы можете сделать это. И сущность этого процесса заключена в словах Господа Бога: «Чего бы вы не желали, когда молитесь, ВЕРЬТЕ, что вы это получили, и у вас БУДЕТ это».

Имейте в виду, что Он не говорил: «Верьте, что вы достигнете этого». Он сказал: «Верьте, что вы ПОЛУЧИЛИ это». Знайте, что НАСТОЯЩИЙ Вы – образ, который Вы держите в подсознании – идеален. Верьте, что у Вас и ЕСТЬ этот идеальный образ. В тот день, когда Вы сможете донести Ваше искреннее убеждение до Вашего подсознания, Вы будете исцелены.

Искренне Ваш,

P.S. Если Вы ежемесячно оплачивали счета за книги, сейчас Вам остаётся заплатить только \$2.

Чтобы поскорее оплатить эти счета, я собираюсь прислать копию книги Редьярда Киплинга «Независимость» – БЕСПЛАТНО – всем, кто отправит \$2 в течение 10 дней с момента получения 7-го Тома. Просто впишите Ваше имя в небольшой прилагаемый проспект, приложите чек, почтовый перевод или двухдолларовую купюру, и отправьте всё это по почте в прилагаемом конверте.

* * * * *

Цель повторного рекламного письма – превратить интерес, проявленный к вашему рекламному проспекту, в действие, необходимое для совершения покупки. Прежде чем вы сможете сделать это, вам нужно найти для этого подходящую приманку. И вот тут мы видим явное преимущество повторного рекламного письма по сравнению с торговыми агентами.

Торговый агент может возвращаться к потенциальному клиенту день за днём, неделю за неделей, но это весьма дорогой процесс, и с каждым визитом становится всё более трудно привлечь внимание клиента. Кроме того, если торговый агент использует весь свой арсенал при первой встрече и не сможет найти стимула для своего клиента, его затея провалилась.

По почте, с другой стороны, вы можете пробовать различные приманки каждый раз. Конечно, вам не удастся найти универсального обращения для всех ваших проспектов, но довольно легко найти шесть или семь обращений, которые затронут сердца многих, заставив их достать из кармана джинсов деньги и обеспечить вам величайший объём продаж. И именно это и является единственной целью повторного рекламного письма.

МЫ ПОМОГАЕМ ОТКРЫТЬ МАГАЗИН

КТО может использовать письма с наибольшей выгодой? К какому виду бизнеса, и для каких целей письма подходят лучше всего?

Вы очень часто можете услышать подобный вопрос, и ответы на него будут такими же различными, как и люди, дающие их. Наш личный опыт показывает, что каждый, у кого есть что-то на продажу, может использовать письма тем или иным способом для увеличения продаж.

Это очень хорошо иллюстрирует опыт одного молодого человека, который обратился к нам за помощью несколько лет назад. Он был помощником оптового покупателя женской одежды массового производства. В ходе закупок для загородных магазинов они набирали бесчисленное множество разрозненных товаров, которые можно было приобрести со скидкой от 40 до 75 процентов от их оптовой цены. Некоторые из купленных ими предметов одежды были первоначальными моделями. Другие оказались немного запачканными образцами, демонстрировавшимися на манекенах. Но большая часть приобретённой ими одежды была идеальной по всем параметрам, правда это были лишь её остатки.

Проблема заключалась в том, что было всего по нескольку экземпляров каждого вида – недостаточно для того, чтобы организовывать серьёзную рекламу. Да, покупатель мог написать в один из его загородных магазинов и попросить прислать ему платье, но к тому времени это платье уже мог перехватить кто-то другой. Поэтому большинство загородных покупателей проходили мимо.

Но десятью годами ранее главе фирмы этого оптового покупателя пришла в голову идея – брать по нескольку лучших из этих товаров, выставлять их в своём собственном офисе, а затем распространять открытки, рассказывающие о товарах по сниженным ценам, среди девушек, которые работают в близлежащих офисах. Это не отнимало много времени, и он так рассудительно отбирал товары, что ему удавалось предлагать каждое платье как минимум по его обычной оптовой цене! На протяжении десяти лет он продавал платья на \$1,000 каждую неделю!

Но в то время как этого доказательства знаменитого высказывания Эмерсона было достаточно для главы концерна, наш юный друг чувствовал, что можно найти какой-то комплексный способ сообщения людям об имеющихся у них товарах, чтобы гораздо быстрее привести весь мир к дверям их офиса. Он видел в этом способе огромные возможности для развития. Но «босс» был удовлетворён текущим прогрессом, и у молодого человека не было не только ничего, чтобы начать своё независимое дело, но также дома его ждали жена и ребёнок, которым было нужно питаться.

В конце концов, наш юный друг (которого мы будем называть Джонсом) убедил пару своих друзей вложить деньги в его идею. Он собрал \$3,000 и с этими \$3,000 начал собственное дело. Имейте в виду, что на эти \$3,000 ему предстояло не только открыть офис с одеждой, платить за аренду и помощь, но вдобавок ко всему

он и его семья должны были жить на эти деньги, пока его бизнес только начинал развиваться.

Так что на рекламу оставалось не слишком много. Тем не менее, рекламу было необходимо организовать, чтобы начались продажи, потому что каждая неделя промедления «съедала» часть капитала на непродуктивные расходы. После долгих размышлений он решил рискнуть 20-ю долларами в неделю в качестве рекламных ассигнований, и эти деньги были вверены нам!

Вы можете сказать, что за \$20 в неделю немного можно сделать для начала нового бизнеса. Но, тем не менее, \$20 могут покрыть расходы на отправку тысячи писем третьим классом. И это было именно то, что мы сделали.

Мы собрали имена деловых девушек, рассудив, что им требуется больше платьев, чем среднестатистической домохозяйке, и что у них гораздо меньше времени, чтобы ходить по магазинам в поисках выгодной сделки. И тысяче деловых девушек каждую неделю отправлялось одно из следующих писем:

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Вы знаете, что чтобы быть хорошо одетым, не обязательно тратить много денег. Среди Ваших знакомых Вы можете найти дюжину женщин, которые тратят на их одежду гораздо больше денег, чем Вы, и при этом выглядят далеко не так хорошо одетыми.

Но даже при этом Вы тратите на одежду вдвое больше, чем должны!

Как мы можем это доказать?

Дав Вам два новых, модных платья – более красивых и более изысканных, чем любое платье в Вашем гардеробе, по цене, которую Вы сейчас платите за одно.

Невозможно? Отнюдь! Вы можете совершить выгодную для себя покупку, уже просто сравнив предложения ряда обычных магазинов. А представьте, какие возможности открылись бы перед Вами, если бы Вы сравнили предложения непосредственно производителей платьев.

Именно этим мы занимаемся ежедневно и ежечасно в качестве Оптовых Покупателей для дюжины загородных Универмагов. Каждый день мы берём образцы первоначальных моделей; платья, которые остались всего в двух или трёх экземплярах; или дизайнерские работы. И поскольку у производителей нет времени, чтобы заниматься штучным товаром, мы получаем их с такой скидкой, что можем передать их Вам даже дешевле их обычной оптовой цены!

Это означает, что мы можем предложить Вам милейшие, красивейшие платья из прекрасных тканей, стоимость которых в больших магазинах составляет от \$25 до \$85, по цене всего от \$7.50 до \$29. И ни одного из подобных платьев Вы не найдёте в магазинах по цене как минимум вдвое дороже предлагаемой нами.

У Вас также будет большой выбор размеров, цветов и типов материала. У нас есть красивые летние платья восхитительной свежести; шикарные, модные уличные платья; изысканные вечерние платья из прекрасных тканей; прелестные, изящные домашние платья.

И помните, что многие из этих платьев являются особыми дизайнерскими моделями, и они не были поставлены на поток, поэтому Вы не увидите их на каждом встречном. Они особенные, очаровательные, необычные не только своей ценою, но и гораздо более важным качеством – стилем.

Приходите и посмотрите собственными глазами. Это не будет стоить Вам ничего – от Вас не требуется что-то покупать. Просто присоединяйтесь к нам в «сравнении предложений» – посмотрите на одежду новой моды, порадайте себя этими прекрасными платьями, которые мы предлагаем, сравните цены с теми, которые Вы встречали в магазинах.

Но приходите поскорее, если можете. Мы получаем новые очаровательные модели каждый день, и Вы можете не сомневаться, что мы выставляем лучшее из того, что у нас есть. Если Вы хотите присмотреть что-то для себя, приходите поскорее, пока эти прекраснейшие и наиболее выдающиеся модели ещё имеются в наличии. У нас Вы сможете найти консультантов, которые всегда будут рады что-то показать Вам, и при этом не будут требовать что-либо покупать.

Искренне Ваши,

* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Каждая женщина, неважно, сколько денег она тратит на одежду, любит выгодные предложения, когда при этом ей не нужно жертвовать качеством или стилем.

Вы знаете это.

И Вы также знаете, что умение хорошо одеваться зависит не столько от количества денег, сколько от дара выбирать шикарные, модные предметы одежды с особым стилем.

Многие женщины обладают этим даром. Но их меньшинство.

Если Вы одна из счастливых обладательниц этого дара, Вы можете сэкономить половину стоимости каждого платья, которое покупаете. И в то же время Вы получите особенное, модельное платье, искусно сшитое из особых материалов.

Вы знаете, какие выгодные предложения Вы можете случайно обнаружить даже в обычных магазинах, просто сравнив предложения нескольких из них. А представьте, какие выгодные предложения можно найти, сравнив предложения непосредственно дизайнеров и производителей платьев!

Именно этим мы занимаемся ежедневно и ежечасно в качестве Оптовых Покупателей дюжины загородных Универмагов.

Каждый день мы получаем платья первоначальных моделей и дизайнерскую одежду, а так как у производителей нет времени, чтобы заниматься штучным товаром, мы получаем их с такой скидкой, что можем передать их Вам даже дешевле их обычной оптовой стоимости – *вполовину от той цены, по которой они продавались бы в обычных магазинах!*

У Вас также будет огромный выбор из различных размеров, наиболее модных цветов и материала. У нас есть прекрасные осенние и зимние платья; шикарные, модные уличные платья; изысканные вечерние платья; прелестные, изящные домашние платья; чудесные пальто и шали.

И, конечно, среди них Вы также найдёте и обычные модели, как те, что продаются в магазинах. Но только наши платья продаются по цене вдвое ниже, чем в магазинах. А всё потому, что у наших поставщиков из числа производителей одежды мы получаем много единичных экземпляров одежды с 30-, 40- и даже 50%-ной скидкой по сравнению с обычными оптовыми ценами!

Приходите и посмотрите собственными глазами. Пэтти Прим приглашает Вас! Это ничего не будет Вам стоить – Вы не будете обязаны что-то покупать.

Просто сделайте то же, что мы делаем в демонстрационных залах производителей – «сравните предложения». Посмотрите на последние новинки моды; сравните цены, дизайн и качество с тем, что Вы можете найти в магазинах.

Но приходите поскорее, если можете. Мы получаем новые очаровательные модели каждый день, и Вы можете не сомневаться, что мы выставяем лучшее из того, что у нас есть. Если Вы хотите присмотреть что-то для себя, приходите поскорее, пока эти прекраснейшие и наиболее выдающиеся модели ещё имеются в наличии. У нас Вы сможете найти консультантов, которые всегда будут рады что-то показать Вам, и при этом не будут требовать что-либо покупать.

Искренне Ваши,

P.S. Помните: сейчас мы находимся на шестом этаже в гораздо большем помещении – №603. Воспользуйтесь лифтами #2 или #3. Мы находимся прямо перед центральным лифтом.

* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Какой размер платья Вы носите?

Если это 16-й, 18-й или 36-й размеры, то я могу сэкономить Вам половину стоимости платья и в то же время предложить Вам такую особенную, такую стильную, такую необычную модель, какую Вы не найдёте на всей Авеню.

И даже для больших размеров мне иногда удаётся делать подобные предложения, но если Вы носите 16-й, 18-й или 36-й размеры, Вы всегда можете найти у нас платья своего размера.

Вы знаете, как работают производители платьев. Их дизайнеры создают наброски различных моделей каждый сезон – прекрасные, специально разработанные модели ручной работы. От некоторых отказываются, потому что их производство стоит слишком дорого. От других – потому что они чем-то не понравились производителю. Производство лишь некоторых ставится на поток. Остальные модели распродаются.

Эти «первоначальные модели» мы и предлагаем Вам. Посещая каждый день производителей в качестве Оптовых Покупателей для загородных магазинов, мы получаем эти платья по такой низкой цене, что можем предложить их Вам в половину дешевле, чем подобные предметы одежды продаются в любом магазине.

Каждое из этих платьев существует в одном или двух экземплярах, поэтому никакой большой магазин не может

позволить себе тратить на них своё время. Но, собирая их у множества различных производителей, мы всегда имеем огромный выбор под рукой.

Приходите и посмотрите на них – даже просто ради того, чтобы увидеть весь ассортимент прекрасных стилей и материала этих платьев. Часто они создаются и в больших размерах, так что у Вас есть все шансы найти среди этих 400 платьев модель такого стиля, из такого материала и такого размера, как Вы желаете.

Вам ничего не стоит посмотреть на них, но Вам определённо стоит УВИДЕТЬ, что Вы можете сэкономить половину денег и в то же время получить такое же прекрасное платье, как то, что Вы когда-либо покупали вдвое дороже.

Искренне,

* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

У Вас когда-нибудь был такой друг, который мог бы привести Вас к производителю одежды, чтобы Вы выбрали точно такую модель платья, как Вы желаете, *по оптовой цене?*

Помните, как это было выгодно – насколько ниже, чем в обычных розничных магазинах, была цена?

Что ж, именно такую услугу мы предлагаем Вам на ВСЕ Ваши платья и пальто. Мы не ведём Вас к какому-то одному производителю. Мы делаем лучше. Мы берём лучшее из запасов сотни производителей, чтобы предоставить Вам большой выбор, *по оптовым ценам.*

Вот, как нам это удаётся. В качестве оптовых покупателей для нескольких загородных магазинов, мы посещаем окружных производителей каждый день. Вы знаете, какую выгоду можно получить, даже просто сравнивая предложения различных магазинов. А представьте, что мы каждый день сравниваем предложения непосредственно производителей! Когда они выставляют что-то «особенное», или когда у них остаётся всего несколько экземпляров определённой модели, или когда они заканчивают копирование их дизайнерских моделей, *мы забираем это.*

В подобных случаях производители, которым некогда заниматься такими маленькими партиями товара, предлагают

нам назвать собственную цену. В результате мы можем предложить Вам множество оригинальных, красивых сезонных моделей всех размеров, самых модных цветов из самых модных материалов *даже дешевле их обычных оптовых цен!*

Приходите и посмотрите собственными глазами. Это не будет стоить Вам ничего. И если Вы сможете сэкономить половину денег на всех Ваших платьях, Вам стоит об этом знать. Обязательно загляните к нам, прежде чем покупать следующее платье.

Искренне,

* * * * *

С самой первой недели эти письма начали приносить изрядную прибыль – примерно от \$200 до \$300 в неделю. И выгода была настолько значительной и очевидной, что многие возвращались с друзьями. Джонс прикинул, что пройдёт примерно год, прежде чем он сможет увидеть чистую прибыль, когда полностью вернёт первоначальный взнос и вычтет деньги, необходимые на жизнь. Но уже к концу первых семи месяцев он не только заработал столько денег, чтобы покрыть все эти расходы – его бухгалтерские книги показали \$18 чистой прибыли сверх этого! Немного, конечно, но с этого момента начался его стабильный рост. К концу первого года работы его продажи с помощью согласованной рекламы вышли на уровень, к которому фирма, где он работал до этого, шла десять лет – \$1,000 в неделю!

И тогда, и сейчас, конечно, были специальные распродажи, и на них список покупателей увеличивался с помощью писем гораздо эффективней, чем на обычных рассылках. Вот три из этих «Специальных Предложений», которые обеспечили необычайно хорошие результаты:

Началась наша первая ПОЛНАЯ РАСПРОДАЖА!

200 шикарных, модных платьев из последней зимней коллекции со скидкой от 33 1/3% до 50% *от оптовых цен!*

Производители закончили работать над весенними моделями одежды, и к концу месяца они отдадут нам их образцовые платья, дизайнерские модели и т.д. новейших весенних стилей. Тогда уже никто не захочет покупать зимние платья, поэтому мы должны очистить наш склад от более чем 200 зимних моделей, прежде чем начнётся сезон весенних платьев.

Это означает, что на этот месяц мы собираемся забыть о всякой прибыли – мы продаём всё по оригинальной цене – больше чем в половину дешевле оптовых цен!

Так как мы никогда не покупаем ничего из того, что невыгодно, совершая наши ежедневные визиты к производителям

в качестве оптовых покупателей для пятнадцати загородных универмагов, мы можем позволить себе сделать такое выгодное предложение.

Модные уличные платья, шикарные, красивые вечерние платья – все они здесь, более 200 моделей всевозможных размеров, чтобы Вы могли выбрать то, что подходит именно Вам. И помните: это особые дизайнерские модели – большинство из них уникально не только по своей цене, но ещё и по гораздо более важному качеству – *стилю*.

Приходите и посмотрите на них. Такой удобной возможности Вам никогда не предложит ни один магазин. Лучше приходите поскорее, пока не закончилось всё лучшее. Каждое предлагаемое нами платье предоставляет потрясающую выгоду, но если Вы придёте сейчас, в Вашем распоряжении будет такой широкий ассортимент стилей и моделей, о котором мечтает каждая женщина, и это уже будет невозможно повторить, когда запасы будут распроданы.

* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

«Назовите Вашу цену», – сказал производитель.

И мы сделали это.

У этого производителя тысячи долларов «застряли» в новых моделях дамских платьев осенней и зимней коллекций. Это очень крупный и хороший производитель. С излишними запасами прекрасного товара в стилях и расцветке современной парижской моды. Обширные запасы – это прекрасно, но ему были нужны деньги.

«Товары должны быть распроданы, – решил производитель, – немедленно!»

Мы выбрали 300 лучших моделей из предлагаемого им товара и назвали свою цену за них. Цена была принята без придинок и вопросов. В результате мы можем предложить Вам милейшие, самые изысканные и модные платья, достойные самой Авеню, по цене не только ниже розничной, а на самом деле слегка превышающей цены производителя!

Неожиданная удача – не только для нас, но и для Вас. Эти новые осенние и зимние модели – новые ткани, новый покрой, последние варианты новых потрясающих форм – их появления

ожидали в Универмагах в грядущем сезоне. Никаких нестандартных сделок. Только новые товары, соответствующие парижской моде. Полностью.

Конечно, Вы не можете представить себе полную картину с помощью одной лишь страницы печатного текста. Но Вы СМОЖЕТЕ сделать это, посмотрев на одежду. Один взгляд на швы – ручная работа. Лёгкие, прекрасные, богатые ткани. Роскошный стиль. И мы можем прибавить к этому репутацию производителя.

Приходите и посмотрите собственными глазами. Вы знаете, что это ничего не будет Вам стоить, и как минимум Вам стоит посмотреть на эти платья, потому что Вы можете выбрать прекрасную модель этого сезона по оптовой цене.

Лучше приходите поскорее – пока в запасе ещё есть всё самое лучшее, пока у Вас будет огромный выбор моделей.

Сердечно Ваши,

* * * * *

ДОРОГАЯ МАДАМ:

Каждый сезон, когда поток заказов иссякает, крупные производители платьев делают глубокий вдох и начинают избавляться от своих запасов, готовясь к появлению образцов для нового сезона.

И они всегда находят платья, которые по каким-либо причинам остались со времени активных продаж: либо они были зарезервированы по запросу одного из торговцев для какого-то особенного покупателя, а затем запрос был отменён; либо они были помечены как «отложенные», а причина этого была забыта; а часто они просто случайно выпадают из поля зрения производителя.

Как правило, эти платья – лучшие из запасов, но от них нужно быстро избавиться, не гонясь за выгодой, чтобы подготовить помещение для ассортимента грядущего сезона; место гораздо более ценно, нежели одежда.

Если бы их было много, и если бы в наличии имелся весь диапазон размеров, крупные универмаги молниеносно расхватили бы эти платья. Но у каждого производителя осталось всего по нескольку штук – может быть, от шести до восьми, а может – дюжина. Поэтому универмаги не могут позволить себе иметь дело с такими партиями.

В качестве Оптовых Покупателей для дюжины загородных универмагов, мы постоянно просматриваем запасы производителей и выбираем у каждого лучшие из платьев, создавая полный ассортимент разнообразной по дизайну, модным цветам и качественным материалам одежды; ассортимент, достойный самой Авеню.

И цены – Вы знаете, какие выгодные сделки Вы можете совершить, даже просто сравнивая предложения обычных магазинов. А представьте, какие цены мы получаем от производителей на эти «остатки». Цена на треть или даже на половину ниже обычной *оптовой цены* – вполне естественное явление, поэтому мы можем передать эти платья Вам за половину или даже меньше, чем за половину стоимости, устанавливаемой на эти модели любым розничным магазином.

И в то время как производители распродают эти платья, потому что завершён сезон их производства, *Сезон Ношения только начался!*

Производители уже начинают работать над Летними Платьями, а мы получаем лучшие из их Весенних Моделей – красочные платья ослепительной свежести, прекрасная одежда из отличных тканей, костюмы для любого настроения и случая, которые обошлись бы Вам в любом магазине от \$25 до \$75.

И мы можем отдать их Вам за половину или даже меньше, чем за половину их стоимости – на самом деле даже дешевле оптовой цены!

Какой бы материал ни был мил Вашему сердцу – крепдешин, кантон, рошанара, джерси – здесь Вы найдёте всё. Жёлто-коричневый, тёмно-синий, серый, зелёный – все цвета, что Вы можете себе представить – Вы найдёте их в этих очаровательных, пленительных платьях уникальных моделей. Все они представляют современную моду, и они сделают Ваш весенний шоппинг восхитительным приключением.

Приходите и посмотрите на эту коллекцию. Неважно, что говорим мы – приходите и узрите истину собственными глазами. Вы не обязаны ничего покупать. Просто присоединяйтесь к «походу по магазинам».

Вы знаете, что ничего не стоит посмотреть, но Вам стоит знать, что Вы сможете сэкономить половину денег на Вашем весеннем гардеробе или получить за эти же деньги вдвое больше платьев, поэтому ЗАГЛЯНИТЕ сюда в любой день, прежде чем купите следующее платье.

Искренне Ваши,

* * * * *

В следующем году он обнаружил, что необходимо вдвое увеличить размеры офиса. Годом позже был открыт ещё один офис, следом за которым последовало открытие и третьего.

Это один из ответов на вопрос, в каких видах бизнеса можно использовать преимущества почтовых отправок. Мы видели так много других примеров, что очень трудно выбрать из них лучшие, которые стоило бы привести здесь.

Возможно, одним из лучших примеров будут костюмы для мальчиков, так как их особенно сложно продать почтой, потому что весьма трудно найти список людей с сыновьями того возраста, которым бы подошли ваши костюмы. Мы решили эту проблему, скооперировавшись с издателями журнала для мальчиков от десяти до четырнадцати лет, чтобы использовать их список клиентов, и разослали по этому списку следующие письма:

ДОРОГОЙ РОДИТЕЛЬ:

Вы знаете, что происходит с парой детских штанов у активного мальчика. Задняя часть быстро протирается, или на одном колене появляется постоянно увеличивающаяся дырка. Мы привыкли думать, что только чугунные штаны смогли бы выстоять перед здоровым, активным ребёнком.

Но в Англии Адмиралтейство столкнулось со сходной проблемой у брюк матросов. Спуск по верёвкам, бег по кораблям и контакт с солёной водой оказались более суровы к одежде, чем среднестатистический подросток, и Адмиралтейству до некоторого времени приходилось тратить очень много денег на обеспечение матросов целыми брюками. Теперь у них есть идеальная шерстяная ткань, настолько крепкая и прочная, что позволяет носить обычную одежду в четыре и пять раз дольше!

Мы услышали об этой новой ткани и решили попробовать использовать её в наших Костюмах для Мальчиков. И мы обнаружили, что она способна противостоять даже самым находчивым детям! Деревья, кусты, заборы, доски – ничто не может повредить эти длинные, сильные пряди из чистой девственной шерсти. А ко всему прочему эта прекрасная ткань отлично выглядит, как может выглядеть только английская шерсть – такой стиль и блеск может показать только настоящая, импортная шерсть. Никакая имитация не будет выглядеть так роскошно. Ничто больше не сможет так долго сохранять свои очертания и прекрасный внешний вид, противостоя жесточайшей носке.

