

如何下標題 文案才吸睛?

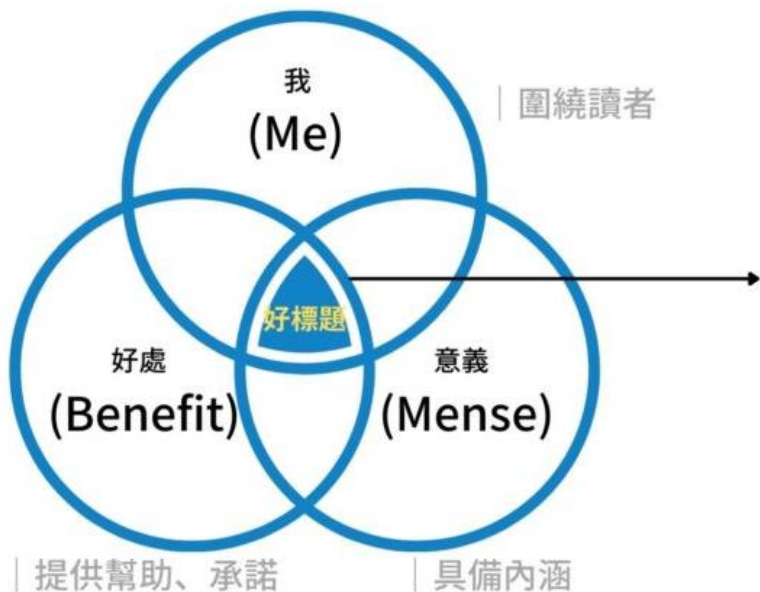
江美佳
2022.6.7

別浪費80% 的廣告費

廣告大師大衛·奧格威 (David Ogilvy) 曾說：
閱讀**標題**的人數是閱讀**內文**的**5倍**，
如果你的標題沒有吸引到受眾的目光，
就相當浪費了80% 的廣告費！

讀者從看到文，到決定要不要點文章閱讀只有幾秒，
如果標題沒有吸引住讀者，你花了兩週、一個月生產
的內容，都失去了意義。

好標題的口訣 MBM + 四元素



1. 名符其實
2. 引發好奇
3. 簡單好懂
4. 有益讀者

我 (Me) : Me 不是創作者本身，而是**話題要關乎讀者**，圍繞著讀者的**需求、好奇、興趣**走。

好處 (Benefit) : 是指標題要明確的**提供讀者好處、幫助、承諾**。

意義 (Mense) : 標題要有意義，避免看起來炫泡，實則沒有有見解。

如何下標題？

好標題的口訣MBM: 我 (Me)、好處 (Benefit)意義 (Mense)
從 MBM三點核心重點可展開 4 個主要的標題必備元素：

名符其實：

- 標題跟內文內容主題要對的上，不要試圖用標題騙讀者。
- 輿論對網路媒體的釣魚標題，有很多批評，可以很確定一件事，雖然狗血標題有用，但沒有人喜歡被騙的感覺，久而久之讀者也會離你而去。
- 所以想在網路累積正面聲量，更應該避開這樣的行為。

如何下標題？

好標題的口訣**MBM**：我 (Me)、好處 (Benefit)意義 (Mense)
從 MBM三點核心重點可展開 4 個主要的標題必備元素：

引發好奇：

- 你滑手機的手速之快。
- 但標題有 30 字的限制，又只有關鍵的 0.01 秒，如果沒有讓讀者產生好奇心，馬上就滑掉了。
- 所以不論是用反差、用震撼、用數字、用違反常理的包裝，務必努力讓讀者感興趣，留下腳步。

如何下標題？

好標題的口訣**MBM**：我 (Me)、好處 (Benefit)意義 (Mense)
從 MBM三點核心重點可展開 4 個主要的標題必備元素：

簡單好懂：

- 由於**標題有字數**跟**閱讀時間**的限制，放個繞口令，因為太費解了，也沒辦法瞬間吸睛，沒人會認真看。
- 盡可能把複雜的事情，**說得簡單、有趣**，在短時間有利於**吸引目光**。