Я собираюсь прислать Вам в течение следующих нескольких дней совершенно новый Весенний Костюм для Вашего мальчика, сделанный из этой прекрасной импортной английской шерсти, чтобы Вы могли УВИДЕТЬ СОБСТВЕННЫМИ ГЛАЗАМИ, насколько хорошо выглядит этот костюм, насколько идеально он подогнан по размерам, как хорошо он подчёркивает линии фигуры ребёнка, и даже как он будет носиться! Я собираюсь прислать Вам этот костюм – безо всяких обязательств с Вашей стороны – чтобы Вы исследовали, испытали его и на самом деле УВИДЕЛИ разницу между ним и тем костюмом, что сейчас носит Ваш мальчик.

Есть только одно условие – я не могу прислать его Вам, пока Вы не сообщите мне возраст Вашего сына, его рост и вес. Вы можете сделать это мгновенно, воспользовавшись прилагаемой открыткой.

Когда я пришлю Вам костюм, Вы абсолютно не будете обязаны платить за него. Вы можете вернуть его по ЛЮБОЙ причине или вообще без причины.

Как видите, наша фабрика специализируется на Костюмах для Мальчиков.

Наша компания делает одежду для мальчиков уже более 100 лет, поэтому мы знаем обо всём, что может сделать активный ребёнок с костюмом – знаем даже лучше Вас.

Мы знаем, как сделать швы и пришить пуговицы настолько надёжно, чтобы ребёнок не смог оторвать их. Мы знаем, как скроить костюм так, чтобы дать свободу для игры активным рукам и ногам, и при этом сохранить стиль, который придаст Вашему ребёнку мужественный вид. Но до тех пор, пока мы не нашли эту импортную английскую шерсть, мы не знали, как сберечь костюм от изнашивания. Теперь мы знаем и это.

Итак, мы делаем Вам наше Специальное Предварительное предложение – новый весенний костюм из импортной английской шерстяной ткани, чистой и полностью шерстяной. Насыщенный тёмно-синий цвет. Стиль, достойный дизайнеров Пятой Авеню. Настоящий костюм «Смит & Смит», скроенный и сшитый так, как могут шить только люди, занимающиеся производством Костюмов для Мальчиков всю свою жизнь. Пиджак, рубашка и брюки – все три по низкой цене «Прямо-с-Фабрики-для-Вас» – всего \$13.85!

И ВДОБАВОК, мы пришлём Вам дополнительную пару детских штанишек – БЕСПЛАТНО! Не потому, что они понадобятся Вашему мальчику – он никогда не сносит первую пару, но Вы сможете

использовать их в качестве альтернативы, пока первая пара будет стираться.

Это специальное Предварительное Предложение. Оно делается только определённому списку избранных, и его нельзя передать другому. Мы делаем это предложение всего нескольким семьям, чтобы они ПОПРОБОВАЛИ эту новую импортную английскую шерстяную ткань, зная, что как только об этой ткани пойдут слухи, мы с лёгкостью начнём получать заказы на наши костюмы.



Никаких Денег – Никакого Риска

Просто отправьте прилагаемую открытку – без денег. В ответ почтово-посылочной службой Вам придёт костюм из тёмно-синей английской шерстяной ткани, чистошерстяной, идеальных размеров для Вашего мальчика – по цене «Прямо-с-Фабрики-для-Вас» всего в \$13.85. И вместе с ним – БЕСПЛАТНО – дополнительная пара штанишек из точно такой же ткани.

Испытайте Костюм на своём ребёнке. Сравните его с теми, что у него были до этого – с любым, который Вы можете найти в магазинах. Если по какой-либо причине Вы захотите расстаться с ним – ОТПРАВЬТЕ ЕГО ОБРАТНО! Если Вы сможете

найти где-нибудь подобный костюм меньше, чем за \$25.00 -
ОТПРАВЬТЕ ЕГО ОБРАТНО!

Но если Вы почувствуете, как и мы - люди, которые выпускают одежду для мальчиков уже более 100 лет - что Вы экономите как минимум \$10.00 с этим костюмом, тогда пришлите нам всего \$13.85 и ОСТАВЬТЕ ШТАНИШКИ БЕСПЛАТНО!

Никаких денег - только Открытку. Но помните: она будет действовать, только если Вы отправите её немедленно! У нас было достаточно этой импортной английской шерстяной ткани только для 450 Костюмов. Пройдёт ещё восемь недель, прежде чем мы получим следующую партию. Вы должны отправить прилагаемую открытку СЕЙЧАС, или будет слишком поздно.

Искренне Ваши,

* * * * *

ДОРОГОЙ РОДИТЕЛЬ:

Вы дадите мне немного «личной информации» о Вашем сыне - всего лишь его рост, вес и возраст?

Я хочу прислать ему новый Весенний Костюм из импортной английской шерстяной ткани для пробы - АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО. Но я не могу прислать костюм подходящего размера, не зная его рост и вес.

За прошедшие пятьдесят лет мы одели более 1,000,000 мальчиков по всему свету в Костюмы «Смит & Смит». Многие из них никогда не носили одежды другой фирмы, потому что Костюмы «Смит & Смит» - это настолько добротная сделанная, идеально сидящая одежда, что все родители желают видеть её на своём ребёнке.

Как видите, за те 106 лет, что мы шьём одежду для мальчиков, мы научились создавать идеальные модели пиджаков для мальчиков, которые при этом не стесняют руки и плечи, чтобы не мешать игре; мы научились делать такие швы и так пришивать пуговицы, что даже самый активный мальчик не сможет оторвать их; научились делать такие костюмы, которые не только хорошо носятся, но и ВЫГЛЯДЯТ по последней моде.

Но Вот, Я Верю, Величайшее Усовершенствование, Которое Когда-либо Производилось над Костюмами для Мальчиков:

Новая импортная английская шерстяная ткань, которая НЕ ИЗНАШИВАЕТСЯ! Да-да, мы говорим на полном серьёзе – она не изнашивается! Ваш мальчик вырастет из этой одежды раньше, чем успеет её сносить!

Это ткань, которая оказалась идеальной для Британского Адмиралтейства. Вы знаете, каким испытаниям подвергаются брюки матросов – в них скользят по верёвкам, носятся по кораблям, дряют палубы, и они мокнут в солёной воде. Адмиралтейство никак не могло найти ткани, которая бы выстояла в этих испытаниях, пока они не создали эту. Теперь они не могут изнашивать её!

Тёмно-синяя, лёгкая и богато выглядящая ткань. Невозможно повторить редкую красоту, прочность и износоустойчивость этой оригинальной импортной английской шерстяной ткани. Никакая имитация не будет так роскошно носиться, сохранять свой стиль и форму после такой жестокой эксплуатации, как эта английская ткань.

Аккуратно скроенный, прекрасно сшитый, как умеют только мастера «Смит & Смит», этот костюм подарит Вам ощущение вещи, сделанной по персональному заказу, и неповторимое удовольствие при ношении.

К тому же наша Первоначальная Цена «Прямо-с-Фабрики-для-Вас», действительная только в течение 10 дней, – НЕ \$25.00, и даже не \$20.00 – А ВСЕГО \$13.85! Мы не верим, что Вы сможете найти подобный по шитью и прелестному виду костюм менее чем на \$10.00 дороже этой низкой цены.

Как МЫ можем делать такое предложение? Только благодаря исключению накладных расходов и процентов посредников, продавая вещи Вам прямо с Фабрики. По своему стилю, шитью, прекрасному внешнему виду и, что самое важное, по УДОБСТВУ НОШЕНИЯ этот костюм стоит все \$25.00. Но мы можем позволить сбересть часть Ваших денег, продавая и отправляя Вам товар прямо с Фабрики, не прибавляя при этом к цене никаких ненужных дополнительных расходов, которые могли возникнуть на пути от нас к Вам.

Вы впишете данные о росте, весе и возрасте Вашего мальчика в прилагаемую открытку и отправите её незамедлительно? Тогда мы сможем прислать ему один из этих прекрасных, новых Костюмов из импортной английской шерстяной ткани именно его размера – с уже оплаченными почтовыми расходами почтово-посылочной службой для недели БЕСПЛАТНОЙ ПРОБЫ.

Вы можете спокойно рассмотреть его на досуге, и никакие настойчивые служащие не будут стоять у Вас за спиной. Если это не самый прекрасно выглядящий костюм, который Вы видели на своём сыне – отправьте его *обратно!* Если Вы сможете найти похожий по стилю, шитью или прекрасному внешнему виду костюм менее чем на \$10.00 дороже – **ОТПРАВЬТЕ ЕГО ОБРАТНО!**

Вам не кажется это весьма справедливым предложением? Мы верим, что оно настолько необычайно справедливо, что все костюмы, для производства которых у нас хватило ткани, разлетятся в течение недели по этой выгодной цене всего в \$13.85. И пройдёт не менее двух месяцев, прежде чем мы получим очередную партию ткани из Англии.

Не считаете ли Вы, что лучше бросить Вашу открытку в почтовый ящик **ПРЯМО СЕЙЧАС** – пока Вы ещё можете воспользоваться преимуществом этого **Специального Предложения?**

Искренне Ваши,

P.S. Если Ваша открытка будет получена в течение 10 дней, мы пришлём Вам дополнительную пару детских штанишек – **БЕСПЛАТНО!** Не потому, что они понадобятся Вашему мальчику – он никогда не сносит и первой пары – а чтобы Вы могли иметь альтернативу на время стирки.

* * * * *

Подобно тому, как мы привлекали внимание людей к костюмам для мальчиков, мы поступили и с Клубом «Книга Месяца» для мальчиков и девочек. Следующее письмо повторяло основные идеи, использовавшиеся в те дни компанией «Кольер» для серии «Детская Классика», но листовка была совершенно новой. Вот это письмо. А за ним последует и листовка:

ДОРОГОЙ РОДИТЕЛЬ:

Вы знаете, как маленькие дети любят хорошие истории; как они готовы слушать их вместо принятия пищи, игры или сна; как они порою умоляют Вас рассказать им историю, почитать им.

Они будут читать что-нибудь, Вы знаете это. И то, что они будут читать, определит – какими они станут в будущем. Это их герои, их идеалы, мужчины и женщины, которые кажутся настолько прекрасными, что им стоит подражать; это формирует характер детей и оставляет отпечаток на их дальнейшей жизни.

Если бы Вы могли выбрать из всей литературы мира книги, которые помогли сформировать характеры величайших мужчин и женщин; если бы Вы могли сказать, какие книги будут наиболее полезны детям при дальнейшем обучении в школе и колледже, Вы бы без колебаний достали эти книги для своих детей, независимо от их стоимости.

У немногих родителей есть время, чтобы собрать подобную библиотеку. На самом деле лишь некоторые преподаватели могут сделать это, не потратив много лет на чтение и изучение. **НО СЕЙЧАС**, после двухлетней подготовительной работы, **ТАКАЯ ПОДБОРКА БЫЛА СДЕЛАНА ДЛЯ ВАС** – в сотрудничестве с известной на весь мир Редакционной Коллегией, члены которой обладают такими особенными квалификациями, что Библиотеки, Школы и Колледжи по всей стране радостно приветствовали эту идею и подписались на их услуги.

Прилагаемый буклет представит Вашему вниманию имена этих известных во всём мире преподавателей. В основе их плана лежит тот факт, что школам и колледжам нужно не забивать головы учащихся фактами и рисунками, **А ЗАСТАВИТЬ ИХ ДУМАТЬ!**

Тем из Вас, кто прислушивался к бесконечным вопросам, которые задают Ваши дети, известно, как они рвутся к знаниям. Но Вы можете не знать, что как быстро правильные книги начинают отвечать на вопросы молодых умов и наставлять их на путь счастья и успеха, так дрянная литература и комиксы очень быстро направят их по противоположному пути.

Если бы величайшие эксперты мира в области детского воспитания предложили бы Вам обеспечить Ваших детей книгами, с помощью которых они начнут своё образование верным способом, Вы бы с радостью приняли эту помощь, независимо от цены. Шестеро из величайших экспертов Америки в области обучения детей *сделали* это предложение, но вместо того, чтобы платить им огромные гонорары, *Вы платите только за книги, которые они выбирают!* И даже эти книги Вы получите не по их обычной цене, а на 40-60% ниже цен книжных магазинов!

Как «Фонд для Малышей» может справиться с подобной задачей? Очень просто:

Редакционная Коллегия подразделила детей на три группы. Первая группа – для мальчиков и девочек 5, 6, 7 и 8 лет; вторая – для мальчиков и девочек 9, 10 и 11 лет, и третья группа – для мальчиков и девочек 12, 13 и 14 лет. Для каждой из групп Коллегия выбирает одну книгу каждый месяц –

ту, которая ЛУЧШЕ ВСЕГО способна заинтересовать детей, вдохновить их, дать им верные идеалы и лучшую основу для их обучения в школе.

Эта книга издаётся в большом формате, крупным, приятным глазу шрифтом, на идеальной бумаге, в крепком переплёте, который выдержит активное использование, с прекрасными цветными иллюстрациями художников, которые знают, как захватить детское воображение.

Книги подобного содержания и оформления Вы можете найти в магазинах по цене в \$5.00 за каждую. Но вместо \$5.00 члены «Фонда для Малышей» будут получать их МЕНЬШЕ ЧЕМ ПО \$1.43 ЗА КАЖДУЮ!

Почему? Потому что в то время как книги для магазинов печатаются тиражами в одну-две тысячи экземпляров, мы печатаем тиражи по 25,000 и 50,000! В то время как розничным торговцам нужно оплачивать обычные расходы крупных магазинов, аренду и накладные расходы, «Фонд для Малышей» общается с Вами напрямую по почте. Вы получаете Ваши книги ненамного дороже стоимости их печати и переплёта!

Прилагаемый Сертификат служит приглашением, которое позволит Вашему ребёнку стать *Привилегированным Членом* «Фонда для Малышей». Он стоит реальных денег – не только потому, что он обеспечивает Вас рекомендациями шести величайших преподавателей Америки; не только потому, что он позволяет Вам получать прекрасные иллюстрированные издания правильных книг за полцены и дешевле – а ещё и потому, что он защищает Вас от будущего удорожания, которое может оказаться неизбежным. Вы заполните этот Сертификат, укажете Ваши имя и адрес на нём, а затем бросите его в почтовый ящик?

Он будет приносить Вам каждый месяц по книге, которой Ваши дети смогут гордиться. Эта книга захватит их интерес и, к тому же, будет обучать их. Эта книга станет началом настоящей библиотеки и основой для прекрасного характера. Как Вы знаете, Бен Франклин любил говорить:

«Школы дают нам основы, но книги учат нас думать! Никто не может стать по-настоящему образованным и успешным человеком, пока не начнёт читать книги».

Нет такой цены за правильное обучение Ваших детей, которая была бы слишком высока. Но когда ЛУЧШЕЕ обучение оказывается настолько лёгким и дешёвым, нельзя терять ни минуты. Ваши дети читают что-то уже сейчас. Они будут

читать ещё что-то завтра. Но они не могут начать читать *правильные* книги, пока им их не дадут.

Позволите ли Вы им начать это как можно **СКОРЕЕ**, отправив обратно прилагаемый Сертификат сегодня? Наклеивать марку на конверт для ответа не требуется.

Искренне Ваши,

Is Your Child Reaching for NOTHING?

YOU KNOW how often you have heard business men complain that the average boy or girl, straight from High School or College—is trained for nothing in particular.

They have absorbed a lot of "education," but very little of it seems to fit into the work of the world. They have been working hard—but almost at nothing!

Every ambitious youngster wants to pick its way to a star, but instead of picking the particular star, most of them throw their eyes into space, figuring that there are lots of stars—but forgetting that there is a million stars in each span of stars.

Your Children CAN Be What They WANT To Be

Your children have enough good matter in their heads to reach for anything they want as their goal to be. They have enough innate ability to carry them to any height. The great need is the **URGE** that will for their children, the will set their dreaming, thinking, planning for their goal.

How are you to supply that URGE? How are you to pick the goal?

Through their lessons, their ideals. All children try to realize their hopes. All children try to reach for their ideal. Give them the right sort of direction—show them how they can follow in their footsteps—do this with conviction to do as their future did—and you will never need to worry about your children's future.

And the way to give them these hopes, these ideals—the way to show them how to follow in their footsteps—is through the pages of good books. Books that **EDUCATE** as well as entertain.

Every child loves a good story. And some of the most intensely interesting stories ever written are the very ones best calculated to fit your children's ambitions in the right direction, to lead them on to happiness and success.

Will you let world famous Authorities, those best kind to give the **HIGHEST** reading material, pick the books **YOUR** child is going to read? Will you let those excellent men and women who have given their lives to the study of the new way of child-training help to lead your child to success?

* * * * *

И мы просто обязаны привести здесь текст нашего премиального письма, которое обеспечило высочайший уровень отклика, с которым нам приходилось сталкиваться – 200 процентов по фактическому числу заказанных книг! Конечно, в рассылке была уловка, как и во всём, что обеспечивает феноменальный отклик. Уловка заключалась в том, что у нас было только 1,500 имён, и это были люди, которые написали Пелли, проявив интерес к его статье, когда он впервые напечатался в «Америкэн Мэгэзин». Мы бы не смогли проделать подобное с каким-либо другим списком – на самом деле, с обычных списков рассылки мы бы не смогли получить больший процент отклика, чем обычно. Но в ответ на эти 1,500 писем мы получили заказы на 3,000 копий книги Пелли! Вот это письмо:

ДОРОГАЯ МИСС СМИТ:

Могу ли я прислать Вам Последствия «Семи Минут в Вечности» Уильяма Дадли Пелли, в которых рассказывается о дальнейшем развитии его экстраординарного опыта; в специально подписанной им копии книги с рассказом о реальных фактах этого опыта?

Вы, конечно, понимаете, что он не мог поведать полную историю обычной аудитории, вроде читателей журнала. Факты, которые были настолько невероятными, что могли показаться выдумкой среднестатистическому читателю, были исключены из статьи. Мы убедили мистера Пелли полностью пересказать не только то, что случилось в то время, но, что ещё более чудесно, и Последствия, на публикацию которых раньше автор не давал разрешения.

Мы поместили рассказ и Последствия в маленькую подарочную книгу вместе с интересными набросками из биографии мистера Пелли и последней версией его портрета.

Но Вот, Мы Верим, Самая Важная Часть:

Мистер Пелли пообещал бесплатно поставить свой АВТОГРАФ на первой тысяче этих маленьких подарочных книг!

Я пишу Вам, мисс Смит, в первую очередь, потому что Вы проявили особенный интерес к статье, когда она была впервые опубликована. Я знаю, что Вам доставит удовольствие полная версия истории, а также Последствия. Если Вы также захотите сделать подарки Вашим друзьям, я буду рад прислать Вам столько подписанных копий, сколько смогу, если Вы оформите заказ прямо сейчас. Конечно, я буду отправлять заказы по принципу «первым пришёл – первым обслужили», но Вам я сообщаю о такой возможности в первую очередь.

Цена? Вы улыбнётесь, когда услышите о ней. 25 центов за копию, с уже оплаченными почтовыми расходами! Но цена одинакова как для копий с автографом, так и для обычных экземпляров. И Вы получите подписанные копии только в том случае, если сделаете свой заказ немедленно. Я придержу несколько копий с автографами для Вас на неделю – но не дольше. Могу я услышать Ваш ответ прямо сейчас, пожалуйста, письмом или телеграммой?

Искренне,

* * * * *

Из всего, что мы когда-либо пробовали, от продажи товаров и книг наиболее сильно отличалась торговля ценными бумагами. Мы всегда старались отклонять предложения, связанные с игрой на бирже и другими подобными мероприятиями, потому как сами несколько раз погорали на подобных сделках и, испытывая искреннее сочувствие к другим жертвам, не хотели принимать участие в увеличении их списка. Но был один случай, когда наш друг убедил нас в том, что мы окажем обществу услугу, если поможем ему сообщить о его предложении людям, и, в конце концов, мы не устояли перед его аргументами. И вот результат:

ДОРОГОЙ СЭР:

Я бы хотел приобрести немного Вашего личного авторитета – на \$10.00 – и вот Сертификат Опциона на одну акцию из Учредительного фонда в качестве авансового платежа.

И сейчас я расскажу Вам, в чём состоит моё предложение:

Вы, конечно, слышали о Джоне Джонсе, Директоре «Театров Бланка». Вы знаете, что под его опытным руководством великолепные фильмы приносят громадные прибыли. Сам Бланк каждый год получает по 100% прибыли от вложенного им капитала.

Но видели ли Вы его новый «Театр Джонса» – величайший и прекраснейший в мире, строительство которого на углу _____ авеню и улицы _____ Нью-Йорка – в самом сердце нового Театрального Округа – сейчас почти завершено?

На всей площади округа есть только шесть других кинотеатров, осуществляющих премьерные показы. А любителей кинематографа и подобных развлечений так много (это всё население Манхэттена и его окрестностей), что эти шесть кинотеатров собирают зрителей в четыре раза больше собственной вместимости по субботам и воскресеньям и в два с четвертью раза больше в остальные дни недели!

Естественно, их доходы оказываются настолько велики, что ценные бумаги этих предприятий имеются только у узкого круга их владельцев. Но мистер Джонс хочет ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ Театр Бланка, и он понимает, что самый верный способ сделать это – позволить людям разделить основную прибыль на такой же основе, что и владельцы театра; на самом деле, если это возможно, он бы хотел, чтобы обычные люди были единственными владельцами этого предприятия.

Его идея финансирования Театра Бланка похожа на то, как театры Смита и Брауна в Чикаго начали финансироваться обществом несколько лет назад. Это предприятие оказалось настолько прибыльным, что на данный момент

привилегированные акции заменены премией и пятью новыми непривилегированными акциями. Эти обыкновенные акции сейчас продаются примерно по \$70 за штуку!

Что плавно подводит меня к теме этого письма:

Чтобы процесс сбора вложений начался успешно, нам нужно несколько представительных имён из каждого района. И что-то подсказывает нам, что Ваше имя очень поможет в этом. Поэтому сегодня я пишу Вам, предлагая БЕСПЛАТНО – в качестве бонуса – одну непривилегированную акцию Театра Бланка в обмен на приобретение Вами трёх акций класса «А» из фонда собственников.

Эта непривилегированная акция продаётся сейчас примерно по \$10.00 за штуку. Акции класса «А» стоят \$40.00 за штуку. Акции класса «А» имеют право на получение накопительных привилегированных дивидендов в размере \$1.00 на одну акцию. Они не могут быть «отозваны» пока акции будут стоить меньше, чем по \$50.00.

Даже если Театр будет заполнен только *наполовину*, его чистая прибыль увеличит размер дивидендов по акциям класса «А» почти в пять раз, оставляя примерно по \$4.00 для выплаты ежегодных дивидендов по каждой обыкновенной акции!

Если рассматривать ситуацию с точки зрения инвестирования, то это достаточно безопасное вложение. Акции класса «А» подкреплены не только самим бизнесом, но также земельными владениями и стоимостью здания. В начале 1925-го года Уильям Грин, один из ведущих специалистов по недвижимости в Нью-Йорке, оценил земельные владения, отведённые под кинотеатр, в \$8,950,000, а полную стоимость всех владений компании после постройки здания и установки дополнительного оборудования – более чем в \$10,000,000.

Цены на недвижимость в этом районе растут очень быстро, и не исключено, что сегодня эта собственностью будет оценена гораздо выше.

Поэтому одна лишь недвижимость уже делает Ваши инвестиции в акции класса «А» безопасными, даже если бизнес сам по себе, доброе имя Джонса и контракты с артистами и производящими компаниями не стоят ничего.

Это что касается безопасности. Важная часть заключается в том, что *Вы получаете* за Ваши деньги. Со \$120, инвестированных Вами в 3 акции класса «А» Театра Бланка, Вы будете получать:

1. \$3.50 за одну акцию каждый год - \$10.50 в сумме - 8 3/4% дивидендов с вложенных Вами денег.

2. Дополнительный \$1.00 на акцию после того, как первый доллар дивидендов будет выплачен по обыкновенным акциям. Таким образом, общая сумма Ваших дивидендов по акциям класса «А» вырастает до \$13.50 - 11 1/4% дивидендов с вложенных Вами денег.

3. Если Вы используете прилагаемый Сертификат Опциона в течение 10 дней, Вы получите В ДОПОЛНЕНИЕ одну обыкновенную непривилегированную акцию БЕСПЛАТНО за каждые три приобретённые Вами акции класса «А». В настоящий момент стоимость обыкновенной акции составляет \$10.00, но если расчёты предполагаемых доходов, основанные только на ПОЛОВИНЕ используемой вместимости, окажутся верны, примерно \$4.00 дополнительных доходов будут доступны ежегодно в качестве дивидендов по каждой обыкновенной акции.

Обыкновенные акции Смита & Брауна, которые выдавались примерно на тех же условиях, принесли инвесторам свыше \$400.00 на одну акцию!

Поэтому, когда я говорю, что хочу приобрести Вашего личного авторитета на \$10.00, я даю весьма сдержанную оценку. Прилагаемый Сертификат Опциона должен стоить во много раз больше \$10.00.

Но он будет иметь для Вас ценность только в том случае, если Вы используете его немедленно. Через несколько недель Театр Бланка будет открыт. Когда это произойдёт, когда в театр начнут выстраиваться тысячные очереди, когда снова начнётся вещание «Джонса и его Банды», продать оставшиеся акции будет очень легко. На самом деле, проблемой скорее будет найти акции для продажи, потому что, как только Театр будет открыт, цена на акции начнёт скачкообразно расти.

По этой причине я ограничиваю срок действия прилагаемого Сертификата Опциона. Отправьте его в течение десяти дней, и авторитет Вашего имени будет оценен нами в одну акцию. После этого будет уже слишком поздно, и это не будет иметь для нас никакой ценности.

Итак - простите, если я кажусь настойчивым, но - Вы используете Сертификат Опциона СЕЙЧАС? И я сердечно и искренне благодарен Вам за Вашу помощь.

С благодарностью Ваш,

* * * * *

Безопасность

Наиболее стабильная защищённость на земле заключается в самой земле.

И когда определённая часть этой земли расположена в центре наиболее густо населённого острова на земле – острова Манхэттен – прямо в сердце нового Театрального Округа Нью-Йорка –

И когда Вы построили на ней величайший Театр в мире, оборудованный 6,000 сидячих мест и обширной ротондой, способной вместить ещё 3,000 сверх этого –

Тогда Вы можете назвать это БЕЗОПАСНОСТЬЮ в её абсолютной форме.

И именно это предлагается Вам в Театре Бланка.

Популярность кинофильмов и ограниченное количество театров, осуществляющих премьерные показы, делает вложения в подобные проекты чрезвычайно привлекательными. Обычно держателями ценных бумаг подобных предприятий являются только их владельцы, поэтому величина их доходов неизвестна общественности. Однако по доброй воле владельцев театров Смита и Брауна стало известно, что они получают ежегодно 100 процентов прибыли со своих вложений.

Центр Девяти Миллионов

В пяти поселениях Нью-Йорк Сити проживают 5,873,356 человек. В окрестных пригородах, которые находятся всего в нескольких минутах от Манхэттена, – ещё около 3,000,000. Каждый день поезда и теплоходы привозят тысячи посетителей в город. Это путешественники со всех частей света, которые хотят приятно «провести выходные».

Подобная концентрация населения даёт возможность организовывать развлекательные проекты, которым нет равных в истории. Публика, жаждущая развлечений, тратит миллионы долларов каждый год. И все эти деньги попадают в водоворот округа Таймс-Скуэр в Нью-Йорке. Театральный бизнес здесь превратился в гигантскую индустрию.

В округе Таймс-Скуэр на данный момент существует 70 театров. Из них, тем не менее, всего шесть являются кинотеатрами, осуществляющими премьерные показы. Как следствие, эти театры четырежды заполняются по субботам, воскресеньям и праздникам. В остальные дни недели эти

театры оказываются заполненными два с четвертью раза каждый день.

Местоположение

Театр Бланка займёт большую часть земли, ограниченную улицами _____ и _____, а также _____ и _____ авеню. Протяжённость этого участка составляет 290 футов по улице _____ и 190 футов по улице _____.

Эта собственность полностью принадлежит корпорации, и в дополнение к этому сроком на 84 года арендуется проезд через гостиницу _____ на северо-восточном углу _____ авеню и улицы _____, протяжённостью в 40 футов по _____ авеню и 100 футов по улице _____.

Театр расположен с одной стороны между станциями _____ и _____, а с другой – между _____ и _____. На _____ авеню расположена автомобильная парковка, и парковка на _____ авеню находится всего в нескольких ярдах.

Учитывая удачное расположение транспортных линий, Театр Бланка будет находиться в сердце театрального округа в течение многих лет. В районе, ограниченном _____ и _____ авеню, улицами _____ и _____, располагаются только эксклюзивные театры. Театр Бланка будет практически в самом его центре.

Что Сделали Другие

В Чикаго театры Смита и Брауна начали финансироваться общественностью несколько лет назад. Обыкновенная непривилегированная акция этого предприятия давалась в качестве бонуса к привилегированной акции. Позже привилегированные акции были заменены определённой премией и пятью новыми непривилегированными акциями. Новые обыкновенные акции сейчас продаются на рынке примерно по \$70 за штуку.

Инвестиции в театральную собственность необычайно безопасны. Облигации и привилегированные акции защищены высококачественной недвижимостью. Даже если театральное предприятие потерпит крах, недвижимость можно будет продать с большой выгодой. Если же предприятие окажется успешным, держатели обыкновенных акций разделят огромные прибыли, которые в театральном бизнесе всегда исчисляются крупными цифрами.

Акции класса «А»

Акции класса «А» Театральной Корпорации _____ предназначены одновременно для владения капиталом и для получения дивидендов. Каждая акция класса «А» даёт её владельцу право на долю в \$50 от стоимости здания и бизнеса вместе взятых. Недвижимость в Нью-Йорке является отличным капиталовложением – цена на неё очень быстро растёт.

Когда приходит время делить ежегодную прибыль, на каждую акцию класса «А» начисляется \$3.50 каждый год. (По отношению к нынешней стоимости в \$40 это составляет 8 3/4%). Эти \$3.50 каждый год выплачиваются до того, как будут выплачены дивиденды по обыкновенным акциям. Затем, после того, как каждая непривилегированная акция принесёт \$1.50, держатели акций класса «А» снова примут участие в разделении прибыли и получают ещё по \$1.00 за акцию. Это увеличивает дивиденды до \$4.50 за акцию в год (или 11 1/4% в процентном исчислении).

Дивиденды в размере \$3.50 являются накопительными. Корпорация соглашается выплачивать дивиденды по этим акциям класса «А» в размере \$3.50 в год на каждую акцию с 1 декабря 1925-го года. Держателям обыкновенных акций дивиденды не выплачиваются до тех пор, пока каждый держатель акций класса «А» не получит \$3.50 на акцию. Каждый год 15% от чистой прибыли Корпорации откладывается в качестве амортизационного фонда для приобретения акций класса «А». После этого они будут стоить по \$50 за акцию. Дивиденды выплачиваются 1 марта, 1 июня, 1 сентября и 1 декабря.

Директор

Из шести кинотеатров округа Таймс-Скуэр, организующих премьерные показы, Джонс был директором четырёх. Вполне возможно, что уровень организации развлечений в этих четырёх театрах уже стал стандартом, на которые ориентируются все кинотеатры. И все они были организованы и реализованы одним человеком: Джонсом.

Теперь тот же самый человек, который создал эти центры развлечений, решил реализовать весь свой потенциал в презентуемом «Театре Бланка». Величайший театр в мире способен вместить 6,000 зрителей. Когда Вы сравните это число с вместимостью других театров под управлением Джонса, Вы увидите, что можно тратить сравнительно больше денег на развлекательные программы и при этом всё равно получать гораздо больше чистой прибыли, чем получают другие театры на менее дорогих программах.

Под сценой организована полноценная вещательная комната, и «_____ и его Банда» будут продолжать выступления для радио-поклонников, что приведёт тысячи меценатов к _____.

Один из ведущих специалистов по недвижимости Нью-Йорка оценил земельные владения Корпорации в \$8,950,000. Когда будет завершено строительство здания и установка всего оборудования, эта цифра превысит \$10,000,000. Уже только это обеспечивает безопасность инвестирования в акции класса «А», даже если сам по себе бизнес, доброе имя Джонса и контракты с артистами и производящими компаниями не будут стоить ничего.

Хорошо известно, что стоимость земельных владений в этом районе очень быстро растёт. Столь сдержанная оценка была сделана мистером Грином в начале 1925-го года, и вполне вероятно, что реальная стоимость владений сейчас представляет собою гораздо более крупную сумму. С продолжением развития театрального бизнеса это место станет самым ценным в целом округе.

Прибыль

Руководство Театра Бланка подсчитало, что приблизительная годовая прибыль составит \$2,105,875 после оплаты всех накладных расходов, включая страхование, городские и федеральные налоги, амортизацию и ипотеку. Эта сумма примерно в 4.8 раз превышает размер требуемых выплат дивидендов по акциям класса «А» и показывает, что примерно \$4.00 будет доступно каждый год для выплаты дивидендов по каждой непривилегированной акции.

Эти приблизительные расчёты основаны не на той ситуации, когда театр будет полностью забит зрителями на каждом представлении, а с учётом использования лишь половины вместимости этого гигантского театра. Если станет очевидно, что театр может быть заполнен каждый день в году, прибыль будет соответственно больше.

Театр Бланка – это не обычный бизнес, который создаётся для функционирования в течение какого-то определённого срока. В ночь своего открытия он привлечёт тысячи зрителей. Новизна здания и популярность Джонса будут обоснованными.

* * * * *

Как оказалось, он был прав, и мы позволили ему склонить нас к оказанию помощи в другом подобном предприятии, которое было ни чуть не лучше тех, на

которых мы обожглись в прошлом. С тех пор мы приняли строгое решение отказываться от подобных предложений. Пока мы ожидали результатов по этим листовкам, мы написали для него другое письмо, с помощью которого можно было организовать и раскрутить загородный клуб. Этот способ интересен тем, что он отличался от стандартной схемы. Вот это письмо:

Вы дадите мне немного информации о себе – всего лишь скажите, какой у Вас любимый вид спорта или отдыха?

Мы собираем небольшую группу людей, не превышающую 400 человек, из числа тех, кто достаточно высоко поднялся в бизнесе или зарекомендовал себя в мире профессионалов, чтобы у них была возможность провести немного времени на природе: на охоте или рыбалке, занимаясь лодочным спортом или плаванием, верховой ездой, гольфом и теннисом. Чтобы при этом отдых не выходил за рамки обычного выходного собрания, и чтобы каждый мог добраться до своего офиса на поезде или на моторной лодке за пару часов.

Только послушайте: 5,000 акров охотничьего заповедника, содержащегося и патрулируемого на протяжении 27 лет. 5,000 акров примыкающих лесных угодий. Озеро со щедрыми запасами рыбы, к которому никогда не предоставлялся общий доступ. Две великолепных реки с форелью. Утки и дикие гуси, олени и прочая дичь в изобилии. 9-луночное поле для гольфа, организованное на высокой холмистой местности. Два теннисных корта. Хорошее место для лодочного спорта. Прекрасная рыбалка. Мили и мили лесных троп для верховой езды. Чудесное здание Клуба и прекрасные места для организации постоянного лагеря. Это «Лунное Озеро».

Спортивная площадка для миллионеров. Только мы не ищем миллионеров. Конечно, среди нас будет несколько таких, но это предприятие не для зарабатывания денег. Это реальная возможность собрать группу интересных, близких по духу людей из такой социальной и профессиональной среды, в которой Вы будете счастливы находиться. Стоимости уделяется лишь малая часть внимания. И именно по этой причине каждый кандидат пройдет тщательный отбор.

Ваше имя было выбрано из числа заинтересованных в спорте на открытом воздухе людей, и в то же время из числа таких людей, которые смогут пройти контроль самого придирчивого Совета Управляющих.

Я подготовил буклет с прекрасными иллюстрациями, которые дадут Вам детальное представление об этой природной спортивной площадке, раскроют перед Вами красоты чудесного холма и озера, ручья и леса. Этот буклет дорогой, поэтому мы напечатали ровно столько копий, сколько нам понадобится.

Пока они ещё есть, прилагаемая открытка доставит одну копию Вам, бесплатно и без каких-либо обязательств.

Могу ли я прислать этот буклет?

Искренне Ваш,

P.S. Количество членов «Лунного Озера» не превысит 400 человек. Когда наберётся нужное количество человек, регистрационные книги будут автоматически закрыты. Поэтому очень важно, чтобы Вы отправили прилагаемую открытку немедленно.

* * * * *

Предложение акций по почте не срабатывало во многих случаях, и это была ситуация, когда при написании писем требовалось проявить больше литературности. Но очень многие методы, находящиеся в нашем арсенале, не были применены нами во имя рекламы, потому что *«предполагалось говорить о финансовых вопросах»*.

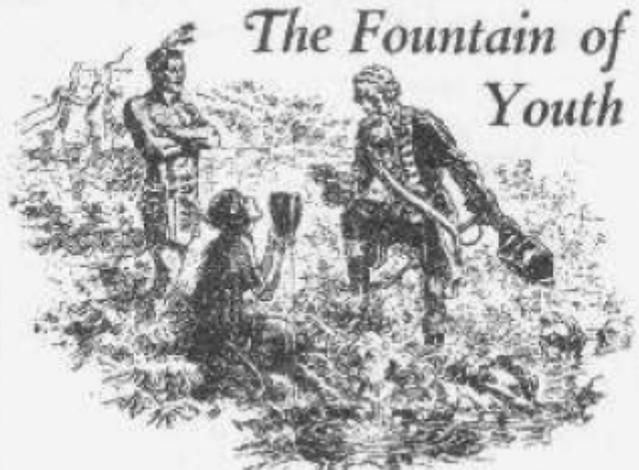
Конечно, всё было сделано во имя достоинства. Это не было уловкой или нежеланием искать побудительные мотивы для людей, разрабатывать новые умные подходы или находить любые другие возможности, как мы делали это при продаже такой обыденной вещи, как книга или пальто.

Достоинство! Когда кто-либо говорит нам это слово, мы чувствуем себя подобно ирландцу, который только что с празднования Дня Святого Патрика ворвался в парад Оранжестов. Достоинство – это маска для каждого высокопоставленного осла. Достоинство – это экран, за которым прячут все неумелые попытки. Достоинство – просто предлог для оправдания отсутствия инициативы и развития; для оправдания собственного застоя.

Это не более эффективно при продаже акций, чем при предложении книг. И если вы хотите увидеть, насколько успешен этот подход при предложении книг, вернитесь к нашему первому предложению «Исторических Очерков» Уэллса и посмотрите на разницу в результатах: как сработали *достойное* письмо и листовка, и какие результаты показали те остальные, которые забыли о достоинстве, но при этом были интересными.

Вышеназванный друг предложил свои акции обычным способом и достиг обычных достойных результатов – *никто даже не узнал о его существовании!* Поэтому мы переделали листовку так, чтобы она была интересной, и результаты так же кардинально изменились в случае с акциями, как это было с «Историей» Уэллса. Вот первая страница переделанной листовки:

The Fountain of Youth



ONE of the first tales that met the Spaniards when they landed on the shores of the New World was the legend of a marvelous Spring with waters of such miraculously healing qualities that the Indians had named it the Fountain of Youth.

Rumor had it that this Spring was located on the mainland, far to the North. The Indians of the Islands had never seen it, but all had heard of it and all searched for its miraculous qualities.

So true were they in their conviction and so completely did the story run, that a number of hardy spirits among the Spaniards finally formed an expedition, and under the leadership of Ponce de Leon set out to find this marvelous Spring.

Having no idea of the extent of the continent before them, however, they felt they had gone far enough North when they reached the coast of Florida, and the tangled masses of the Everglades kept

them of any desire to explore further.

As the story was retold to the forgotten tribes of an Indian legend, and there it rested.

200 years later, General William Byrd, founder of the City of Richmond, Va., (successor of Christopher Byrd of Polar Night fame and of the pioneer Governor of Virginia), while serving as the Virginia-North Carolina Boundary Commissioner, earned the gratitude of his Indian guide, and in return the latter disclosed to him a wonderful spring which, so the guide assured him, had the property of curing all manner of diseases.

Tradition has it that among the Indians this Spring was known as the Fountain of Youth. Certain it is that its waters have a marvelous efficacy in the treatment of stomach and kidney disorders, than which there is no surer destroyer of youth.

Three other springs were found in the immediate vicinity, and upon examination it was discovered that all four were highly mineralized.

The springs soon became the Mecca of those of the "Quality" of the Southland who suffered from gout, from rheumatism or from stomach disorders. Newspaper accounts of over 100 years ago state that so well were the medicinal properties of the water known that the province "deemed any reliance on the waters unnecessary."

"Several years ago I began to treat nervous cases with *Byrd's Mineral Water* with a result that was astonishing to me as it was beneficial to the patient."
DR. WILLIAM A. HAMMOND, Former Surgeon-General of the U. S. Army.

В следующей главе мы расскажем вам о кампании, нацеленной на высших руководителей самых крупных компаний Америки, чтобы показать им, что они должны быть не более заинтересованы в достоинстве, чем вы или мы. Вас нужно заинтересовать, их нужно заинтересовать, и только когда появится интерес, люди будут читать или делать заказы!

КАК ДОСТУЧАТЬСЯ ДО РУКОВОДИТЕЛЕЙ

ВЫ часто слышите, что руководители крупных компаний никогда не читают листовки, что они слишком заняты даже для того, чтобы бросить на них лишь беглый взгляд. Даже если вам удастся настолько замаскировать их, что они дойдут до столов их личных секретарей.

Если это действительно так, давайте остановимся на мгновение и посочувствуем Издательской Компании МакГроу-Хилла, которая взяла на себя обязательства начать осенью 1929-го года выпуск еженедельника, предназначенного только для высших чинов крупных концернов. Что труднее – найти торгового представителя, который сможет проникнуть в святая святых компании, или написать письмо, которое пройдёт путь до самого руководства?

Пойдя ещё дальше, Компания МакГроу-Хилла пообещала не только добраться до важнейших в мире людей, но ещё и обосноваться неподалёку от них. Они гарантировали, что к январю 1931-го года в их подписных листах будет 75,000 высокопоставленных лиц компаний, оцениваемых в \$75,000 и выше!

Попытки организации высококачественной рекламы раньше предпринимались весьма часто, но в подобных масштабах – никогда. До этого индекс качества измерялся лишь содержанием листка бумаги и стоимостью подписки. Любой, кого устраивала цена, и кто собирался читать, становился подписчиком. Здесь же впервые был случай, когда большинство категорически отказывалось от оформления заказов и подкрепления их деньгами – это совсем не способствовало достижению установленной планки.

Из всех издательских проблем, с которыми мы сталкивались, эта была самой сложной – получить из числа 200,000 руководителей крупных компаний 75,000 подписчиков на бизнес-газету.

То, что это удалось сделать, причём за очень короткий срок, является непревзойдённым издательским достижением в этой области.

Но не думайте, что мы решили превознести себя. Мы не брались за дело, пока не было выполнено больше половины работы. Но даже наше участие было достаточно любопытным.

Когда нам предоставили возможность заняться почтовыми отправлениями, сливки уже были сняты двумя разосланными рассылками по заготовленному списку. Дальнейшие тесты давали очень скудные результаты или оказывались вовсе безрезультатными. Так что для того, чтобы проверить эффективность тех или иных вариантов обращения, нам позволили начать тестирование на нескольких внешних списках «высокого качества». Так мы должны были сравнить результаты с теми, которые были полученными с помощью сходных тестовых писем, отправленных оставшимся из 200,000 высокопоставленных лиц, составление списка которых очень дорого обошлось Компании МакГроу-Хилла.

Напомним, что эти 200,000 человек были президентами, вице-президентами, секретарями, казначеями, генеральными управляющими и директорами компаний, оцениваемых в \$75,000 и выше. Никто из этих людей не читает рекламных листовок. У всех них есть личные секретари, достаточно умные для того, чтобы не позволять такой чепухе, как призывы различных журналов, попадать на их столы. Поэтому, чтобы как-то оправдать появление наших сообщений перед их глазами, мы вписали в каждое письмо имя конкретного человека и отправили рассылку первым классом.

Чтобы выявить наиболее эффективное предложение, мы попробовали шесть различных писем, тестируя каждое как на списке руководителей компаний, так и на списках подписчиков финансовых «Услуг», покупателей литературы по бизнесу, которая может заинтересовать только серьёзных бизнесменов, а также на читателях журналов специальной деловой направленности.

Все шесть писем сработали довольно хорошо, а два из них обеспечили необычайно хороший отклик. На внешних списках одно письмо принесло более 9 процентов заказов, другое – более 8-ми, в то время как в среднем результаты колебались от 5 до 6 процентов. Даже на списке руководителей одно обеспечило 3 процента отклика, второе показало близкий к этому результат, а третье принесло чуть больше 2 процентов заказов.

Вот три из этих писем, вместе с буклетом, который шёл в комплекте с ними. Буклет довольно сырой. У нас не было времени на ожидание более-менее красивого оформления, так как мы очень спешили закончить наши тесты к определённой дате. Поэтому мы отправили то, что нам удалось сделать в спешке.

* * * * *

Я не хочу стать причиной, по которой кто-то из Ваших сотрудников потеряет свою работу. Но если кто-то из Ваших сотрудников выполняет МОЮ работу, когда он не должен этого делать, я хочу, чтобы всё стало на свои места.

Если у Вас есть помощники, собирающие для Вас новости в сфере бизнеса и не являющиеся при этом величайшими специалистами в этой отрасли промышленности, то они выполняют МОЮ работу, а их работа должна состоять в чём-то другом.

Если у Вас есть бухгалтеры, вычисляющие различные оценки и квоты, не разбираясь при этом должным образом в экономических трендах, то они выполняют МОЮ работу, а их работа тоже должна заключаться в чём-то другом.

Если у Вас есть секретари, которые должны экономить Ваше время, но при этом не могут представить, какой ЭФФЕКТ окажет та или иная новость на Ваше дело и инвестиции;

которые не могут распознать истину или ложь в официальных посланиях, то они выполняют МОЮ работу, а их время лучше занять какой-нибудь другой работой.

Как видите, я – краеугольный камень всех изданий МакГроу-Хилла с тридцатью четырьмя различными штатами работающих на меня редакторов, каждый из которых специализируется в определённой отрасли промышленности; со всемирно известными инженерами, финансовыми экспертами и экономистами, которые складывают результаты своих исследований на мой рабочий стол.

Я – «БИЗНЕС-ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК».

Я наблюдаю за миром для Вас и довожу до Вашего сведения точную и авторитетную информацию обо всём, что произошло в сфере бизнеса и основных отраслях промышленности. Волнения на Токийской бирже? Я расскажу Вам о возможных вариантах развития событий в мире финансов. Забастовка во Франции, новый картель в Германии, ураган в Чили? Я представлю Вам развёрнутый отчёт и проанализирую эффект всех этих событий.

Я обладаю беспрецедентными связями в промышленности, коммерции, строительстве, инженерии, финансах – во всех основных видах деятельности. Я держу руку на пульсе каждого важного события в бизнесе. Я чувствую первые симптомы лихорадки, я определяю первые признаки выздоровления. Я репортёр, толкователь и аналитик бизнеса.

Вы платите за мои услуги, неважно – пользуетесь Вы ими или нет, но Вы платите за время, которое могли бы потерять, за ненужные ошибки и беспокойство. Ни одному бизнесмену не нужно тратить по несколько часов на газеты или бизнес-обзоры, если он читает мою сводку – краткое изложение и анализ новостей. Ни одному руководителю не нужно колебаться или беспокоиться об эффекте, который могут оказать на его бизнес различные события, если до этого он узнал их толкование у моих экспертов.

Согласитесь ли Вы ПОПРОБОВАТЬ меня какое-то время – с возможностью уволить меня в любой момент, когда пожелаете? Моё жалование? Вы улыбнётесь, когда услышите о его размере – 10 центов в неделю, независимо от того, как долго Вы будете держать меня в штате.

Но, если Вы похожи на Эндрю Меллона, Оуэна Д. Янга, Дэвида Сэмюэла, Луиса Ф. Свифта и других руководителей крупных предприятий, Вы будете платить мне это жалование очень долго, так как Вы поймёте, что я самый ценный помощник из тех, что у Вас когда-либо были.

Вы позволите мне показать, что я сделал для них – и что я могу сделать для ВАС? Тогда напишите Ваше имя на прилагаемой открытке. Марка уже наклеена на неё. Спасибо!

Искренне,

* * * * *

Что является «Непростительным Грехом» в бизнесе? Что неизбежно повлечёт за собой наказание? Что наиболее вероятно приведёт к упадку?

САМОДОВОЛЬСТВО – когда Вы становитесь настолько довольным методами или товаром или услугой, что перестаёте пытаться улучшить их, прекращаете искать новые идеи!

Единственная надёжная вещь в бизнесе сегодня – это ИЗМЕНЕНИЯ. Деньги, организация, доминирующее положение в промышленности – всё это может исчезнуть в один момент. Какое-то новое изобретение, радикальное изменение в стиле или направлении способно оставить далеко позади тех, кто не желает или не готов идти в ногу с текущим спросом.

Но для того человека, который всё время держит руку на пульсе событий, подобные изменения означают НЕ катастрофу, а возможность. У него есть преимущество в несколько дней или недель для подготовки. Он знает, как были встречены подобные изменения где-то ещё, и он может применить опыт десятков авторитетных людей к своему собственному бизнесу.

Именно для таких бдительных и не останавливающихся в своём развитии деловых людей написан «Бизнес-Еженедельник». Он следит для Вас за всем, что происходит в мире, и предоставляет Вам точную информацию о важных событиях в основных отраслях промышленности. Это не только новости, настолько свежие, что они часто опережают газетные публикации, но ещё и то, что эти новости означают для Вашего бизнеса в толковании группы экономистов и редакторов, не имеющей себе равных.

Как видите, *Бизнес-Еженедельник* – это краеугольный камень всех 34-х изданий МакГроу-Хилла. 34 штата экспертов, ежечасно наблюдающих за новейшими разработками в основных отраслях промышленности, докладывающих о результатах своих наблюдений одной мастер-группе, которая анализирует их,

соотносит и толкует их значение для конкретно ВАШЕГО бизнеса.

Если Ваше время на чтение ограничено, если Вам нужно изучить больше информационных источников, чем Вы можете успеть – оформите заказ на *Бизнес-Еженедельник*. Если Вас интересуют только реальные, авторитетные новости, факты, проверенные экспертами, – оформите заказ на *Бизнес-Еженедельник*. Он резюмирует бизнес-новости. Он рассказывает Вам о том, что Вы должны знать, сжато, точно, авторитетно, а затем объясняет, какой эффект это может оказать на все сферы бизнеса.

Секретарь, который мог бы делать это для Вас, стоил бы любых денег, которые бы Вы могли ему платить. Мы предлагаем Вам тридцать четыре штата секретарей, каждый из которых является авторитетом в изучаемой им области, за 10 центов в неделю. Вы пожертвуете 10-ю центами, позволив им показать Вам, как много они могут сэкономить для Вас, сколькими различными способами они могут увеличить Ваши доходы?

Всего лишь Ваше имя на прилагаемой открытке – и они будут работать на Вас так долго, как Вы пожелаете. Вы можете уволить их в любой момент. Осознавая всё это, Вы дадите им шанс показать Вам, что они могут сделать – СЕЙЧАС?

Искренне,

* * * * *

Вы пробовали применить новый «КМ/Ч»- критерий к Вашей организации?

Как Вы знаете, он основан на том, что сотрудник успевает сделать за 1,000 рабочих часов. Сравнение результатов примерно 14,000 предприятий выявило поразительные различия в руководстве.

Компании, занимающиеся схожими видами деятельности, показали в среднем результаты от 13 до 1, в то время как сотрудники лучших предприятий выполняли в 20 раз больше аналогичной работы, чем менее эффективные организации той же отрасли.

Вы удивляетесь, что так много организаций с большим трудом способны двигаться к поставленным целям? Вы видите,

как трудно некоторым из них получать прибыль даже в лучшие времена?

Но самое поразительное открытие ещё впереди. В 35 из 53 отраслей промышленности лучшие показатели производительности наблюдались – НЕ у гигантов этой отрасли со всеми их деньгами и прекрасным оборудованием, и даже не у предприятий среднего размера, А У САМЫХ МАЛЕНЬКИХ КОМПАНИЙ В КАЖДОЙ ИЗ ОТРАСЛЕЙ!

Всего в трёх отраслях промышленности крупнейшие компании показали высочайшую производительность. В большинстве других их мелкие коллеги выполняли в час гораздо больше полезной работы, затрачивая на это меньше денег, чем любой из гигантов отрасли.

Если бизнес оценивать не по капиталу или оперативности при оплате счетов, а по критерию «КМ/Ч», на каком месте окажется Ваше предприятие? Можете ли Вы получить рейтинг «G Aa»? Если можете или как минимум заинтересованы в таком рейтинге, тогда Вы именно тот тип Руководителя, который ищет *Бизнес-Еженедельник*.

Ваше время на чтение ограничено. У Вас уже накопилось больше информационных материалов, чем Вы можете изучить. Тем не менее, Вы должны быть в курсе всего нового в бизнесе. И Вы должны знать, как дневные новости отразятся на Вас и Ваших интересах. Только в *Бизнес-Еженедельнике* Вы сможете найти нужные ответы.

Бизнес-Еженедельник – краеугольный камень всех 34-х изданий МакГроу-Хилла. Ежедневно и ежечасно эксперты этих 34-х журналов занимаются тем, что изучают наиболее важные события, происходящие более чем в сотне основных отраслей промышленности, и анализируют их эффекты. Каждый день результаты их исследований в купе с новостями со всего мира анализируются профессиональными экономистами и редакторами *Бизнес-Еженедельника*, после чего составляется резюме для американского бизнеса.

У читателей *Бизнес-Еженедельника* нет времени, чтобы читать большие статьи или интересные теории. Они желают знать факты, выраженные несколькими словами. Они хотят знать, какое отношение это имеет к их собственному бизнесу. Но, в первую очередь, они хотят, чтобы эти факты были проверенными!

Организация МакГроу-Хилла с её 34-мя различными журналами, пристально рассматривающими основные отрасли промышленности, находится в лучших условиях для сбора и

проверки фактов, чем любая другая группа в современном мире.

На страницах *Бизнес-Еженедельника* она предоставит Вам доступ к результатам всех своих обширных исследований. И она даст Вам эту информацию НЕ через неделю или через месяц после того, как всё уже произошло, а часто даже раньше, чем соответствующие новости появятся в газетах!

Во сколько бы Вы оценили услуги подобного «тиккера»? Вы бы платили 10 центов в неделю, зная, что имеете полное право остановить его, когда только пожелаете? Тогда используйте прилагаемую открытку для запуска этого «тиккера» СЕЙЧАС! Вы никогда не сможете вложить свои деньги более выгодно.

Искренне,



The Pulse of Business

If you had to pore over a group of trained economists who analyzed all the statistical figures compiled by the U. S. Government, the Federal Reserve Bank, the N. Y. Stock Exchange, the various Trade Associations and the daily press—

If you had the greatest financial experts to study all the Business and Economic features—

If you had trained staffs of reporters in every branch field of industry, searching out the news of importance—

If you had a corps of editors going over their findings, weighing them, and putting them in interesting form in terms of their effect upon YOUR business—

Then you would have, at fabulous cost, what The Business Week now gives you for 10c a week!

What's Coming in Business?

Domestic prices have hit bottom, and should be on the up grade, judging by the heavy buying in many key industries.

Heavy construction will be better than a year ago, on the basis of looks toward 1932. Roads, you know, usually precede the steel revival by about four months.

Retail selling is doing well. And distribution, instead of a weakness, are showing one of the greatest factors of strength in the whole economy.

That, the Debtors are in the saddle, but with bank confidence sound, because it found to go wrong.

And, as always, success will be in the hands of the man with the courage and the judgment to go ahead in spite of all the contrary factors. To pick now, The Business Week will be the start and center to the program.

THE BUSINESS WEEK
425 Tenth Avenue : : : New York
19

* * * * *

Девяти процентов по одному письму было бы достаточно для любого из тех, кого мы знали, чтобы развернуть работу по этому списку контактов – но не для этих людей. Девять процентов, или 6 – для них был Важен лишь один критерий – руководители предприятий Америки. Когда они проанализировали отклик на наши тесты и обнаружили, что ни один внешний список не соответствует установленному ими критерию, они просто вычеркнули их раз и навсегда, и

никакие наши слова о стоимости или процентах не смогли заставить их хоть на миг задуматься.

Так что нам пришлось довольствоваться 2-мя и 3-мя процентами, когда все эти мощные списки просто умоляли, чтобы их отработали. Но мы не теряли надежды на получение высоких процентов даже всего по одному списку руководителей бизнеса. Одним из предложений, которое имело приличный успех до того, как мы взялись за эту работу, было специальное вступительное предложение семнадцати недель за \$1. Мы попробовали два или три подобных письма, и одно из них хотя бы частично реализовало наши амбиции – число полученных нами заказов поднялось до 7-ми процентов.

Вот письмо, которое обеспечило такой результат, а следом за ним идёт ещё одно, которое тоже принесло весьма хороший отклик:

Я собираюсь прислать Вам в ближайшие несколько дней прогноз того, что скоро произойдёт в бизнесе.

Этот прогноз не похож на всё то, что Вам приходилось видеть до этого, потому что:

1. Он основан не столько на Правительственной статистике, данных Федерального Резерва, Фондового Рынка и графиках Торговой Ассоциации, как на данных, полученных 34-мя группами независимых исследователей, находящихся в тесном контакте с основными отраслями промышленности.

2. Эти исследователи работают под началом организации МакГроу-Хилла, которая обладает независимыми связями в бизнесе, строительстве, финансах и основных отраслях промышленности, а также репутацией компании, производящей тщательные исследования и выдающей точные, авторитетные отчёты.

3. Эта организация делает различные прогнозы того, что будет происходить в бизнесе, а затем показывает Вам, ПОЧЕМУ она так уверена в своих прогнозах. Возможно, это даже не прогноз, а объяснение основных трендов и их толкование.

Я собираюсь прислать Вам этот прогноз или толкование безо всяких обязательств с Вашей стороны – чтобы Вы прочитали его и подвергли полученные данные реальным испытаниям, применительно к Вашему собственному бизнесу.

Есть только одно условие – я не хочу отправлять Вам его, пока не буду уверен, что Вы в этом заинтересованы. Я не хочу отправлять Вам его без Вашего разрешения – но Вы можете дать мне это разрешение в один миг, воспользовавшись прилагаемой открыткой.

Когда я пришлю Вам этот прогноз, Вы абсолютно не будете обязаны платить за него. Вам даже не нужно возвращать его. Просто уведомите нас с помощью специального конверта с маркой, который мы пришлём Вам, о том, что Вы не хотите больше получать этот прогноз, и этим дело и закончится.

Как видите, этот прогноз и толкование событий в сфере бизнеса является неотъемлемой частью *Бизнес-Еженедельника* – краеугольного камня всей организации МакГроу-Хилла с её 34-мя изданиями, обслуживающими основные отрасли промышленности.

Со всеми необычными индикаторами и бизнес-сервисами в своём распоряжении, а также с 34-мя штатами специалистов, исследующих основные отрасли промышленности на предмет всего нового и рассказывающих об эффекте, какой эти события окажут на бизнес, было бы странно, если бы *Бизнес-Еженедельник* не смог предложить Вам неординарного способа толкования трендов и различных условий.

Эти толкование и прогноз являются частью каждого выпуска *Бизнес-Еженедельника*. Эти данные цитируются чаще, чем чьи-либо другие в нашей стране. Как пишет Пол Элдрич из «Национального Поставщика»:

«Бизнес-Еженедельник не только лучший в своём роде, но ещё и первый. Я не могу ничего делать без него. Всё лучшее, что может произойти в бизнесе, каждый человек сможет найти и прочитать в сердце материалов Бизнес-Еженедельника».

Вы ПОПРОБУЕТЕ почитать прогнозы и толкование событий грядущей недели? Их стоимость составляет всего 15 центов за копию, \$5.00 в год, но если Вы отправите прилагаемую открытку сейчас, Вы сможете воспользоваться нашим специальным пробным предложением – 17 недель за \$1.

Но это не всё. Если самый первый выпуск не привлечёт Вашего интереса, если Вы не пожелаете следовать этим прогнозам, проверить их результаты на собственном бизнесе, Вы можете мгновенно отменить Ваш заказ, и после этого Вы не будете нам абсолютно ничего должны.

Зная всё это, Вы отправите прилагаемую открытку? Готовы ли Вы рискнуть и посмотреть на следующий прогноз?

Искренне Ваш,

* * * * *

Как поживает Ваш бизнес, мистер Джонс?

Тяжёлая промышленность останется на том же уровне, что и в прошлом году, судя по выпущенным облигациям. Облигации, как Вы знаете, обычно опережают важные события месяца на четыре.

Розничные продажи пошли вверх, благодаря снижению цен, которое наконец-то дошло и до потребителя. А продажи в рассрочку, вопреки ожиданиям, оказались одним из величайших факторов силы!

Интересное развитие в продажах показали «Стандарт Ойл Ко.» из Нью-Джерси, начав продавать на своих заправочных станциях собственную марку шин. У них великолепный механизм распространения, направленный на доставку товара автомобилистам тогда, когда они нуждаются в нём больше всего. Так почему же не использовать его в полной мере?

Насколько далеко это их заведёт, не может предугадать никто, но, похоже, что ими выбрано направление, сходное с экспериментом Форда, проведённым им пару лет назад, когда он открыл собственный продовольственный магазин для общественности, и обошёл по продажам на 20-40% даже сетевые магазины.

Сейчас Запад переживает худшую засуху за последние несколько лет. Цены на кукурузу отреагировали на это, но пшеница по-прежнему держится. Почему? Вы думаете, что Правление Сельского Хозяйства воспользовалось преимуществом сложившихся обстоятельств, чтобы поддержать цену на пшеницу, как Федеральный Резерв вкладывает больше денег в рынок для стимулирования торговли.

Это всего лишь два серьёзных облака на горизонте. Всего две помехи, которые стоят на пути возвращения бизнеса в нормальное русло к ранней осени. Они не могут постоянно сдерживать приливную волну, но могут существенно затормозить её.

Конечно, это не означает, что всё прекрасно, и что мы можем сесть и расслабиться. Напротив, очень редко выдаётся такой период, который требует величайшего предвиденья и рассудительного руководства. Упадут ли цены на сырьё? А что насчёт рабочей силы – будут ли сокращения? Что делают другие страны – Германия, например?

Что случилось с её великой идеей одновременного снижения цен и зарплат, чтобы надомные сотрудники при этом не

пострадали, но чтобы она смогла продавать свою продукцию по самым низким в мире ценам?

Это лишь некоторые из вопросов, которые задаёт проницательный руководитель. И на эти вопросы Вам отвечает *Бизнес-Еженедельник* – отвечает лучше, чем «Услуги» и все статистические и официальные издания по всей стране.

Как видите, *Бизнес-Еженедельник* – это краеугольный камень всей организации МакГроу-Хилла, с её 34-мя изданиями, обслуживающими все основные отрасли промышленности, с 34-мя штатами специалистов, исследующих их сферу деятельности на предмет всего нового и рассказывающих об эффекте, какой то или иное событие окажет на бизнес. Торговая и Резервная статистика, конечно, помогает, как и официальные издания различных Торговых Организаций и Бизнес-Сервисов, но ни одно из этих изданий не сравнится с информацией, получаемой нашими сотрудниками из первых рук.

Сколько будут стоить их прогнозы и толкования мировых событий Вам? Вы рискнёте ради них одним долларом? Если да, то пришлите прилагаемую открытку, без денег.

Она в течение 17-ти недель будет приносить Вам проработанные новости *Бизнес-Еженедельника*. Она даст Вам – не статистику, не кучу несвязанных фактов – а *информацию о том, что действительно происходит в бизнесе*, какие события имели место в мире, и как они повлияют на Вас.

Вы рискнёте ради этого одним долларом? Тогда отправьте прилагаемую открытку СЕЙЧАС, пока волна только начинает свой разворот!

Искренне,

* * * * *

Когда журнал только начинал своё существование, были оформлены несколько подобных вступительных подписок, а сейчас их срок уже начинал истекать. Поэтому было необходимо написать письма, которые обеспечили бы продление как можно большего числа этих подписок. Мы попробовали ряд писем, и наконец-то нашли серию из пяти, которые показали очень хорошие результаты. Следующие два письма обновили по 20 процентов подписок каждое:

Пройдёт Ещё Несколько Недель, и Тогда –

Прямо посреди одного из важнейших кризисов в истории бизнеса, как раз когда становится известно, какое влияние –

положительное или отрицательное – окажут сложившиеся обстоятельства –

Срок Вашей Подписки Истецёт!

4,000 лет назад персидский Король Дариус мог получить одну унцию золота за каждые двенадцать унций серебра, которое в изобилии имелось в его сокровищнице. На протяжении нескольких столетий эти пропорции стабильно сохранялись. Брайан провёл свой знаменитый бой за стандартизацию серебра в отношении шестнадцать к одному.

Сегодня эти пропорции так сильно изменились, что одна унция золота покупает шестьдесят унций серебра!

Что это означает для таких стран, как Индия, бизнес которой основан на серебре? Что происходит с бизнесом в этих странах?

За последний год практически каждый человек мог получить прибыль. Люди, которые не знали ничего об основных трендах или условиях, делали деньги, потому что складывавшиеся обстоятельства работали за них.

Но в этом году прибыль получают только те, кто разбирается в чтении знаков, и для этих мудрых предсказателей *Бизнес-Еженедельник* подобен манне небесной посреди пустыни.

Потому что *Бизнес-Еженедельник* наблюдает за миром бизнеса для Вас. Он доносит до Вашего сведения точные сведения о каждом важном событии в основных отраслях промышленности. И не просто новости, настолько свежие, что часто они опережают появление информации в газетах, а ещё и то, что эти новости значат для Вашего бизнеса, как их трактует группа экономистов и редакторов, не имеющих себе равных.

Как видите, *Бизнес-Еженедельник* – это краеугольный камень всех 34-х изданий МакГроу-Хилла. 34 штата экспертов, наблюдающих за важнейшими разработками в 34-х основных отраслях промышленности, сообщающих о них ежедневно и ежечасно мастер-группе, которая анализирует, сопоставляет эти сведения и толкует эффект, который они окажут на ВАШ бизнес.

Даже у Эндрю Меллона с его обширным кругом интересов не было подобного сервиса до тех пор, пока год назад не начала свою работу организация МакГроу-Хилла. А сегодня Вы можете воспользоваться услугами этого сервиса, одним из первых

подписчиков которого стал Эндрю Меллон – Министр Финансов Соединённых Штатов, всего за 10 центов в неделю.

Когда такие люди, как он, Оуэн Д. Янг, Дэвид Сэмофф и Луис Ф. Свифт – люди с целыми корпусами секретарей и помощников под рукой – по-прежнему находят для себя самую ценную информацию и самые точные толкования новостей бизнеса в *Бизнес-Еженедельнике*, я уверен, Вы тоже согласитесь с тем, что это великолепное средство, экономящее время и зарабатывающее деньги как для Вас, так и для них.

Стоит того, чтобы рискнуть 10-ю центами в неделю, Вы согласны? И это всё, чем Вам придётся рисковать, так как Вы сможете прервать свою подписку в любое время, по любой причине, и получить обратно уплаченные Вами за подписку деньги.

Основываясь на этом, Вы отправите прилагаемую открытку? Основываясь на этом, Вы присоединитесь к Эндрю Меллону, Оуэну Янгу, Дэвиду Сэмоффу и Луису Свифту в знании актуальных новостей бизнеса и того, что эти новости означают для ВАШЕГО БИЗНЕСА?

Прилагаемая открытка будет Вашим ответом. Вы отправите её сейчас – СЕГОДНЯ?

Искренне,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОДПИСЧИК:

Ваши имя и адрес, указанные выше, верны?

Если так, то не будете ли Вы любезны, вернуть прилагаемую открытку, проверив данные должным образом, чтобы мы могли утвердить или поправить запись в нашем реестре?

Прямо сейчас, когда бизнес подошёл к поворотной точке, для Вас более важно держать руку на пульсе событий, чем во все предыдущие годы.

Никогда прежде бизнес не выходил из глубокой депрессии до тех пор, пока и цены, и зарплаты радикально не снижались. Можем ли мы в этот раз сделать всё иначе? Генри Форд верит, что это можно сделать, не снижая зарплат, и он

подкрепляет свою веру увеличением жалования на своих заводах.

Поскольку он был очень увлечён своим бизнесом, результаты не заставили себя ждать: сейчас он выпускает 9,200 автомобилей в день силами 108,890 человек, когда всего год назад ему требовалось 120,000 человек, чтобы выпускать всего 7,500 автомобилей в день. Более того, он и Chevrolet делят 65% всего автомобильного бизнеса страны!

Но что же касается другого бизнеса? Как насчёт Вашего? Вам нужно понижать цены и зарплаты? И насколько? Достаточно ли снизят цены представители других отраслей промышленности, чтобы Вы по-прежнему могли получать прибыль?

Вы должны знать все эти факты, и ниоткуда Вы не узнаете о них так быстро и так авторитетно, как из *Бизнес-Еженедельника*.

Как видите, *Бизнес-Еженедельник* обладает колоссальными ресурсами в размерах всей организации МакГроу-Хилла с её тридцатью четырьмя изданиями, обслуживающими основные отрасли промышленности. Ни сам Джон Д. Рокфеллер со всеми его миллионами, ни Эндрю Меллон с ресурсами Казначейства Соединённых Штатов за спиной, не могут анализировать основные условия и толковать новости бизнеса так, как это делают огромные штаты экспертов, инженеров и финансовых специалистов.

На самом деле Эндрю Меллон был одним из первых подписчиков на эту новую услугу – он, Оуэн Д. Янг, Дэвид Сэрнофф и Луис Ф. Свифт. Когда такие люди, обладающие целыми корпусами секретарей и помощников, ищут толкование событий дня в *Бизнес-Еженедельнике*, это, несомненно, должно стоить всех 10-ти центов и для Вас тоже, Вы так не думаете?

Всего лишь Ваше имя на прилагаемой открытке с пометкой «верно», показывающей, что Ваш адрес написан правильно, – и каждую неделю Вы будете получать услуги подобного «тиккера», доставляющего Вам краткий обзор новостей – и не только новостей, но также *того, что они означают для Вас!*

Я знаю, что Вы бы не хотели пропустить ни единого абзаца этой дающей пищу для размышлений информации – особенно сейчас, когда с виду безобидные новости часто имеют важнейшее значение. Не согласитесь ли Вы по этой причине отправить прилагаемую открытку немедленно? После этого я смогу утвердить информацию о Вас в нашем реестре, чтобы Вы не пропустили ни единого выпуска.

Искренне,

* * * * *

Всё это довольно хорошо отразилось на количестве подписчиков на журнал *Бизнес-Еженедельник*, чего мы и ожидали от почтовой рассылки. Нашей следующей проблемой было написание письма, которое привлекло бы большой процент подписчиков на *Систему, Журнал Современного Управления Бизнесом*.

Это оказалось сделать проще, потому как нам разрешили использовать такие внешние списки, как список покупателей литературы по бизнесу, список подписчиков на финансовые «Услуги», список покупателей курсов по управлению бизнесом и им подобные. Работая с этими списками, мы попробовали следующее письмо:

ЧЕРТЫ ВАШЕЙ ЛИЧНОСТИ И ВАШЕГО БИЗНЕСА ПРОАНАЛИЗИРОВАНЫ

Черты Вашей Личности и Вашего Бизнеса когда-нибудь официально оценивались? – по Вашему стремлению к достижению целей, по Вашим амбициям, по Вашей способности направлять свою энергию в наиболее продуктивное русло?

Вы когда-нибудь стремились получить откровенную консультацию эксперта в Психологии Бизнеса, который смог бы показать Вам, как реализовать большинство Ваших способностей?

Фонд Карнеги после всестороннего изучения сообщил, что даже в таких специальных областях, как инженерное искусство, медицина и право, успех только на 15% зависит от реальных знаний. 85% зависит от Вашей личности и способа самовыражения.

Вас когда-нибудь официально оценивали по Вашей личности?

Профессор Х. К. Никсон, доктор философии, руководитель кафедры одного из величайших Восточных Университетов, автор многочисленных книг и статей о применении психологии в бизнесе, консультант нескольких крупных предприятий, разработал серию вопросов и тестов, которые поразят Вас, открыв скрытые черты Вашей личности.

Он назвал их «Инвентарём для Достижения Целей». Эти тесты с необычайным мастерством откроют Ваши сильные и слабые стороны, помогут Вам найти места, где Вы неправильно направляете свою энергию, укажут на выдающиеся черты Вашей личности, которые могут привести Вас к великим открытиям.

Если бы Вы консультировались у доктора Никсона лично, Вы бы ожидали, что получение подобной информации будет стоить

Вам от \$15 до \$25, и посчитали бы это весьма низкой ценой. Если Вы немедленно отправите прилагаемый сертификат, Вы сможете получить этот тест для анализа личности *бесплатно!*

Качества, открываемые этим тестом, настолько важны, что мы вместе с доктором Никсоном решили опубликовать серию небольших статей в следующих шести выпусках *Системы, Журнала Современного Управления Бизнесом*, каждая из которых объясняет различные аспекты умственных способностей и их отношение к успеху в бизнесе, а также предоставляет способы для измерения персональных качеств и бизнес-квалификации.

Эти статьи и методы покажут Вам простые способы для определения, насколько хорошо Вас оценивают Ваши деловые партнёры, Ваши клиенты, все те, кто обеспечивает Ваш успех. Это позволит развить Ваши способности и лучше понимать других.

Но первым шагом к получению объективной картины Ваших качеств и способностей станет «Инвентарь для Достижения Целей», и этот прилагаемый Сертификат немедленно предоставит его Вам.

Каждый тест будет индивидуально оценен доктором Никсоном и его коллегами. Вы получите лист характеристик, показывающий Вашу позицию в каждой части тестирования, вместе с рекомендациями, как лучше развивать обнаруженные у Вас черты.

«Люди созданы, – заявлял Эмерсон, – каждый со своим личным превосходством». Да, люди созданы именно так, но большинство из них никогда не знает, в чём заключается их превосходство, поэтому они остаются квадратными колышками в круглых отверстиях до конца своих дней.

«Инвентарь для Достижения Целей» позволит Вам измерить Ваши способности в настоящее время и узнать направление, в котором Вы можете их использовать, а также он может открыть в Вас скрытые силы, о существовании которых Вы никогда не догадывались.

Отправьте сейчас прилагаемый Сертификат с долларовой купюрой в качестве оплаты за следующие шесть выпусков *Системы, Журнала Современного Управления Бизнесом*.

Ответным письмом к Вам придёт первый выпуск вместе с «Инвентарём для Достижения Целей». Ответьте на вопросы теста честно и откровенно, с полной уверенностью, что всё это конфиденциально и останется только между Вами, доктором

Никсоном и его коллегами. Они изучат Ваши ответы, оценят их и пришлют Вам отчёт настолько быстро, насколько это будет возможно.

Но помните, что им предстоит очень много работы. И они могут справиться с изучением лишь ограниченного числа тестов. Поэтому мы устанавливаем границы этого предложения – оно будет действительно только для тех, кто отправит прилагаемый Сертификат немедленно.

Как видите, мы не можем ограничить круг подписчиков, которым делается подобное предложение. Это часть услуг Системы, и поэтому предложение открыто для всех подписчиков. Ваше преимущество заключается в скорости, и если Вы воспользуетесь им немедленно, то Вы обеспечите себя быстрой оценкой. Сертификаты, которые придут поздно, будут немедленно отправлены обратно вместе с прилагаемым долларом.

* * * * *

Это письмо сработало необычайно хорошо. Оно принесло 6 процентов отклика из числа покупателей литературы по бизнесу, чуть больше 5 процентов из числа студентов курсов по управлению бизнесом и 10 процентов из списка людей, интересующихся психологией.

До того, как Компания МакГроу-Хилла взяла управление на себя, журнал *Система* обычно продавался с каким-нибудь бонусом. Тем не менее, Компания МакГроу-Хилла считала, что лучший бонус, который Вы можете предложить любому подписчику, это что-то в самом журнале, поэтому они посоветовали нам попробовать прорекламирровать серии статей на разные темы, которые должны были появиться в грядущих выпусках журнала, и посмотреть – увеличатся ли продажи подписки благодаря силе этих материалов.

Мы попробовали эту методику, продавая какие-то особенные материалы из грядущих выпусков журнала, и сделали это примерно таким же способом, как когда описывали содержание предлагаемой нами бонусной книги. На удивление мы обнаружили, что можем получить такой же хороший отклик, поместив бонус в журнал, как если бы предлагали его отдельно! Мы взяли полдюжины выдержек из ранних глав этой книги, для примера, переработали их в статьи для журнала, а затем продали их серию в качестве части *Системы* с таким же огромным успехом, как всегда. Вот два письма, которые обеспечили это:

Когда человек может превратить потерю \$80,000 на момент 1-го июня в \$121,000 Чистой Прибыли к 31-му декабря, только благодаря письмам –

Когда он может продать по почте Дорожные Сумки на общую сумму в \$3,000,000 – когда он берёт 400,000 пар

возвращённых Шёлковых Чулок по их обычной дилерской цене и прибыльно распродаёт их по почте –

Когда он может увеличить объёмы оптовых продаж за три года с \$2,000,000 до \$6,000,000 в год на одном только предприятии, а затем пойти и достичь таких же серьёзных результатов для двух других компаний в совершенно иных сферах бизнеса – и всё это благодаря правильному использованию хороших писем –

Значит, должно быть что-то настолько фундаментальное в его методах написания и использования писем, что Вы, как бизнесмен, с радостью бы заплатили, чтобы узнать, в чём же заключается его секрет.

Если бы Вы могли попросить этого человека проанализировать наиболее успешные из его писем; если бы Вы могли убедить его выделить те характеристики, которые обеспечивают такой огромный приток заказов; если бы Вы могли убедить его показать Вам, как эти же самые факторы можно использовать для продажи Ваших товаров, для увеличения Вашего баланса, Вы бы без сомнений заплатили за его услуги, не так ли?

Что ж, именно это он собрался сделать в серии статей журнала «СИСТЕМА» – проанализировать его сильнейшие обращения, выделить факторы, благодаря которым люди совершали заказы, и показать, как Вы можете использовать те же самые факторы и обращения для увеличения привлекательности Ваших писем.

Его зовут Роберт Кольер, и он занимается продажами по почте вот уже 20 лет. За это время он продал по почте товаров на общую сумму, значительно превысившую двадцать миллионов долларов. Он был первым, кто продал знаменитую «Книжную Полку Длинной в Пять Футов» (минимум классиков научной литературы для студентов, разработанный Чарльзом Уильямом Элиотом – прим. переводчика) по почте. Он продал рассказы О. Генри на сумму \$2,000,000, «Исторически Очерки» Уэллса на сумму более чем \$3,000,000, а также множество различных товаров от угля и кокса до женских платьев и мужских носков на миллионы долларов.

И теперь он поделится частью своего опыта в серии статей для Системы, Журнала Современного Управления Бизнесом. И не только опытом, но и реальными примерами способов его применения. Более ясный, более поучительный набор статей о том, как заставить Ваши письма приносить больший отклик, будет весьма трудно найти.

Вы попробуете их? Эти ценные статьи уже появлялись в *Системе*, и спрос на них был так велик, что мы напечатали ещё 4,000 копий журналов. Из этих 4,000 осталось меньше 600. Если Вы отправите прилагаемую открытку прямо сейчас – без денег – мы пришлём Вам одну из дополнительных копий вместе с Вашим первым выпуском *Системы*, содержащим свежую статью.

Если они Вам понравятся, если Вы посчитаете, как и мы, что эти статьи сами по себе будут стоить гораздо больше, чем стоит подписка на весь журнал – пришлите нам \$1 в течение 30 дней, а затем по \$1 в месяц на протяжении четырёх месяцев, чтобы заплатить специальную цену за следующие 24 выпуска. В противном случае, Вы можете прислать нам 25 центов за тот выпуск, что Вы получили, и аннулировать условия подписки. Достаточно справедливо? Тогда напишите Ваше имя и адрес на прилагаемой открытке и бросьте её в почтовый ящик. Но, пожалуйста, сделайте это сейчас, если Вы хотите получить перепечатку первых трёх статей.

Эти первые статьи содержат сведения о некоторых из наиболее важных условий успеха целой серии писем, так что не пропустите их!

Марка на открытку уже наклеена. Всё, что Вам нужно сделать, – указать на ней своё имя и опустить её в почтовый ящик.

* * * * *

Что делает некоторые письма гораздо более эффективными, чем другие?

Письмо может идеально выражать мысли, обладать законченным стилем – оно может следовать всем правилам – и, тем не менее, отклик на него будет таким же недостаточным, как устрицы на церковном ужине. Почему? Потому что написание писем, которые принесут Вам прибыль, сродни рыбалке – правила не имеют значения, важна наживка!

Вы знаете, какую наживку Вам нужно насадить на свой крючок, чтобы к нему толпой ринулись заказы – и все по почте? Это Секрет продаж почтой. Это секрет, которым, благодаря нашим уговорам, Роберт Кольер поделится в серии статей, стартующих в следующем выпуске *Системы*, *Журнала Современного Управления Бизнесом*.

Роберт Кольер – тот человек, который начал продажи почтой знаменитой «Книжной Полки Длинной в Пять Футов» доктора Элиота. Тот, кто следом за этим в течение двух лет продал рассказов О. Генри на общую сумму в пару миллионов долларов, а затем и «Исторических Очерков» Уэллса на три миллиона долларов.

Чтобы Вы не думали, что его методы хороши только для продажи книг: он занимался написанием рекламного текста для фирмы посылочной торговли и за семь месяцев превратил \$80,000 убытков в \$121,000 чистой прибыли. В течение следующих трёх лет он увеличил объёмы их оптовых продаж мужского снаряжения, дорожных сумок и других подобных товаров с \$2,000,000 до более чем \$6,000,000 в год.

Он брался за работу в кардинально различающихся сферах бизнеса – угольных шахтах и организациях, занимающихся пошивом женского платья – и, применяя в них одни и те же фундаментальные правила «прикармливания», он приносил бизнесу исключительный успех.

Теперь он публикует эти основы в серии статей, которые не только покажут Вам, что это за правила, но и то, как они работают. Как видите, Кольер в первую очередь изучает человеческую реакцию. Он не изучает товары – он изучает человека!

Он может знать очень мало о товаре, который предлагает, но он поставил перед собою цель – знать всё о людях, которым он предлагает этот товар. И именно поэтому его «основы» настолько хорошо применимы как к женским платьям, так и к углю; как к дорожным сумкам и мужским рубашкам, так и к книгам.

Вы прочитаете первые из этих фундаментальных правил? Прилагаемая открытка доставит их Вам в следующем выпуске *Системы*. Сделайте заказ – ПОПРОБУЙТЕ их! Если Вы не посчитаете, что секреты продаж почтой, рассказываемые Кольером, сами по себе стоят полной подписки на *Систему*, пришлите нам только 25 центов в качестве оплаты всего одного выпуска и аннулируйте Вашу подписку.

Думаю, Вы согласитесь, что это достаточно справедливо. Если после первой статьи Вы не посчитаете, что должны получить всю серию этих статей, отмените Ваш заказ, заплатите 25 центов за один выпуск, который Вы получите, и на этом всё закончится.

Но – даже если Вы хотите увидеть только эту первую статью, Вам нужно отправить прилагаемую открытку прямо

сейчас. Мы печатаем только 1,000 дополнительных копий каждого выпуска. Когда они разойдутся, подписка начнётся уже со следующего выпуска. Так что если Вы хотите познакомиться с первыми и наиболее важными из «основ» Кольера, напишите Ваше имя на прилагаемой открытке и отправьте её прямо сейчас!

* * * * *

Мы хотели посмотреть, удастся ли нам набрать приемлемый процент читателей, которые продлят свою подписку. В результате того, что мы делали упор не на уведомление об окончании срока действия подписки, а на перепродажу подписки с помощью информации о том, что грядущие материалы могут сделать для подписчиков, процент людей, продливших подписку, оказался почти вдвое выше ожидаемого нами. Мы добились этого с помощью серии из шести писем. Вот два типовых:

Какого размера шляпу Вы носите?

Это такая шляпа, которую любой другой человек в компании может нацепить на свою голову и не заметит при этом разницы, или она немного прикроет его уши, сделав его похожим на клоуна?

В каждой успешной организации есть как минимум один человек, которого никто не сможет заменить. Он может устанавливать политику продаж. Или он может быть прекрасным розничным продавцом. Но где бы он ни находился, успех бизнеса зависит от него.

Подобный человек обычно обладает двумя вещами: 1. ИДЕЯМИ. 2. ТАКТОМ И ИСКУСНОСТЬЮ ДЛЯ ПРЕТВОРЕНИЯ ЭТИХ ИДЕЙ В ЖИЗНЬ.

У многих людей есть хорошие идеи. Разница между бдительным, прогрессивным мыслителем и тем, чьи идеи рассматриваются как необоснованно радикальные, чаще всего заключается в том, как каждый из них преподносит свои планы. Один скармливает их так быстро, как только его коллеги способны переварить их; другой пытается целиком затолкать их в горло своих слушателей.

В *Системе, Журнале Современного Управления Бизнесом*, Вы найдёте только те идеи, которые хорошо зарекомендовали себя в других организациях. Вам дадут советы по адаптации этих идей к Вашей работе, и Вы получите авторитетную поддержку, которая так часто нужна для «продажи» новой идеи Вашей организации.

Одним словом, Вы получите возможность стать «Человеком Идей» в Вашей фирме, тем, вокруг кого вращается вся деятельность компании. Для такого человека вопрос состоит не в том, «Какого размера шляпу я ношу?», а «Насколько большую шляпу можно примерить?»

Независимо от того, каков будет Ваш ответ на этот вопрос сейчас, он будет гораздо лучше через год, если за это время Вы прибавите к своим собственным оригинальным идеям проверенные методы другого успешного «Человека Идей», почерпнув их на страницах *Системы*.

Я знаю, что Вы не захотели бы пропустить ни слова из предлагаемой информации, когда новый план продаж или новая идея экономии денег может стать причиной появления кардинальных различий между красными и чёрными чернилами в Вашем месячном отчёте Прибыли и Убытков.

Не нужно писать ни строчки. Всего лишь две буквы «О.К.» на прилагаемой открытке продлят Вашу подписку на следующие двенадцать выпусков. Вы напишите это – СЕЙЧАС – и бросите открытку в почтовый ящик? После этого могут пройти дни и недели, но Вы будете уверены, что пополняете запасы прибыльных рабочих планов каждый месяц с приходом Вашего почтальона.

Не присылайте денег – только открытку. Но чтобы Ваше имя сохранилось на должном месте в списке подписчиков, Вы должны отправить эту открытку прямо сейчас!

Искренне,

* * * * *

ДОРОГОЙ ПОДПИСЧИК:

Вы жертвуете одним долларом ради самого эффективного письма с предложением о погашении задолженности из всех тех, что Вы видели – письма, собравшего 85% просроченных платежей, когда любые другие призывы не справлялись с поставленной задачей?

Вы дадите шанс одному доллару показать Вам продающее письмо, которое привлекло прямые заказы на сотни тысяч долларов?

Вы потратите 16 1/2 центов на каждый из шести неотъемлемых шагов, которые Мастер Продаж считает самыми важными для успешных продаж, или на планы, которые лучше

всего доказали свою эффективность в анализе работы, политике групповых бонусов и систем «поощрения»?

Если Вы готовы пойти на это, отправьте прилагаемую открытку для получения первых шести выпусков новой *Системы, Журнала Современного Управления Бизнесом*. Система приобрела новую жизнь, новую бодрость духа, новый интерес.

Как видите, сегодня Вы сталкиваетесь с новыми условиями. Мы работали с растущим рынком, когда стечение обстоятельств зарабатывало деньги для многих людей, которые никогда не могли сделать это самостоятельно. Это уже в прошлом. Пришло время воспользоваться реальными способностями, основательно взяться за методы современного управления, забраться на вершину или оставаться долгое время впереди остальных.

Теперь у всех будут равные шансы. Люди, которые не справляются с работой, начнут своё движение – и менеджеры тоже!

Следующие несколько лет окажутся очень тяжёлыми для бездельников. Они будут известны как «уравнивающие годы», так как они опустят многих людей из тех, кто сейчас занимает высокие должности, и придадут силы истинным работникам – и под работниками мы подразумеваем не тех, кто просто совершает много телодвижений, а тех, кто ПРОИЗВОДИТ!

В подобный период каждый человек должен найти себя, и Система станет хорошим примером. Новая Система отличается от всего, что было раньше. Она более практична. В сущности, она представляет собою продолжительный курс современного управления бизнесом. Она обеспечивает смотрящих вперёд руководителей планами, методами, письмами, стимулами, которые необходимы ему в новых состязаниях сегодняшнего дня.

Вы рискнёте одним долларом, чтобы ПОПРОБОВАТЬ её в течение шести месяцев? Не имеет значения, что Вы могли получать её уже в течение шести лет – ВАМ НУЖНО ЧИТАТЬ ЭТУ НОВУЮ СИСТЕМУ!

Вы упустите необходимый фактор Вашего успеха, если не будете делать этого! Вы пожертвуете ради этого одним долларом?

Прилагаемая открытка будет Вашим ответом. Вы отправите её сейчас – СЕГОДНЯ?

Искренне,

* * * * *

Но всего лишь получать заказы недостаточно. Это только первая часть дела. Следующая часть – получение оплаты за них. И написание писем, которые принесут платежи, такая же важная проблема, как и написание писем для получения заказов. Так что наша следующая глава будет посвящена сбору денежных средств.

СОБИРАЕМ ДОЛГИ С УЛЫБКОЙ

С КАКОЙ самой трудной работой может столкнуться письмо с предложением о погашении задолженности?

Сбор долгов в тяжёлые финансовые времена может оказаться весьма трудной задачей. Сбор денег после того, как что-то разозлит вашего должника, может быть ещё хуже. Но по сравнению с одним типом сбора долгов оба эти случая очень лёгкие. Этот тип – сбор денег за товары, которые люди не заказывали и, как все вы догадываетесь, не использовали.

Если письму нужно получить деньги с подобного должника, когда кредитором не было установлено ни моральных, ни юридических обязательств, это должно быть очень хорошее письмо. Если оно сработает в этом случае, то в других уж точно.

Вы помните поток незатребованных товаров, которые заполнили почту пару лет назад, когда Торговая палата и Бюро по совершенствованию бизнеса начали советовать людям выбросить эти вещи, а почтовые отделения пригрозили отказаться от работы с ними?

Люди, которым давали подобные советы, едва ли были в нужном настроении для сбора с них денег. В результате компания, с которой работал писатель, обнаружила у себя в книгах данные примерно о 600,000 неоплаченных однодолларовых счетах, процесс сбора долгов становился всё медленнее и медленнее, и не было ни намёка на то, что ситуация может измениться в лучшую сторону.

Были отправлены три различных типа товаров – бутылочка духов, набор платков и косметический набор с инициалами, каждый по цене в \$1, и каждый из этих товаров был отправлен по очень многообещающему списку безо всяких заказов и прочих разрешений.

Несомненно, отправлять товары таким образом – весьма сомнительная манера ведения бизнеса. Даже те единицы, кто поступал так, позже признали это. Но беспокоились они совсем не об этом. Важнейшей задачей, которая стояла перед ними на тот момент, было получение назад своих денег.

Об угрозах, конечно, не могло быть и речи. Оставалось только убеждение, и даже его следовало использовать с осторожностью, потому как многие из получателей этих товаров испытывали раздражение от того, что они получили вещи, которые никогда не заказывали, и они были бы ещё больше раздражены, когда бы мы попросили их заплатить за эти вещи. Для начала их нужно было смягчить. И лучший способ сделать это – **сделать это с улыбкой**. Но перед этим всё равно нужно было послать им хоть какие-то счета, чтобы у них в голове отложились мысли о том, что они задолжали что-то за товары. Так что первое

уведомление представляло собою комбинацию письма и счёта. Оно выглядело примерно так:

**Бутылка Объёмом в Одну Унцию – Восхитительно
Ароматные Духи «Нарцисс» – \$1**

Занятому человеку простительно забыть о таком маленьком счёте, как тот, что приведён выше.

Вы сможете окончательно выкинуть его из головы, если обернёте чек или долларовую банкноту в это письмо и отправите его в прилагаемом конверте. Почему бы не использовать его прямо сейчас? Марка уже наклеена!

С благодарностью Ваши,

* * * * *

На внедрение этой идеи отводилась пара недель, а затем был использован «голос с улыбкой». Вот одно из наиболее успешных писем этого типа из тех, что были испробованы:

Вы слышали одну из этих историй Бада Фишера?

«Ради всего святого!» – воскликнул Джефф, глядя на письмо. «Плохие новости в письме, Джефф?» – спросил Мэтт. «О да. Ужасные новости. Парень, который пишет мне, хочет получить мой автограф». «Я бы посчитал просьбу об автографе комплиментом». «Да, – застонал Джефф, – но он хочет получить мой автограф на чеке на восемь баксов, которые я ему должен!»

Не можем ли мы, как и кредитор Джеффа, попросить у Вас автограф на чеке на \$1 (или всего лишь долларовую банкноту), покрывающем стоимость бутылочки с унцией прекрасных духов, которую мы отправили Вам месяц назад?

Спасибо!

С благодарностью,

* * * * *

Когда это письмо не срабатывало, приходилось становиться чуточку более настойчивыми, поэтому следующие два письма были написаны в немного обиженном тоне.

? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ?

Именно так мы начинаем чувствовать себя по отношению к бутылочке прекрасных духов, которую мы отправили Вам шесть недель назад с правом оставить её или использовать прилагаемую к письму оплату почтовых расходов, чтобы отправить духи обратно.

Мы написали Вам несколько писем, но не получили в ответ ни строчки.

Если Вы просто не обратили внимания на наши предыдущие письма – *прикрепите* ли Вы Ваш чек или долларовую банкноту к этому письму и отправите её в прилагаемом конверте *сейчас*?

С надеждой Ваши,

* * * * *

Перо не такое уж и тяжёлое, но Вы когда-нибудь поднимали перину по лестнице?

Один небольшой счёт никого не обременит, но сотни таких маленьких счетов часто оказываются огромной нагрузкой.

Кроме того –

На получение оплаты по небольшому счёту – на письма и почтовые расходы, связанные с их отправкой – может быть потрачена сумма, эквивалентная долгу, ещё до того, как счёт будет оплачен.

Это несправедливо, и я знаю, что Вы не хотите оказаться несправедливым из-за той небольшой суммы, которую Вы должны нам за бутылочку с унцией изысканных духов, отправленную Вам пару месяцев назад с прилагаемой оплатой почтовых расходов на случай, если эти духи будут Вам не нужны, и Вы захотите вернуть их обратно.

Просим оплатить \$1.

В ожидании Ваши,

* * * * *

Эти письма сделали своё дело. Около 60 процентов людей, которым были отправлены товары, прислали по доллару, а ещё 25 процентов вернуло товар.

Только 15 процентов воспользовались советом местных властей и выбросили товары или отказались платить за что-либо, что было доставлено без их предварительного заказа.

Письма, которые смогли бы справиться с такими трудными случаями, должны были обладать принципиальным здравым смыслом, и нам показалось, что у этих четырёх писем он был. Что подталкивает должника к тому, чтобы он расплатился с вами? Только две вещи – **страх** и **убеждение**. Если вы можете пробудить в нём боязнь того, что он лишится своего кредита, если вы пригрозите ему судом и лишением права выкупа или арестом имущества, вы получите свои деньги, если он может заплатить их. Вы получите свои деньги, но **вы потеряете его расположение** – и когда он захочет что-то купить, он обратится к кому-нибудь другому.

Намного лучше использовать такое убеждение, которое **вызовет у него улыбку**, побудит его расплатиться, но при этом оставит у него ощущение, что он *оказал услугу своему другу*.

Но ваш доброжелательный тон не должен отнимать у вашего письма настойчивости. Напротив, в данном случае ещё более важно ясно и чётко обозначить этот факт. Если для придания должнику ощущения безопасности есть что-то лучшее, чем «доверительное» письмо, я надеюсь, что мне никогда не придётся с этим столкнуться. Только послушайте:

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Вы, несомненно, следите за состоянием собственного счёта. Но я считаю, что Вы недостаточно заботитесь о напоминающих письмах, поэтому мне приходится потратить значительную часть своего времени, чтобы лично написать Вам обо всём этом.

Основываясь на обширном опыте, мы сделали вывод, что существует реальная опасность в том, что Вы уделяете мало своего внимания платежам. Когда Вы не оплачиваете счета по мере их поступления, не пройдет много времени, прежде чем они скопятся в таких объёмах, что станут причинять неудобства, и оплатить их все станет практически невозможно.

Не получая от Вас никаких вестей в течение продолжительного периода времени, я прошу Вас удовлетворить мой личный интерес и сказать, когда я могу ожидать денежного перевода, или по возможности посвятить меня в обстоятельства, которые помешали оплате.

Благодарю Вас за эту личную любезность,

Я –

* * * * *

Нет, мы не использовали это письмо. На самом деле, это было типовое письмо, с помощью которого мы хотели показать, какие чувства вызывает у читателя подобная длинная и скучная речь. Если вы получите такое письмо, разве у вас не сложится впечатление, что человек, который хочет получить свои деньги, слишком неуверен в себе, чтобы сделать что-то для этого, и что вы можете спокойно отложить этот платёж до тех пор, пока вам самим не будет удобно его оплатить? Сравните это письмо со следующим – вежливым, но убедительным и чётко выражающим запрос на получение платежа:

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Некоторые люди, как только кто-нибудь на мгновение задержит выплату или начнёт спорить об оплате их счетов, спешат прибегнуть к помощи закона. Они думают, что единственная причина, по которой кто-то не платит по счетам, это нечестность.

Но мы знаем лучше.

Мы имели дело с очень многими людьми и знаем, что лишь очень, очень немногие из них оказываются преднамеренно нечестными.

А многие идеально честные люди попадают в ранг должников просто из-за своей беспечности. Они на самом деле намереваются заплатить, но из-за того, что счета оказываются незначительными, они просто откладывают их в сторону.

Мы знаем, что Вы твёрдо намерены оплатить долг в \$10 по Вашему счёту. Мы знаем, что, в конечном счёте, мы получим деньги. Но разница между «в конечном счёте» и «сейчас» проводит черту между «золотыми» покупателями и «бедными».

Вы хотите быть в «золотом» классе, даже если Вы никогда не купите у нас какую-либо другую книгу или другой долларовый товар в кредит. Так приятно знать, что ты находишься в числе «привилегированных людей» – что любой торговец с радостью предоставит Вам кредит, если Вы этого захотите.

Вернитесь в этот класс, прикрепив сейчас к этому письму Ваш чек или наложенный платёж и бросив его в почтовый ящик.

* * * * *

Величайшая опасность для писем, собирающих долги, заключается в том, что после получения первого такого письма люди уже смогут узнавать их по одному лишь беглому взгляду на конверт и станут выбрасывать их, даже не читая. Поэтому было бы очень хорошо разнообразить внешний вид таких писем всеми возможными способами. *Бизнес-Еженедельник*, например, использует миниатюрное письмо, конверт и счёт, привлекающие внимание своей новизной, а затем возвращается к письму обычного вида и формы. Вот эти письма:

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

Прилагаемый счёт настолько невелик, что мы не хотим делать его слишком большим по размеру, чтобы привлечь к нему внимание человека Вашего положения.

Мы знаем, что этого напоминания более чем достаточно.

Вы напишете на нём «ОК» и бросите его в корзину для исходящей корреспонденции – СЕЙЧАС?

Спасибо!

С благодарностью,

* * * * *

**БИЗНЕС-ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК
МАКГРОУ-ХИЛЛ ПАБЛИКЕЙШН**
Десятая Авеню на 36-й Улице, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк

СЧЁТ НА ОПЛАТУ ПОДПИСКИ

Джон Джонс
ул. 121 Дж.,
Вашингтон, округ Колумбия

За 52 Выпуска БИЗНЕС-ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКА – \$5.00

Просим вернуть этот счёт вместе с Вашим денежным переводом или обратиться к №121.

Для такого человека, как Вы, проблема заключается не в том, как заплатить, а когда – потому что Вы слишком заняты.

Но именно эта занятость делает *Бизнес-Еженедельник* наиболее неопенимым для Вас, потому что он не только в нескольких сжатых и содержательных абзацах рассказывает Вам о новостях в сфере бизнеса, но также ТОЛКУЕТ эти новости, показывая, какой эффект они окажут на Ваш бизнес.

Бизнес-Еженедельник так же необходим каждому солидному руководителю, как информация о состоянии его банковского счёта и график продаж. И Ваш чек (потому что он один из тысяч) также необходим для того, чтобы *Бизнес-Еженедельник* мог оказывать Вам подобные услуги.

По этой причине, не желаете ли Вы выбросить этот чек из Вашей головы, просто написав «ОК» на прилагаемом бланке счёта и положив его сейчас в Вашу корзину для исходящей корреспонденции?

Спасибо!

С благодарностью,

* * * * *

Знаменитые письма со шнурком, написанные Луисом Виктором Эйтингом, по большому счёту обязаны своему успеху умной идее, которую они преподносили – идее завязывания узелка на большом пальце, чтобы вы не забыли отправить перевод, *а затем повязали письмо и счёт тем самым шнурком, который вы использовали!*

Вот первое из его писем:

Вы помните, как когда Вы были молоды, и Ваши хорошие друзья посылали Вас в центр города за чем-нибудь, они завязывали на Вашем большом пальце узелок, чтобы убедиться, что Вы ничего не забудете?

Это были счастливые дни, не так ли?

Но нет ни одной причины, по которой дни В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ не должны быть такими же счастливыми, и также вероятно, что некоторые из нас порою забывают о каких-то мелочах в течение дня.

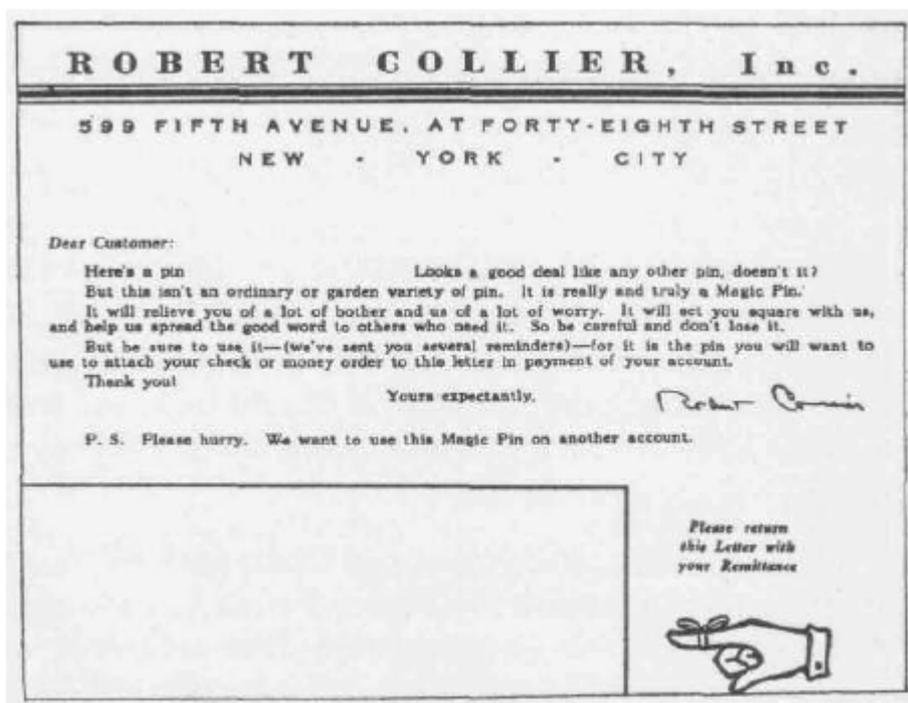
Поэтому я отправляю Вам это небольшое напоминание – НЕ ЗАБУДЬТЕ ЗАПЛАТИТЬ по небольшому пункту, указанному ниже.

Я надеюсь, что моё письмо заставило Вас улыбнуться, и что я могу рассчитывать на удовольствие от получения от Вас быстрого ответа.

Сердечно Ваш, – завяжите узелок, и Вы не забудете!

* * * * *

Ещё один хороший пример – «письмо для прикалывания». Это адаптация идеи с узелками, и она работала также хорошо. Вот это письмо:



Затем было письмо в голубом конверте, напечатанное на голубом бланке, которое показывало читателю, насколько грустно отправителям этого письма от того, что они не получили ожидаемый от него чек. Эта идея была доведена до крайности в «надгробном письме», которое отправлялось в конверте с чёрной рамкой и гласило: «*Посвящается памяти Джона Джонса (или имени какого-либо другого читателя), чей счёт умер после продолжительной болезни и т.д.*» В уголке небольшой открытки была приписка, что если была допущена ошибка, и Джонс всё ещё жив, отправители письма будут рады получить доказательство этому на бланке платежа.

Конечно, подобные трюки могут до добра не довести. Но их идею можно выразить следующим образом: **самая сложная и самая важная часть задачи заключается в том, чтобы привлечь внимание должника, и всё, что сможет удерживать его внимание достаточно долго, чтобы он выслушал вас, будет во многом способствовать получению вами денег.**

Когда вы продаёте что-то, что требует дальнейших действий от покупателя, часто важно перепродать ему желанность вашего товара, прежде чем вы сможете получить деньги. Это особенно касается различных обучающих курсов, наборов книг и им подобных. Когда нужно собрать деньги по таким счетам, специальное вдохновляющее письмо правильного типа оказывается на вес золота – и обычно ответом на такое письмо становятся платежи!

И затем всегда следовали предложения бонусов для получения быстрых платежей, а также предложения оплаты наличными (со скидкой против оплаты в рассрочку – прим. переводчика). Хорошие предложения оплаты наличными часто приносят на 30-40 процентов больше платежей, а без них даже предложение

рассрочки с ежемесячными платежами давало бы очень медленные результаты. Вот несколько писем, которые были для нас очень успешными:

Вы примете 3-томное собрание «Библиотеки Инициативных Людей» Апдеграффа в обмен на услугу, о которой я хочу Вас попросить? Услуга простая и легко выполняемая. Вот, в чём она заключается:

Вы должны нам немного денег за подписку на *Корпорацию «Разум»*. Вы можете уладить это с помощью удобных ежемесячных платежей,

НО -

Если Вы пришлёте нам остаток долга полностью СЕЙЧАС, мы дадим Вам - БЕСПЛАТНО и С УЖЕ ОПЛАЧЕННЫМИ ПОЧТОВЫМИ РАСХОДАМИ - 3-томное собрание «Библиотеки Инициативных Людей» Апдеграффа.

Это собрание обычно продаётся по цене \$2.25 без учёта почтовых сборов, и уже многие тысячи экземпляров этих книг были проданы по этой цене. В них входят такие старые и проверенные основы, как знаменитые «Очевидно, Адамс», «Шестой Чернослив» и «Подсознание в Бизнесе». Они красиво отпечатаны на тяжёлой книжной бумаге в крепком твёрдом переплёте. Единственная причина, по которой мы делаем подобное предложение, заключается в том, что крупный тираж этих изданий уже практически распродан, и у нас осталось всего две или три сотни комплектов книг.

Когда они закончатся, наши права на эти книги уйдут вместе с ними, так что нами больше не будет напечатано ни одного экземпляра. Поэтому мы расстаёмся в этой парой сотен комплектов с большой уступкой. Книги действительно очень хороши, и некоторым из их читателей они принесут значительную выгоду. Чтобы стать одним из их числа, Вам нужно отправить Вашу оплату прямо сейчас.

Искренне,

* * * * *

ПОДАРОК ДЛЯ ВАС!

Если Вы поторопитесь!

Мы оставили из нашего последнего большого тиража несколько сотен копий знаменитого «Руководства Деловой Переписки» под редакцией профессора Джеймса А. Пикена, лектора по рекламе в Школе Коммерции Северо-Западного Университета и консультанта по многим крупным бизнес-кампаниям.

Это «Руководство Деловой Переписки» издано в трёх красивых томах с обложками из тяжёлой бумаги, имитирующей кожу. Это издание во всех отношениях такое же, как и тысячи комплектов, которые были проданы по \$5.00. Но у нас осталось всего несколько сотен экземпляров – недостаточно для того, чтобы затевать серьёзную рекламную акцию. Поэтому мы собираемся отдать их тем нескольким из наших первых подписчиков, кто окажется быстрым. Вот наше предложение:

Отправьте нам СЕЙЧАС полную сумму платежа по прилагаемому счёту вместо того, чтобы ждать и вносить оплату частями каждый месяц. Если Вы пришлёте оплату прямо сейчас, мы отправим Вам БЕСПЛАТНО и С УЖЕ ОПЛАЧЕННЫМИ ПОЧТОВЫМИ РАСХОДАМИ три тома «Руководства Деловой Переписки».

Если уже все книги разойдутся к тому моменту, как поступит Ваш платёж, мы вернём Вам полностью этот платёж и позволим Вам продолжать платить так, как предполагалось ранее – каждый месяц частями.

Но не медлите! Не упустите это предложение! Прикрепите свой чек СЕЙЧАС к прилагаемому счёту и отправьте его в уже подписанном конверте с наклеенной на него маркой. Вам больше никогда не представится подобного шанса!

Искренне,

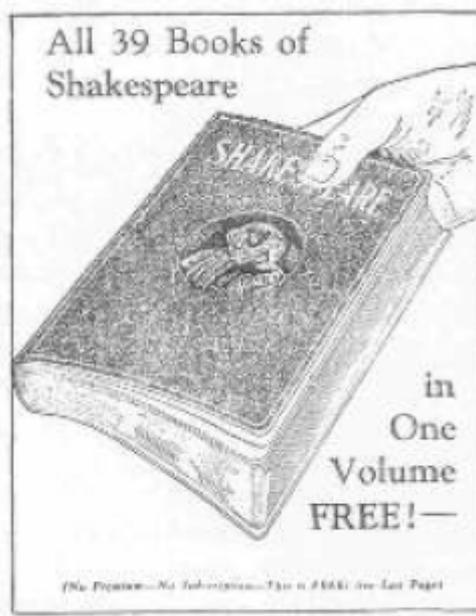
* * * * *

Конечно, наиболее успешной серией писем, собирающих долги, оказывается та, которая сочетает в себе все эти характеристики, чередуя одну форму с другой для достижения наибольшего эффекта. Например, когда вы угрожаете, вы можете напугать определённое количество ваших должников, и они заплатят вам, но велики шансы, что вы просто разозлите остальных. Если ваше следующее письмо будет содержать ещё более сильную угрозу, или вы даже предпримете действия, упомянутые в первом письме, основным эффектом окажется то, что вы разозлите получателей этого письма ещё сильнее, чем прежде.

Это как когда вы гладите кошку. Вы можете разозлить животное, глядя его против шерсти. Но затем вам нужно пригладить шерсть обратно, прежде чем вы сможете начать злить кошку ещё больше! Также и с вашими должниками.

Заставьте их нервничать с помощью угрожающего письма. Вы получите определённое количество платежей. Успокойте их, предложением оплаты наличными или вдохновляющим письмом, или каким-нибудь трюком вроде письма для прикалывания или письма со шнурком. Вы соберёте ещё больше платежей. Взбудоражьте их снова более сильной угрозой, и продолжайте чередовать один вид писем с другим, пока не соберёте с них каждый цент, который сможете.

При написании писем, собирающих долги, как и во всём остальном, важно помнить, что вы можете поймать больше мух на мёд, чем на уксус. И ещё: **угроза действия будет гораздо эффективней самого действия, если вы сможете убедить должника в том, что ваши угрозы не являются простым блефом.**



Обращение к закону является крайней мерой, и если сумма долга невелика, эта мера редко будет выгодной. С другой стороны, письмо от адвоката может стать более эффективным стимулом для возвращения долгов, чем всё описанное здесь. Но крайне редко стоит выходить за рамки письма.

Своевременные сборы долгов, как правило, оказываются весьма успешными. Если вы станете следовать за человеком, как только оплата его счетов начнёт задерживаться, если вы «сядете ему на хвост» и будете продолжать напоминать ему о просроченном платеже вежливо, *но решительно*, вы с большой вероятностью получите свои деньги, как только он сможет вам заплатить.

ИДЕАЛЬНОЕ ПРОДАЮЩЕЕ ПИСЬМО

ВЫ помните, как один газетный редактор описал идеальную свадьбу: *«Представьте, как прекрасная наследница, – говорил он, – сбегает с шофёром. Позвольте разгневанному отцу пуститься в погоню с дробовиком, на мощном автомобиле. Устройте аварию, героическое спасение плечом к плечу – и у вас идеальная ситуация для читателей таблоидов».*

И он советовал начинающим репортёрам идти на каждую свадьбу, держа в голове этот сценарий, выискивать все драматические моменты в происходящем и строить на их основе свою историю.

Примерно тот же подход можно использовать и при написании писем. Не важно, о каком товаре или услуге вы пишете, в первую очередь вам нужно поставить себя на место вашего потенциального клиента. Думайте о каждой особенности, которую вы бы пожелали обнаружить у этого товара или услуги. Думайте обо всём, что бы вы хотели получить от этого. Разработайте абсолютный идеал, а затем напишите письмо, которое делает акцент на каждой желаемой черте этого идеального товара.

Вот, например, основа для предложения идеальной сделки по льняным скатертям. Прочитайте этот текст, а затем вернитесь к старому письму о «повреждённых комплектах» и посмотрите, насколько близко в том предложении мы подошли к идеалу:

Мы производители Льняных Скатертей. Мы импортируем прекрасный лён с атласным блеском прямо из Белфаста – ему нет равных по тяжести, и он настолько крепкий, что будет носиться вечно.

Подобное бельё стоит огромных денег, и именно по таким высоким ценам им торгуют в лучших магазинах. Но, продавая его Вам напрямую, исключив оптовиков, посредников, высокие наценки магазинов или оплату за обслуживание, мы можем сэкономить Вам половину от его обычной стоимости.

Но это ещё не всё!

Даже в половину от своей розничной стоимости это бельё оказывается таким дорогим, что у Вас может возникнуть ощущение, что Вы всё равно не можете позволить его себе. Но при производстве тысяч этих прекрасных скатертей нам иногда попадаются единичные экземпляры с небольшим браком – это может быть неровный край или крошечное пятнышко – не настолько серьёзный брак, чтобы его заметил кто-нибудь, кроме эксперта, но это всё равно выходит за рамки стандарта безупречности.

За последние несколько месяцев мы набрали около тридцати или сорока этих технически несовершенных скатертей. Пока они ещё есть у нас, Вы можете получить одну из них на треть дешевле нашей и без того низкой цены!

Помните, что у нас осталось только 30 или 40 этих скатертей, и вполне возможно, что в ближайшие месяцы новых подобных экземпляров не появится, так что если Вы хотите получить одну из них, Вам надлежит использовать прилагаемую форму заказа быстро.

* * * * *

Когда ваше идеальное письмо будет готово, позвольте ему остыть в течение дня. На следующий день пройдите по нему от начала до конца и вычеркните каждую описательную фразу и характеристику, которую нельзя честно применить к вашему товару. Вы удивитесь тому, как много текста у вас ещё останется – более чем достаточно для написания прекрасного письма, которое создаст в голове вашего читателя настолько желанную картину, что он вряд ли сможет удержаться от того, чтобы сделать заказ.

Одна старая поговорка гласит: нет ничего из того, что вы можете сказать о сигаре за 50 центов, чего вы не могли бы сказать о сигаре за 5 центов – и реклама Кремо (Стемо) доказывает правдивость этого высказывания. Как видите, единственное различие между дорогим товаром и товаром по обычной цене состоит в основном в степени превосходства. На самом деле, они выглядят очень похоже, они сделаны из практически идентичного материала, и они будут делать для вас одно и то же. Разница заключается в степени удовольствия или удовлетворения, которое они принесут. И эта разница в значительной степени рождается в голове покупателя.

Так что ваша работа состоит в том, чтобы создать перед его мысленным взором картину того, что он получит от вашего товара или услуги. Постройте картину из таких блоков, которые он легко сможет воспринять, например, с помощью слов и мысленных образов, которые для него привычны. Не преувеличивайте – иначе он откажется верить в это и с отвращением разрушит получившееся строение, подобно ребёнку, тщетно пытающемуся правильно построить дом из кубиков. Но пусть картина будет привлекательной. Пусть она будет желанной, и пусть рождаемое ею желание будет гораздо сильнее, чем беспокойство о деньгах, времени или трудностях, с которыми придётся столкнуться при построении этой картины.

Не совершайте ошибку, пытаясь нагрузить ваше письмо всеми характеристиками вашего товара. Вы можете перечислить их в отдельном проспекте и сделать ваше письмо усилителем для этого проспекта. Но найдите одну деталь, благодаря которой ваши продажи вероятнее всего окажутся успешными, и постройте своё письмо вокруг этой детали. Пусть это будет фокальной точкой вашего мысленного образа, вашей картины, и пусть каждое

слово в вашем письме будет мазком кисти, добавляющим чёткости и силы этой фокальной точке.

И помните, что недостаточно просто сказать вашему читателю, чтобы он сделал заказ сейчас или «Отправил прилагаемую открытку немедленно!» Почему он должен это делать? Что он выгадает, сделав это сейчас? Что он потеряет, если будет медлить?

Вы должны потрясти перед его глазами определённой приманкой. Вы должны занести над его головой «дамоклов меч», который может опуститься в любой момент. Установите время, после которого заказы уже не будут приниматься. Или назовите вескую причину, по которой ресурсы строго ограничены. Или объявите об увеличении цены, начиная с определённой даты. Или сделайте особое комбинированное предложение, действующее только в течение ограниченного периода времени.

Но что бы вы ни решили делать, это должно звучать абсолютно серьёзно. Если вы устанавливаете временные рамки, категорично заявите, что ни один заказ не будет принят после этой даты. Если вы объявляете о повышении цен, скажите, что никто никому в последний миг не пойдёт на уступки. Все заказы, которые не будут отправлены к определённой дате, будут оформлены по более высокой цене. Будьте точными! Вы потеряете несколько заказов, сделанных в последнюю минуту. Но вы получите в десять раз больше заказов от тех, кого вы принудили действовать моментально, как только они закончат читать письмо – пока открытка для оформления заказа у них в руках – напугав их тем, что если они сейчас отложат эту открытку, они могут безнадежно опоздать.

Это очень важные факторы успешного письма. Однако есть ещё и другие, которые могут положительным или отрицательным образом повлиять на эффективность писем.

Для начала необходимо, чтобы ваш читатель заглянул внутрь конверта. Это может звучать весьма просто, и это действительно просто, если дело касается обычной корреспонденции, но когда вы занимаетесь масштабными рекламными рассылками, и люди начинают видеть рекламу, бросив один лишь беглый взгляд на ваши конверты, это становится проблемой.

Некоторые люди используют так называемые «дразнилки» снаружи конверта, чтобы пробудить в читателе любопытство, заставить его достать письмо и посмотреть, о чём идёт речь. На самом деле эффективные «дразнилки» очень хороши, но по-настоящему эффективные экземпляры встречаются крайне редко. Как правило, лучше попробовать сделать ваш конверт настолько личным и привлекательным, чтобы читателю как минимум захотелось узнать, от кого пришло это письмо и о чём оно.

Это можно сделать разными способами. Если ваше имя очень хорошо известно, и одних лишь данных в графе «отправитель» достаточно, чтобы узнать в вашем письме рекламный проспект, стоит использовать номер абонентского ящика с гербовой печатью, монограммой или какой-нибудь привлекательной эмблемой под ним.

Иногда помогает использование конвертов с «окошечками», изменение цвета или размеров конверта. Если ваша рассылка до этого отправлялась в конвертах №6, поменяйте их на баронские, затем на конверты Монарх, после этого на №9, и снова вернитесь к №6, изменяя в каждом из вариантов подпись в графе «отправитель», а иногда ещё и цвет вместе с размерами вашего конверта.

Одна компания рассылает письма, напечатанные на псевдо-телеграфных формах, в конвертах, практически не отличимых от жёлтых конвертов с «окошечками», которые Western Union использует для своих телеграмм. Мы тоже попробовали этот вариант и обнаружили, что такая форма очень эффективна.

Ещё одна фирма делает «гигантские» телеграммы 18-точечного типа – гигантские конверты с псевдо-телеграфными формами внутри. Наш опыт показал, что это ещё более эффективно. Но всё это привлекательно благодаря своей новизне, и если использовать эти формы слишком часто, они быстро утратят свою эффективность.

Подобные новшества, тем не менее, неоценимы для человека, который занимается массовыми рассылками рекламных проспектов, так как они позволяют поддерживать интерес у читателей. Люди никогда не станут выбрасывать его письма, не открыв их, потому что они никогда не смогут предугадать, что находится внутри конверта. Но после того как читатель начнёт изучать письмо, работу конверта можно считать завершённой. С этого момента всё зависит только от вас – сможете ли вы привлечь интерес читателя, а затем превратить этот интерес в продажу.

Что является самым важным фактором для вашей продажи? Ваше письмо! Рекламный проспект, конечно, помогает, и открытка для оформления заказа упрощает задачу – но основная нагрузка ложится на письмо. Если у вас нет нужного материала в письме, не имеет значения, что этот материал есть у вас где-то в другом месте. От него будет мало пользы.

Поэтому приложите свои лучшие усилия к вашему письму. Храните «файл идей» с хорошими вступлениями, хорошими описаниями, хорошими заключениями, хорошими указателями всевозможных видов – не для рекламного текста, а для того, чтобы они вдохновляли вас на создание новых и лучших идей. Вам нужно только пробежаться взглядом по нескольким подобным идеям, чтобы заставить работать клетки вашего собственного мозга. И всегда помните, что ваш клиент покупает не то, чем является ваш товар, *а то, что этот товар будет делать для него!*

Также помните, что цель письма – поместить идеи в голову вашего читателя, поэтому следует быть осторожными и не помещать туда негативные идеи, которые вам потом придётся снова извлекать, прежде чем вы сможете совершить продажу.

Кто-то будет советовать вам никогда не писать длинных писем, другие же наоборот будут говорить, что письмо не должно быть коротким. И те, и другие неправы – как неправы почти все сторонники крайних мер. В общем случае целесообразно делать ваше письмо коротким и энергичным, когда вы пытаетесь

навести справки, и всё, что вам нужно, это пробудить в читателе достаточный интерес, чтобы он запросил у вас дополнительную информацию.

Тем не менее, прежде чем человек окончательно решит что-то купить, он хочет знать всё о том, что вы предлагаете, и вы не сможете рассказать ему об этом в коротком письме. Так что поведайте свою историю, неважно – длинной или короткой она будет, но постарайтесь сделать так, чтобы она была интересной. Единственно верную меру, которую вы можете применить к данной ситуации, озвучил Линкольн, когда кто-то спросил его о том, насколько длинными должны быть ноги человека: *«Они должны быть достаточно длинными, чтобы достать до земли!»*

КАК ПОЛУЧИТЬ ДЕНЬГИ ПО ПОЧТЕ

ОРГАНИЗАЦИИ Благотворительного Фонда Нью-Йорка однажды устроили обед для своих секретарей. Пришло несколько сотен человек.

К одному из них в тот момент приехала племянница из деревни, поэтому он взял её с собою, ожидая, что это произведёт на неё неизгладимое впечатление. Так и вышло. Попав в большую обеденную комнату и увидев всю собравшуюся в ней толпу, девушка в ужасе повернулась к своему дяде. «Дядя, – воскликнула она громким шёпотом, – бедняки Нью-Йорка должны поддерживать всех этих людей?»

Секретари Благотворительных Организаций, по большому счёту, очень серьёзные, трудолюбивые люди, совершающие чудеса, добывая деньги для Фонда. Многие из них делают это с невероятно небольшими затратами. Были отработаны дюжины эффективных методов обращений для фондов, и лучше всего зарекомендовал себя метод, когда читателю показывалась фотография какого-нибудь искалеченного ребёнка, рассказывалась его печальная история, а затем читателю предоставлялась возможность помножить эту историю на тысячи таких детей.

Как видите, довольно трудно получить хорошие результаты, работая со статистикой. Вы со сравнительным безразличием читаете о том, что 36,000 человек погибает, а ещё 1,000,000 каждый год получают травмы в автомобильных авариях. Но как только вы становитесь свидетелем того, как машина сбивает маленького ребёнка, слышите страдальческий плач его матери, видите его жалкие искалеченные останки, вы больше никогда не сможете остаться равнодушным. Каждый раз, когда вы будете читать об аварии, вы снова будете видеть перед собою того искалеченного ребёнка, вы будете думать о его безутешной матери, и вы примете решение СДЕЛАТЬ что-нибудь, чтобы остановить это массовое убийство.

То же самое касается и любых крупных катастроф – землетрясений, наводнений, голода или войны. Мы не можем представить себе их в массах. Единственный способ заставить нас прочувствовать эти события – привязать их к истории одной жертвы. Англичане научились этому во время Первой Мировой войны и превратили эти знания в науку.

Сначала они попробовали рассказать нам о нарушенных договорах. Но это ни чуть не тронуло нас, потому что каждая европейская нация время от времени нарушает установленные договорённости, когда это оказывается выгодно ей. Они попробовали рассмотреть ситуацию с дюжины других углов, и затем они коснулись темы молоденьких девушек, на которых напали немецкие солдаты. Наконец-то они нашли что-то. С этого момента их пропаганде было невозможно сопротивляться. Они сгущали краски, рассказывая о случаях Эдит Кэвелл и ещё дюжины человек, пока их страна не оказалась готова к войне с Германией ещё за два года до того, как она фактически вступила в бой. Одним словом, они зывали к

нашим эмоциям, показывая то, что произошло с одной из бедных жертв войны, а затем приводили аргументы, которые весьма обоснованно отражали то, что может случиться с нами, если мы ничего не предпримем.

И именно на эту идею опираются самые успешные Фонды. В первую очередь они взывают к эмоциям, а затем быстро переключают своё внимание на интеллект. Они пробуждают у вас чувство жалости и следом называют логичную причину того, почему вы должны сделать пожертвование – потому что подобная катастрофа может коснуться и вас. Вот как поступила Ассоциация по борьбе с туберкулёзом. Детскими каракулями в самом начале письма было написано следующее:

ДОРОГИЕ ТУБЕРКУЛЁЗНЫЕ ЛЮДИ:

Спасибо вам за то, что вы помогли спасти жизнь моему папе и вернули его домой здоровым. Теперь он не кашляет всё время, как это было раньше.

* * * * *

А затем ниже было следующее обращение:

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Выше приведена точная копия части письма, которое получила наша Ассоциация. Мы передаём благодарности тем, кому они предназначены – Людям, которые в прошлом году купили Рождественские Печати. Без их помощи мы бы не смогли вылечить «Папу».

Вы поможете нам вернуть домой и остальных, в добром здравии, к следующему Рождеству?

Мы уже прислали Вам Ваши Рождественские Печати, так что Вы можете помочь. В спешке Вы забыли отправить Ваш перевод в адресованном конверте, который мы прислали.

Ваш доллар никогда не сможет принести больше пользы, не сможет быть потрачен лучшим образом, чем на помощь тем, кто болен и не может помочь себе самостоятельно. Вы поможете нам завершить работу, прислав Ваш перевод СЕЙЧАС? Пожалуйста, не затягивайте.

Искренне,

* * * * *

Если это не приносило денег, следом отправлялось письмо, в углу которого был помещён снимок исхудавшего мальчика, смотрящего на читателя с надеждой и мольбой, с этим сообщением от него:

ДОРОГИЕ ЛЮДИ:

Я Джуниор Смит. Это моя фотография. Я болел уже долгое время и не думал, что когда-нибудь поправлюсь. Но потом в Туберкулёзной Ассоциации Бланка сказали, что они помогут мне. Так что в прошлом ноябре они забрали меня в Туберкулёзный Лагерь, где они помогают выздороветь таким, как я.

Сейчас я начал поправляться и набираться сил, и скоро я снова смогу бегать и играть. И потом я смогу вырасти и стать большим сильным мужчиной. Я надеюсь, что многие люди купили Рождественские Печати, так что многим другим мальчикам и девочкам из Смиттауна смогут помочь поправиться.

Спасибо вам,

* * * * *

И под этим шла приписка от Ассоциации:

P.S. Мы не хотим обременять Вас, но наше предыдущее письмо, в котором мы просили отправить денежный перевод за Печати, присланные Вам, по-видимому было проигнорировано. Мы будем глубоко признательны за доллар или любую другую сумму, которую Вы пожелаете прислать.

Простите меня за то, что я отнимаю Ваше внимание, но средства на борьбу с туберкулёзом в этом году нужны необычайно срочно. Мы должны помочь сотням других таких детей, как Джуниор Смит.

Пожалуйста, положите Ваш чек или деньги в прилагаемый конверт и отправьте его СЕЙЧАС.

С благодарностью,

* * * * *

Летними Лагерями по аналогии были разработаны эффективные обращения, многие из которых использовали фотографии «До и После». Они показывали какого-нибудь бедного, бледного мальчика из трущоб, каким он выглядит в духоте большого города. Затем они показывали его же фотографию, но после месяца, проведённого в Лагере на свежем воздухе, с хорошим питанием и упражнениями. Там же были приведены фотографии, сделанные у костра, в бассейне, на рыбалке и иллюстрирующие всё то, чем вы любили заниматься, когда были ребёнком. И в довершение всего следовало письмо:

ДОРОГОЙ МИСТЕР СМИТ:

Это просьба Филлипа Джонса, хорошего мальчика, который хочет поехать в Лагерь, но у которого нет денег.

У его родных этой зимой было очень тяжёлое время, и Филлип нуждается в хорошем питании.

Один доллар в день сможет дать ему это. Я думаю, Вы бы могли помочь нам взять его в Лагерь на две недели.

Я был бы Вам признателен, если бы Вы смогли вернуть эту Просьбу вместе с Вашим пожертвованием.

Искренне,

* * * * *

Все согласятся с тем фактом, что когда вы помогаете одному, тем самым вы помогаете всем. Даже если выгода кажется косвенной, все мы выигрываем от того добра, которое можно совершить по отношению к детям из трущоб, все мы выигрываем от любой помощи, которая может быть оказана им для того, чтобы они выросли здоровыми, счастливыми, успешными мужчинами и женщинами. На основании этого знания делается призыв к нашему разуму, так что всё, что нам нужно – это достаточно сильное чувство симпатии, чтобы заставить нас полезть в карман джинсов и пожертвовать немного денег, пока можно что-то изменить. Вот письмо, которое в значительной степени опирается на это воззвание к разуму:

Этот План Помогает Тысячам Избавиться От Их Проблем С Туберкулёзом!

ДОРОГОЙ ДРУГ:

Человеческие существа не создаются по одному шаблону, как пуговицы, а каждый обладает своей индивидуальной упаковкой. В каждой упаковке есть какой-то приз, но многим людям никогда не предоставляется возможности найти их призы.

Наша цивилизация основана на том, что каждому человеку даётся шанс найти приз в его пакете жизни. Она основана на том, что сильные помогают слабым, а удачливые делятся какими-то из своих даров с теми, кто не в состоянии самостоятельно позаботиться о себе.

Вот почему мы взяли на себя смелость отправить Вам прилагающиеся Рождественские Печати. Вы один из удачливых

людей. Вы сильный. Вы способный. Вы нашли приз в своей упаковке. Вы поделитесь немного с теми, кто оказался менее удачлив?

Деньги, которые Вы пришлёте за прилагаемые печати, не будут потрачены на накладные расходы или что-то подобное. Более 80% из них отправляется прямо к нуждающимся. Это позволяет нам арендовать одну или две клиники каждую неделю. Чтобы проводить тесты на туберкулёз в общеобразовательных школах. Чтобы оказывать срочную медицинскую помощь заболевшим. Чтобы уберечь остальных членов семьи от распространения болезни. Чтобы многих отправить в санатории, а остальным помочь в домашних условиях.

Вы поможете? Вы поделитесь немного теми хорошими вещами, которые Вы получили от жизни, с этими бедными душами, которые не в состоянии самостоятельно помочь себе? Вы станете одним из Добрых Самаритян, сделав возможным исцеление этих людей?

К письму для Вашего удобства прилагается конверт. Вы положите в него Ваш перевод и отправите его по почте СЕЙЧАС? От лица всех тех, кому Вы помогаете, я искренне говорю «Спасибо!»

С благодарностью,

* * * * *

Также был редко используемый, но довольно популярный метод, *«помогающий людям помочь самим себе»*. Многие из нас слышали массу историй о семьях, которые расслабились в ожидании Материальной Помощи, которая должна прийти к ним, и не хотят даже пальцем пошевелить, чтобы помочь себе. Письмо, подобное следующему, звучало для людей, знакомых с такими случаями, весьма освежающе:

Вот План, Который Помогает Тысячам Начать Жизнь Заново!

ДОРОГОЙ СЭР:

В течение трёх лет Вы оказывали щедрую помощь тем, кто в ней отчаянно нуждался. И вполне возможно, что Вы уже немного устали от их постоянных обращений к Вашему бумажнику.

Каким бы облегчением было протянуть руку помощи тому человеку, который использует всё, что Вы дадите ему, для

того, чтобы начать всё сначала, и с этого момента будет самостоятельно ухаживать за собой!

Именно это происходит в угольных шахтах Пенсильвании, Кентукки и Западной Вирджинии. Квакеры учат шахтёров, как зарабатывать на жизнь, *независимо от того, работают шахты или нет!*

Они показывают им, как делать мебель, ткать ковры, изготавливать обувь из кожи, а особенное внимание они уделяют обучению тому, как выращивать собственную пищу. И они делают это за очень небольшую плату. В значительной степени они используют подаренные им машины и оборудование для производства одежды – старые швейные машины, прялки, дробилки и тому подобное.

У Вас есть что-нибудь, что могло бы помочь им оборудовать магазин, который бы сделал этих крепких рабочих самодостаточными? Квакеры стремятся так оборудовать каждое из своих сообществ, чтобы оно могло самостоятельно снабжать себя всем необходимым. У Вас есть что-нибудь, что могло бы помочь им? Если нет, не согласитесь ли Вы покормить одну семью в течение недели, чтобы помочь им продержаться до тех пор, пока их маленькие сады не начнут плодоносить?

\$10 хватит, чтобы кормить целую семью в течение недели. Вы примете одну из них всего на неделю – взвалив на Свои плечи заботу об их пропитании? К письму прилагается конверт для Вашего удобства. Вы используете его сейчас – СЕГОДНЯ?

Искренне,

* * * * *

Наконец был ещё План, согласно которому группе известных граждан поручалось написать персональные обращения от своего лица к десяти своим друзьям. Для подобного письма эффективными оказались следующие строки:

ДОРОГОЙ ДЖИМ:

ВЫ присоединитесь ко мне, чтобы помочь одному нашему старому другу выбраться из довольно серьёзной «ямы»?

Доктор Джонс рассказал мне об этом. Я пообещал, что тоже протяну ему свою руку помощи. Он просил немного, но если каждый из тех, на кого он рассчитывает, окажет небольшую помощь, вместе мы вытащим нашего друга из затруднительного положения.

Как видите, сложности возникли у организации Бланка. Вы, конечно, слышали о ней. Это одно из тех мест, куда может прийти человек, которому не повезло в жизни, где его покормят, устроят на ночлег и помогут в поисках работы... не забирая у него свидетельства о рождении и не требуя за помощь никаких денег или процентов.

ТАК много людей обратилось в эту Организацию за помощью за прошедший год, что на них были потрачены все деньги до последнего пенни. В результате оплата за аренду помещения была просрочена на восемь месяцев, и землевладелец уведомил организаторов предприятия о лишении прав на собственность. И если ничего не изменится, я не представляю, что станет со всеми этими бедными людьми, которые не знают, где им можно переночевать.

Доктор Джонс обратился к нескольким из нас и попросил каждого вложить по \$10, чтобы можно было внести плату за аренду помещения и снова открыть Организацию. Я поручился за себя и уверил его в том, что, как я предполагаю, можно положиться и на Вас, Джим.

Вы присоединитесь ко мне в этом мероприятии? Вы пришлёте мне \$10, которые я смогу прибавить к собственным \$10 и передать их доктору Джонсу на эту воистину ценную работу? Для Вашего удобства я приложил конверт с уже наклеенной маркой.

Буду ждать от Вас вестей, Джим, КАК МОЖНО СКОРЕЕ.

Искренне,

* * * * *

Это были некоторые из способов получения денег с помощью писем. Есть ещё дюжины других методов, заставляющих людей делать пожертвования, но мы относим их к другой категории – в их основе лежит воззвание к человеческому тщеславию. Многие люди готовы свободно жертвовать деньги, если их имя будет красоваться на страницах газет, и ни по каким другим причинам. Даже небольшим вкладчикам можно обеспечить подобное удовлетворение. Но это отдельная тема для целой главы.

Далее мы планировали получить пожертвования на какие-нибудь стоящие дела, например, на поддержку Лиги Свободы, Запретов или ещё чего-нибудь подобного. Один из проектов, над которым нам доводилось работать, должен был заинтересовать людей Лигой поддержки государственного сектора экономики. Вот письмо, которое мы использовали. Оно принесло хороший отклик, но, как вы можете заметить, это не повлияло на состояние государственной экономики в заметной степени. К верхней части письма был прикреплен новенький пенни.

Вот Наиболее Прибыльное Из Когда-Либо Сделанных Открытий – Идея о том, что Вложенные Деньги Должны Приносить ПРОЦЕНТЫ!

ДОРОГОЙ СОСЕД:

Один лишь этот маленький, незначительный пенни, положенный под 4 сложных процента в Первый год от Рождества Христова, сегодня стоил бы \$1,227,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000 – во много раз больше всех богатств мира!

Это показывает, что проценты, начисляемые на вложенные деньги, постоянно растут. Бенджамин Франклин представил наглядное отражение этой идеи, когда завещал \$1,000 благотворительному предприятию, при условии, что оно будет выплачивать сложные проценты до тех пор, пока их сумма не достигнет величины, необходимой для какой-то известной лишь ему цели. При ставке в 6%, начисляемых ежеквартально, эти \$1,000 к настоящему моменту должны были бы превратиться в \$5,190,000.00!

Если один пенни, положенный под проценты, мог вырасти до таких размеров, если \$1,000, благодаря процентам, может увеличиться так быстро, представьте, как сумма бюджетного дефицита в Тридцать Шесть Миллиардов может вырасти за несколько лет. Государственный долг Правительства Соединённых Штатов сегодня составляет более \$36,000,000,000. Последние полтора года он увеличивается более чем на \$4,000,000,000 в год, и в следующем году темпы его роста ещё больше увеличатся.

До тех пор, пока долг не будет быстро погашён, страна будет находиться в постоянной опасности, и депрессия, которая только что закончилась, может показаться цветочками по сравнению с тем, через что нам ещё предстоит пройти.

Есть только один способ избежать подобных последствий. Необходимо положить конец НЕНУЖНЫМ расходам, которые сейчас угрожают разрушить всю структуру нашего Правительства. Нужно тратить деньги на НЕОБХОДИМЫЕ вещи – да – но при этом исключить ненужные расходы миллиардов долларов на всевозможные расточительные проекты.

Вы сможете остановить эти растраты? Вы уже сейчас расплачиваетесь за них и будете продолжать платить до конца своих дней. Независимо от того, каков род Ваших занятий или уровень доходов, Вы сейчас работаете на Правительство один день из четырёх – и не получаете заработанных денег. Вы

будете работать на него половину своего времени – или, быть может, вообще всё время – если в ближайшее время что-то не изменить.

Лига Бланка ставит своей целью сделать что-нибудь для того, чтобы остановить растраты. Но мы не можем сделать это в одиночку. Нам нужна помощь каждого умного избирателя, потому что мы сможем представлять голос большой части населения только тогда, когда мы будем иметь определённый вес в Конгрессе. Вы присоединитесь к нам? Вы пришлёте \$1 в качестве Вашего взноса за работу в течение одного года?

Что мы можем сделать? Четыре года назад мы сыграли важную роль в прекращении всё возрастающих выплат ветеранам, которые не пострадали во время войны – и таким образом ежегодно стало экономиться более \$300,000,000 денег налогоплательщиков. Сейчас мы можем сделать ещё больше, мы верим в это.

Мы искренне верим, что \$1, вложенный в эту работу, принесёт Вашей стране гораздо большую отдачу, чем всё, что Вы когда-либо тратили. Сейчас \$1 поможет сберечь сотни и, возможно, тысячи из последующих налоговых сборов – и более того, он может помочь сохранить для Вас свободное Правительство, ведь кто знает, какая форма Фашизма или Коммунизма может прийти вслед за нынешними финансовыми трудностями?

Вы поможете? Вы поможете защитить Казну от орд тех, кто хочет захватить её? Вы используете прилагаемый бланк, чтобы вступить в непартизанские ряды Лиги Бланка с одной единственной целью – проверки растрат Правительства и избавления от двойной угрозы конфискационных налогов или губительного печатания денег?

Искренне,

* * * * *

Несколько отличалось от всего приведённого выше письмо, продающее облигации Промышленного Ссудно-Кредитного Общества. Призывом в этом случае, конечно, была БЕЗОПАСНОСТЬ, с большим откликом. И вот тип письма, который обеспечил лучший отклик:

Вы Можете Посмеяться Над Заботой О Деньгах – Если Будете Следовать Этому Плану!

ДОРОГОЙ СЭР:

Это письмо, пришедшее к Вам до того, как оно получит публичную огласку, предназначено только для Ваших глаз. Оно содержит информацию, которую мы просим Вас хранить в строгом секрете. Очень скоро Вы поймёте почему.

Чтобы Вы могли осознать особую важность этого письма, позвольте рассказать Вам, прежде чем углубиться в детали, что для нескольких человек, кто откладывает как минимум \$20 в месяц, это станет возможностью бросить свою работу через десять лет или уйти на покой и при этом продолжать получать стабильный доход.

К тому же мы верим, что их деньги будут в такой же безопасности, как облигации Соединённых Штатов, потому что они будут инвестированы в одну из надёжнейших и сильнейших отраслей бизнеса на сегодняшний день в этой стране. Что же является самым безопасным местом для Ваших денег? Один из крепких, консервативных банков, не правда ли? Банки этой страны составили одну из величайших и наиболее прибыльных организаций мира, и их бизнес основан всего на одной вещи – способности денег приносить ещё больше денег, когда они положены под проценты. Однако, несмотря на крупные размеры этих банков, они имеют дело только с 15% населения. Мы верим, что можно создать ещё более крупную и сильную организацию, которая будет работать с оставшимися 85% населения.

И вот, как это будет сделано:

Вы, возможно, знаете, что Организация Бланка потратила несколько лет на исследования потребностей семей со средним достатком. И они обнаружили, что больше всего 85% этих семей нуждается в месте, где они могут занять денег в случае возникновения чрезвычайных обстоятельств, которые могут иметь место в жизни каждого человека. Банки по большому счёту были для них закрыты, поэтому им оставалось полагаться на милость владельцев ломбардов и ростовщиков.

Поэтому Организация Бланка разработала то, в чём они нуждались – идеальное законодательство для формирования Ссудно-Кредитных Обществ, которые должны были предоставить этим людям надлежащую безопасность и приемлемые проценты. И 26 штатов сделали это законодательство основой для их «Единого Закона Малых Кредитов».

В рамках этого законодательства были организованы несколько Ссудно-Кредитных Обществ, но спрос на подобные ссуды оказался так велик, что для удовлетворения всех заявок понадобится примерно \$900,000,000.00. Подобные услуги востребованы не только во время депрессии, но также

и в благополучное время, потому что в среднестатистической семье в любой момент могут возникнуть чрезвычайные обстоятельства, требующие выдающихся денежных сумм.

По этой причине прибыли, получаемые в ссудно-кредитном бизнесе, тоже такие выдающиеся. В этом бизнесе нет рекламы, проблем с продажами или торговых издержек. Здесь нет излишних запасов, которые нужно продать по заниженным ценам, нет товаров, пылящихся в шкафах. В то время как в других сферах бизнеса людям нужно постоянно беспокоиться о высоких торговых издержках, перепроизводстве и ожесточённой конкуренции, здесь нет ничего подобного. Здесь полки оказываются пустыми каждую ночь. Каждый доллар, который приходит в течение дня, снова вводится в работу ещё до наступления вечера.

Здесь нет беспокойства о праздниках или воскресеньях, о шести- или восьмичасовых рабочих днях, потому что каждый доллар работает 24 часа в сутки, 365 дней в году, день ото дня прибавляя к себе небольшой процент, который в течение нескольких лет превысит объёмы оригинальных инвестиций!

Как видите, здесь всегда стоит очередь из клиентов, готовых использовать деньги, как только их вернут старые клиенты или вложат инвесторы. Здесь нет задержек. Доллар, который Вы вложите сегодня, уже завтра начнёт старательно работать, накапливая проценты с того самого момента, как только он будет получен. Это подобно снежному кому, который растёт, пока катится. К тому же это безопасно, потому что ссуды всегда небольшие, никогда не превышают \$300, выдаются СЕМЬЕ и тщательно охраняются. За период в восемь лет потери составили менее одной десятой доли процента.

Более того, так как все средства постоянно находятся в работе, превращаясь из денег в новые ссуды, как только старые займы возвращаются, это предприятие способно показать огромную денежную прибыль, составляющую 36% каждый год! Любому бизнесу, который может зарабатывать такие суммы на своих средствах, не составляет труда платить 6% и более держателям их облигаций, а также постоянно увеличивать дивиденды для владельцев их акций.

Около восьми лет назад Промышленная Ссудно-Кредитная Корпорация Бланка была организована на основании Единого Закона Малых Кредитов такого-то штата с целью предоставления небольших ссуд, не превышающих \$300 на каждую семью. Первые два или три года она вела дела очень осторожно, выводя только небольшие суммы денег, пока не было подтверждено, что её методы и система работают должным

образом. С тех пор корпорация постоянно растёт, как растёт и её прибыль.

Сегодня они обнаружили, что могут использовать в десять раз больше средств, чем имеется в их распоряжении – могут поддерживать их в ссуженном состоянии на прибыльной основе каждый день в году. И более того, они могут делать это, не увеличивая административных расходов.

Чтобы постепенно обеспечивать эти дополнительные средства, Промышленная Ссудно-Кредитная Корпорация Бланка собирается выпустить на рынок Конвертируемые Золотые Облигации, дающие некоторые особые привилегии.

1. Для начала, такая облигация будет обеспечивать процентную ставку в 6% с полугодовыми выплатами.

2. Она будет обладать долей в доходах, доходящей до трети чистой прибыли корпорации, в дополнение к другим 3%, как было заявлено Советом Директоров.

3. Она будет конвертируемой в полностью разделяющую прибыль обыкновенную акцию в отношении 5 акций за каждые \$100 золотых облигаций до 1-го июля 1939-го года, а в течение последующих 5-ти лет в отношении 4 к 1.

Другими словами, если Вы используете прилагаемый бланк Заявления, чтобы стать обладателем одной Золотой Облигации, оплата за которую будет производиться по \$20 в течение 5 месяцев, это не только обеспечит хороший процент по вложенным Вами деньгам, но также позволит принять участие в разделении прибыли, приносимой бизнесом, который, как мы верим, предлагает настолько великие возможности, какие сегодня не может предложить ни один другой вид бизнеса в этой стране. Вы помните, как крупные кредитные дома выросли в период с 1910-го по 1925-й годы, и как процветали те, кто вложил в них свои деньги на ранних этапах развития. Мы верим, что в следующие несколько лет можно будет увидеть, как сильно разовьётся бизнес Персональных Ссудно-Кредитных Организаций, и те, кто вложил в них деньги, должны также значительно процветать.

Для человека, который хочет однажды бросить свою работу, для человека, который хочет уйти на пенсию и при этом получать стабильный доход, нет более безопасного и надёжного способа покончить с заботами о деньгах, чем посеять эти зёрна будущего богатства.

Один из первых законов, освещаемых Библией, гласил, что всё увеличивается по роду своему. Этот закон был признан

настолько важным, что он повторяется не меньше шести раз в самой первой главе Книги Бытия, и Писание также постоянно ссылается на него. Всё увеличивается по роду своему. Чтобы пожинать доллары, Вы должны посеять доллары. Некоторым удастся разбогатеть, благодаря своему жалованию. Но чтобы делать деньги, Вы должны заставить Ваши деньги работать на Вас.

Эта истина была известна задолго до времени Христа. Прочитайте Его притчу о талантах. Что слуги, которым их Хозяин вверил свои деньги, сделали с этими деньгами? Положили их под проценты! И что сделал с деньгами слуга, не получивший прибыли?

Он спрятал их, не позволив им ничего делать – как поступает большинство современных людей!

Чем, как не мёртвыми деньгами, являются деньги, потраченные на ненужные вещи и предметы роскоши? Как много долларов сидит у Вас дома, взирая на Вас лениво, бесполезно гния, когда они могут ежедневно приносить Вам доход?

Если бы Вы могли вложить под процент даже один простой пенни во времена, когда Иисус ходил по земле, он мог бы к сегодняшнему дню принести свыше \$200,000,000,000,000 – больше, чем все богатства мира!

Вы не можете вернуться в то время и сделать свои инвестиции, но Вы МОЖЕТЕ вложить свои деньги *сейчас*, и через десять лет после этого Вы сможете посмеяться над заботами о деньгах. Вы можете подсчитать размер своих доходов. Вы уже сейчас можете сказать, когда Вы сможете бросить работу и уйти на покой, чтобы наслаждаться остатком своих дней. И прилагаемый бланк Заявления поможет обеспечить Вам это.

Это Заявление не только позволит дать работу тем нескольким Вашим мёртвым долларам, которые Вы пожелаете потратить сейчас, но в дополнение к этому, оно даст Вам шанс одним из первых приобретать Конвертируемые Золотые Облигации, которые можно обменять на полностью разделяющие прибыль акции.

Сейчас будет выпущено всего 500 этих Золотых Облигаций. Затем, в течение следующих четырёх месяцев дополнительно не будет продано ни одной облигации. Через пять месяцев будет выпущена ещё одна серия облигаций, и только у тех, кто использует прилагаемый Бланк Заявления, будет возможность приобрести их. После этого время от времени будут выпускаться дополнительные облигации, и всегда они будут

предлагаться в первую очередь нынешним владельцам облигаций.

Вы можете посмеяться над заботами о деньгах, если Вы заставите Ваши доллары работать на Вас, пожиная каждый золотой урожай. Вы сможете бросить работу и уйти на покой в любой из дней, а Ваши доллары будут продолжать работать на Вас – если Вы посадите их в такую плодородную почву, как эта.

Прилагаемая форма Заявления – Ваша возможность. Она будет действовать только в том случае, если Вы используете её в течение 10-ти дней. Вы можете отправить Ваше Заявление сейчас – СЕГОДНЯ! Вы сделаете это? Вы знаете, что можете отозвать его по любой причине или без причины в течение 20-ти дней, и все деньги, которые Вы вложите, будут полностью Вам возвращены.

Искренне,

* * * * *

Сродни этому было письмо по акциям горнодобывающих компаний. В этом предложении, конечно, уже была ощутимая доля риска. Здесь не было фактора безопасности, но зато была теоретическая возможность получения высокого дохода. Предложения подобного типа сильно ограничивались Комиссией по Безопасности и Биржам, но когда размер предполагаемой прибыли укладывался в \$100,000, ограничений практически не было, и требовалось лишь согласовать копию вашего Проспекта с Комиссией.

Вот План, Который Помог Тысячам Положить Конец Их Заботам О Деньгах!

ДОРОГОЙ СЭР:

Вот план, который уже обеспечил более чем стократное увеличение капиталовложений тем, кто был достаточно смел, чтобы попытать удачу на Золотом Прииске Лэйк-Шор, который находится в двух с половиной милях от нас. Каждые 32 1/20, вложенные в их акции, когда они только шли к своим первым 50-ти тоннам, к 1918-му году выросли до \$58.50, и, кроме того, с самого первого года открытия шахты эти люди получают богатые дивиденды.

Подобный план обеспечил прибыль во много тысяч процентов тем, кто инвестировал свои деньги в акции Тек Хьюз – менее чем в двух милях к северо-востоку от нас и на одной линии с Лэйк-Шор – в 1921-м году, когда они продавались всего по 11

центов за штуку. Этот план в десять раз увеличил инвестиции людей, вложивших деньги в прииск Райта-Харгрейвза – на том же рудоносном слое примерно в двух с тремя четвертями милях к северо-востоку от нас. Только за последние два года этот план умножил в четырнадцать раз деньги, вложенные в Макассу – тоже к северо-востоку от нас. И этот план приносит хорошие дивиденды всем тем, кто инвестировал свои деньги в любой из семи продуктивных приисков в районе озера Киркленд.

Сегодня этот же план обещает ещё большие возможности прибыли от, казалось бы, самого богатого открытия в этом Золотом Поясе Озера Киркленд – «Сундука с Сокровищами» Траут Крик.

НО ПРЕЖДЕ ЧЕМ НАЧАТЬ ЧТО-ТО РАССКАЗЫВАТЬ ВАМ ОБ ЭТОМ ВЕСЬМА РЕАЛЬНОМ ШАНСЕ НА УДАЧУ, МЫ ХОТИМ СКАЗАТЬ, ЧТО ЭТО ПИСЬМО НЕ ПРОСИТ У ВАС НИ ЕДИНОГО ПЕННИ. ВСЁ, ЧТО ЕМУ СЕЙЧАС ТРЕБУЕТСЯ ОТ ВАС – ЧТОБЫ ВЫ ПРОЯВИЛИ СВОЙ ИНТЕРЕС.

Как видите, большая часть подготовительных работ на Траут Крик уже выполнена. Добывающее оборудование уже куплено и установлено. Оно необходимо для проведения подземных работ по извлечению огромных запасов промышленной руды. Но нам ещё требуется около \$100,000 для того, чтобы заставить шахту активно работать, и до тех пор, пока мы не будем уверены, что эти средства будут доступны нам в тот момент, когда они понадобятся, мы не желаем продавать Вам ни одной акции.

Так что это письмо ставит перед собою цель узнать, заинтересованы ли Вы во вложении \$10 или более (до \$100) при условии, что другие люди сделают вложения в сходных объёмах для достижения необходимой суммы в \$100,000.

В августе 1928-го года в Золотом Поясе Озера Киркленд было совершено одно из наиболее впечатляющих открытий – золотовалютный район, который сейчас занимает второе место в мире по объёмам добычи, и этот район находится во владении Золотой Корпорации Траут Крик, неподалёку от Свастики, Онтарио. Процитируем Е. Х. Орсера, горнодобывающего инженера, ответственного за всю работу:

«В 1928-м году, 14-го августа люди, работающие под моим руководством, открыли то, что оказалось наиболее впечатляющим золотым месторождением на севере страны. По моим тестам, проведённым на поверхности этого месторождения, стоимость добываемого материала составит до \$1425 за тонну. Также я видел записи, полученные от плавильщиков, в которых говорится, что руда в этой точке

обладает исключительным качеством. Тестовые срезы с поверхности шириною в 12 дюймов дали следующие результаты: \$1425.00 – \$41.25 – \$29.20 – \$1163.00 за тонну. Результаты более поздних официальных исследований были такими: \$295.00 – \$2231.00 – \$2217.00 – \$280.00 – \$44.20 – \$5201.00 – \$1594.00 за тонну. После тестовой поставки на плавильный завод была названа цена этого золота, которая оказалась равной \$14,295.60 за тонну. В результате ещё одной поставки 47-ми фунтов золота была вычислена средняя цена, равная \$3716.00 за тонну. Нам попадалось очень мало золотых приисков, которые бы давали то, что мы называем высококачественной рудой. Это же месторождение оказалось исключительным».

С тех пор на этой территории с помощью алмазного бурения было пройдено около 5,000 футов и ещё около 200 футов в результате подземной разработки. После этого было установлено два факта. 1. Траут Крик – такая же высоко минерализованная территория, как и у крупных золотодобывающих компаний вроде Лэйк-Шор, Тек Хьюз, Райт-Харгрейвз и т.д., и эта территория обладает аналогичными горно-геологическими условиями. 2. Богатство золотых запасов в районе озера Киркленд было подтверждено с помощью подземной разработки.

Даже если Траут Крик не обладает ничем больше, кроме того, что отражено в этих двух фактах, он может предложить прекрасный шанс на удачу, потому что с этой маленькой территории уже было извлечено золота общей стоимостью \$145,000,000.00. Но у Траут Крик есть гораздо больше. Траут Крик находится на поверхности, невероятно богатой золотой рудой. И эта руда не пала дождём с небес. Она была вытолкнута из недр земли. И поскольку такая прекрасная руда была обнаружена на поверхности, велики шансы, что ещё более богатые запасы будут обнаружены по мере продвижения разработки на большие глубины.

Именно подобными заверениями горного начальства начали пестреть газетные заголовки, как только стало известно о первом открытии. «Открытие возле Киркленд-Роуд, достойное самого Крэза», – говорилось в заголовке *Финансового Вестника*. «Выдающаяся находка неподалёку от Свастики», – сообщал *Северный Горняк*. «Волнующий образец Золота», – гласила *Вечерняя Звезда Торонто*, в то время как *Почта и Империя* писали: «Наш корреспондент рассмотрел богатый материал, найденный на территории Траут Крик, и с радостью подтвердил раннее заявление о том, что это самое богатое поверхностное месторождение, когда-либо обнаруженное на территории озера Киркленд».

Тогда почему, – спросите Вы, – инвесторы не бегут к вам со всеми деньгами, которые необходимы вам для разработки этого месторождения и вывода его на прибыльный уровень? По той же самой причине, по которой большинству других богатых приисков приходилось выпрашивать деньги на ранних стадиях своего развития. В истории нашей страны полно случаев, когда небольшие инвестиции быстро превращались в огромные богатства, просто потому, что люди в основном ищут надёжные предприятия и очень неохотно соглашаются рисковать. Например, в 1926-м году Солнечный Прииск в Айдахо просил по 30 центов за акцию. Сегодня он продаёт их примерно по \$19.00 за штуку и выплачивает большие дивиденды наличными. Согласно данным *Обзора Представителя*, вклады под шестнадцать процентов в Прииск Геркулеса однажды предлагали по цене в \$160.00. С тех пор по этим вкладам было выплачено около миллиона долларов дивидендов!

Что будет платить Золотой Прииск Траут Крик – никто не знает. Мы не делаем «уверенных» предложений. Это предположение. Но это кажется нам настолько хорошим предположением, что мы, люди, которые сейчас заинтересованы в этом, вложили в эту компанию \$90,000.00 собственных денег. Мы верим, что и Вам стоит вложить в это предприятие столько денег, сколько Вы готовы потратить.

Но мы не хотим, чтобы Вы вкладывали хотя бы пенни до тех пор, пока мы не будем уверены в том, что сможем собрать сумму, необходимую для разработки прииска и вывода его на промышленный уровень. Вы присоединитесь к нам – ЕСЛИ мы получим эти гарантии? Вы инвестируете \$10 или больше (но не более \$100) – если достаточное количество людей пообещает сделать взносы, чтобы в сумме набралось \$100,000?

Если Вы согласитесь, пожалуйста, напишите Ваше имя на прилагаемой открытке и отправьте её обратно прямо сейчас. Регистрационные книги закроются в течение двух недель. Если к тому времени мы не получим достаточной гарантии того, что нужная сумма будет доступна, мы не примем ни одной подписки и будем использовать другие каналы для получения денег.

Мы не пытаемся изображать из себя пророков, и мы не будем говорить Вам, что прилагаемая открытка – это надёжный ключ к богатству. Но мы знаем нескольких мужчин и женщин, которые на данный момент ушли на покой и при этом продолжают получать хороший доход только потому, что они увидели возможности в акциях наших соседей: Лэйк-Шор, Тек Хьюз или Райт-Харгрейвз. Сейчас в Макассе – которая почти прилегает к нашим землевладениям – объявили о величине первых дивидендов, и те, кто купил их акции всего

восемнадцать месяцев назад, могут продать их сегодня с прибылью в 140%.

Наши прииски расположены в такой же высоко минерализованной зоне, как и прииски этих богатых золотодобытчиков, и мы верим, что самые большие богатства ещё не были открыты. Это может стать Вашим шансом, благодаря которому Вы сможете положить конец заботам о деньгах.

Искренне,

* * * * *

Одной из наиболее интересных тенденций последних нескольких лет стал рост популярности прогнозирующих и интерпретирующих агентств, рассказывающих вам о том, каким будет дальше Новый курс политики Рузвельта, и как он отразится на общей ситуации в стране. Некоторые из них обращались к теме заработков, поэтому их письма оказались тесно связаны с процессом получения денег. Типичным примером можно назвать следующее письмо:

Как Предсказывать Будущее Таким образом, Чтобы Вы Могли Посмеяться Над Заботами О Бизнесе В Ближайшие Месяцы!

ДОРОГОЙ СЭР:

Вы помните историю о брокере с Уолл-стрит, которого спросили: чего бы он пожелал, если бы мог получить всё, что угодно. *«Знать СЕГОДНЯ, – ответил он, – то, каким будет рынок в следующий четверг».*

Все хотят знать будущее – хотят заранее узнать, какое счастье ожидает их. Но для бизнесменов или людей, зависящих от рынка, подобное знание стоит на первом месте и очень часто имеет несказанную ценность.

Всё потому, что не столько личные способности делают людей богатыми или успешными, сколько ВОЗМОЖНОСТЬ. Когда мистер Рентшлер сделал \$35,000,000 на инвестициях в \$253, это произошло не благодаря какой-то его исключительной способности. Он просто обладал «внутренними знаниями» о том, какие прибыли могут ожидать авиакомпании после получения ими государственных субсидий.

И именно благодаря «внутренним» знаниям и пониманию того, что сегодня происходит в Вашингтоне, Вы можете планировать Ваш бизнес и Ваши инвестиции таким образом,

чтобы уже через несколько месяцев посмеяться над деловыми заботами.

Вы рискнёте одним долларом ради подобной информации «для своих», которую Вы будете получать еженедельно в течение следующих восьми недель? Если да, тогда используйте прилагаемый бланк Пробного Заказа прямо сейчас.

Как видите, Уолл-стрит больше не является повелителем американского бизнеса. Национальный финансовый капитал был перемещён из банков на Уолл-стрит в банки Потомака. Конечно, Уолл-стрит всё ещё обладает силой – но её власть угасает. Именно это сейчас происходит в Вашингтоне, который в будущем будет гораздо сильнее влиять на подъёмы и спады в бизнесе, чем всевозможные схемы «валютных менял», которые привыкли сидеть в креслах повелителей.

Так что не за Рынком Вам нужно сегодня наблюдать. Вам нужно наблюдать за Столицей. Там произносятся не только пенные речи. Там происходит спокойное планирование того, что происходит за кулисами. Именно там творится история. И именно там определяется будущий успех Вашего бизнеса и Ваших инвестиций. Вы можете ждать появления новостных репортажей об этих планах в ежедневных газетах и пытаться понять, какую пользу можно извлечь из этой информации, или Вы можете получать заблаговременные сведения о них с исчерпывающим разъяснением того, какой эффект они окажут на Вас и Ваш бизнес, читая *«Частное Новостное Письмо Такой-То Компании»*.

Уже более 40 лет Такой-То Журнал в каждом своём выпуске делает обзор важнейших событий минувшего месяца, показывая, какое отношение они имеют друг к другу, и какое влияние они оказали на мир в целом. Сегодня история творится так быстро, что человеку, следящему за судьбой различных сфер бизнеса, нужно не только резюмировать события прошлого, но также знать о планах на будущее. Поэтому мы скооперировались с человеком, который, по нашему мнению, обладает самым глубоким пониманием Нового курса политики Рузвельта и, возможно, самыми ценными связями в Вашингтоне – Джоном Дж. Смитом – чтобы он каждую неделю писал для нас Новостное Письмо, а затем каждый месяц давал в Таком-То Журнале все сведения, необходимые для понимания того, что сегодня происходит в Вашингтоне.

Джон Дж. Смит в течение нескольких лет преподавал экономику в Университете Бланка. Он написал несколько книг о Уолл-стрит и Вашингтоне. Он был редактором Еженедельника Бланка, а позже и «Такого-То Издания». Он не только обладает глубоким пониманием предмета, но ещё и его

обширные связи помогают ему получать внутреннюю информацию, к которой не допускается ни один обычный писатель. Для тех людей, кто ищет надёжного гида, которому можно доверить судьбу собственного бизнеса, письма Смита будут неоценимы. Они обеспечат этих людей информацией, без которой невозможно составить разумный план действий.

Вы ПОПРОБУЕТЕ их? Вы позволите присылать Вам их в течение восьми недель – просто, чтобы ДОКАЗАТЬ Вам их ценность, чтобы показать, насколько проницателен их взгляд на то, что происходит в Вашингтоне, и представление того, что всё это значит для Вас?

Цена еженедельного Частного Новостного Письма составляет \$7 в год. Стоимость подписки на Такой-То Журнал – \$3 в год. Если делать заказ на оба издания сразу – Еженедельное Письмо и ежемесячный обзор – \$9 в год, из которых \$1 отправляется вместе с заказом, а затем оплачивается по \$2 в месяц или сразу \$8 наличными.

НО ЕСЛИ ВЫ ОТПРАВИТЕ ПРИЛАГАЕМЫЙ БЛАНК СПЕЦИАЛЬНОГО ЗАКАЗА ДЛЯ 8-НЕДЕЛЬНОЙ ПРОБЫ ВСЕГО С ОДНИМ ДОЛЛАРОМ В КОМПЛЕКТЕ, МЫ БУДЕМ ПРИСЫЛАТЬ ВАМ И ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ ПИСЬМА, И ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ВЫПУСК ТАКОГО-ТО ЖУРНАЛА В ТЕЧЕНИЕ ДВУХ МЕСЯЦЕВ ПО ЦЕНЕ, НЕЗНАЧИТЕЛЬНО ПРЕВЫШАЮЩЕЙ ПОЛОВИНУ ИХ ОБЫЧНОЙ СТОИМОСТИ!

Никогда ещё в нашей истории не было такого периода, когда новости из Вашингтона были так важны для Вас и Вашего бизнеса, как сегодня. В следующие восемь недель могут произойти революционные перемены во многих отраслях промышленности. Для некоторых это может стать такой возможностью, какой у них никогда раньше не было. Если Вы один из них, предварительная информация, которая содержится в этих еженедельных письмах, может стоить для Вас сотен и тысяч долларов.

Вы рискнёте одним долларом ради восьми недель подобных предварительных сведений? Вы отправите форму Пробного Заказа СЕЙЧАС?

Искренне,

* * * * *

Для тех, кто воспользовался преимуществом этого краткосрочного предложения, серия писем была написана в том же ключе, что и следующий пример, убеждающий их подписаться на целый год:

ДОРОГОЙ МИСТЕР ДЖОНС:

1937-год для «своих людей» будет «годом покупок».

Вы помните, как Рассел Сэйдж ответил на вопрос о секрете его обширных богатств: «Я покупал соломенные шляпы в январе!»

Что ж, это верно, потому что покупка соломенных шляп в январе означает покупку в тот момент, когда акции и товары идут на рынке по бросовым ценам, а затем продажу тогда, когда все остальные взвинчивают цены на них до небес.

Грустно признать это, но основная масса людей обычно думает неверно. Когда акции находятся на пике цены, они покупают. Когда цены резко начинают падать, они продают.

Как Вы знаете, бизнес движется циклично, и если прошлый опыт чего-то стоит, то 1937-й – это год, когда нужно покупать. Цены на товары, акции – практически на всё до сих пор находятся на низком уровне. Они начали своё движение вверх, но им ещё предстоит пройти длинный путь.

В следующем году все будут пытаться взобраться на платформу. Но только в следующем году все смогут прочитать информацию о тех знаках, которые уже сейчас известны «своим людям». Банковские депозиты растут. Цены на товары растут. В банках началась большая кредитная экспансия. Бизнес-индикаторы предполагают большой рост активности в октябре и ноябре. Эти знаки говорят Вам что-нибудь?

Бизнесмены по всей Англии в течение нескольких месяцев наслаждались бумом на фондовом рынке. Цены на многие акции выросли и установили новые рекорды со времён Войны! Почему наш рынок не ведёт себя таким же образом?

Потому что Уолл-стрит больше не управляет экономикой. Определяющие факторы взлётов и падений цен на акции и товары рождаются в Вашингтоне – не на Уолл-стрит!

Вашингтон не желает, чтобы фондовый рынок выходил из-под контроля, так что у нас не будет бума 1929-го года. Вашингтон уже контролирует выпуск новых ценных бумаг. Он уже обладает достаточно сильным голосом, способным удержать те бумаги, которые сейчас циркулируют на рынке.

Чтобы быть в курсе всего, что происходит сегодня в мире бизнеса и финансов, чтобы надёжно инвестировать Ваши деньги, Вы должны знать, что творится в глубинах

Вашингтона. И мы не знаем лучшего источника подобных сведений, чем Еженедельные Новостные Письма Такого-То Журнала с ежемесячной информационной базой, предоставляемой самим журналом.

Цена подписки на Еженедельное Новостное Письмо составляет \$7 в год. На Такой-То Журнал – \$3 в год. Если Вы используете прилагаемую открытку прямо сейчас, Вы получите подписку на оба этих издания всего за \$9, оплачивая по доллару в месяц или сразу прислав \$8 наличными.

Одного лишь Вашего имени на прилагаемой открытке будет достаточно, чтобы Новостное Письмо и Такой-То Журнал приходили к Вам в течение следующих 52-х недель. Сейчас Вам не нужно присылать никаких денег. Счёт на первый ежемесячный платёж в размере \$1 в скором времени придёт Вам по почте. Но чтобы непрерывно получать Ваши Еженедельные Письма с информацией о том, что происходит в Вашингтоне, Ваша открытка должна быть отправлена прямо сейчас!

Искренне,

* * * * *

Всё больше и больше ограничений с каждым годом накладывается на кампании, цель которых заключается в получении денег, а также на услуги, продвигаемые по почте. Но когда работа выполняется надлежащим образом, обе этих сферы предлагают удивительные возможности.

Люди будут делать пожертвования, когда вы расшевелите их чувства. Люди будут инвестировать деньги, когда вы пробудите в них алчность. И люди хотят знать будущее, поэтому если вы сможете убедить их, что являетесь неким Провидцем или Пророком, они с радостью оплатят Ваши услуги прогнозирования.

Всё это возвращает нас к той точке, с которой мы начинали – «*Что они хотят?*» Какая приманка привлечёт вашу рыбу и заставит её заглотить наживку? Найдите ответы на эти вопросы, и вы обретёте такой же успех в получении заказов, как любой рыболов с правильно наживлённым крючком в ловле рыбы.

КОНЕЦ