如何下標題？

好標題的口訣**MBM**：我 (Me)、好處 (Benefit)意義 (Mense)
從 MBM三點核心重點可展開 4 個主要的標題必備元素：

有益讀者：

- 有益於讀者，是標題的終極鐵則！
- 想想日常生活中，我們搜尋的**關鍵字**，
都是為了解決遇到的**問題**，所以要吸引讀者的目光，
一定要有誘因，**沒什麼誘因比對讀者有益的資訊更有效了**。

小結：好標題的定義

- 一個好標題的責任，是扮演好**鈎子的角色**
- 好標題必須**引起興趣**，讓讀者**停下目光**，願意進一步往下閱讀，也必須**名符其實**，讓讀者可以從標題做出正確判斷，在文章內**找到他想要的答案**，才能扣回有益於讀者的終極鐵則。

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

1. 數字、數據：在標題上放入數據，就能加深答案的「可信度」，並讓讀者感受到，資料是被完整歸納好的。

- 提出證據，產生信任

- 【客戶的滿意度很高 V.S. 高達 80% 的客戶回頭購買】

- 數字凸顯出細節、真實感

- 【今年最低溫 V.S. 正中午 12 點，室外竟然只有 5 度！】

- 數字下標小秘訣

- 用阿拉伯數字：凸顯。

- 奇數 > 偶數：奇數效果勝過於偶數，10位數以後，則是整數較受歡迎。

- 標題範例

- 破解 9 大面試問題，線上面試保證得分

- 世界第一魔鬼氈，年產量可繞地球 27 圈

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

2. 疑問句：看到問句時，人常常會不自自主的陷入思考。

- 問句的威力：暫停讀者的思考

- 【這樣下標最吸睛 V.S. 為什麼這種標題能提升點閱率？】

- 問句下標小秘訣

- 問題直白，答案難解：問題不能寫的太複雜，答案不能太簡單，過於簡單無法讓讀者停下目光。

- 答案要有層次：所謂答案不能簡單是指，避免是非題，盡量選擇申論題，大家有各種想像、解讀空間，你的文章才有闡述空間。

- 標題範例

- 越安逸越焦慮？背後心理怎麼了？

- 我的口罩呢？零存在感，舒適親膚

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

3.如何：如何下標、如何寫文、如何開始投資等等，**如何**是讀者常用的**關鍵詞**，想不到寫什麼標題時，是不會出錯的安全牌。

- 高實用性

- 【**下標的方法** V.S. **學會如何下標**】

- 如何下標小秘訣

- **圍繞受眾需求**：關鍵論的不是文字優美好壞，而是**文章切入點**，**讀者最在乎**。

- 標題範例

- 如何寫出讓老闆主管都買單的企畫書？

- 如何 1 小時內，寫出深度好文？

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

4. 對比、反差：對比詞會產生一種奇特的衝突感，且違反既有認知，會讓人想一探究竟，心中冒出為什麼？真的嗎！？

- 多變化手法，勾起好奇心

- 【年紀輕輕賺大錢 v.s. 19歲創業 23 歲退休，擁有億萬身家】

- 對比、反差小秘訣

- 找反義詞：溫柔 VS 霸道、可愛 VS 冷酷、窮人 VS 富人。

- 找「不可能」：進階版的做法，可以從「不可能」的方向思考

- 標題範例

- 在不完美的生活裡，找到完整的自己

- 零資本也能創業？

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

5. 戳痛點 + 給甜點：在句子中，滿足用痛點引起消費者共鳴，以及提供解決方案這兩件事

- 因果、情境明確

- 【標題被打槍？ v.s. 吸睛標題的 10 種寫法

- v.s. 又被退件？ 10 種吸睛標題，讓你一次過關】

- (第一個只戳痛點，第二個只說甜點好處，第三個才結合痛點跟甜點。)

- 戳痛點 + 給甜點的威力：

- 能更聚焦描繪出受眾、讀者的情境，吸引到更精準的人。

- 標題範例

- 加班好累？馬上預約服務，放鬆緊繃的肌肉

- 咖啡庫存見底？限量買 1 送 2，精品咖啡只要 40 元

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

6.好處：讀者需要解決的問題、期待收獲的成果等都可以統稱為「好處」

- 好處的威力

- 【不踩雷，送到心坎裡的禮物】

- 好處下標小秘訣

- 確認讀者需求：標題的成效好壞關鍵，不只是誰的文字功夫好，是看誰對讀者的需求更了解。

- 隱形好處：例如，巧克力就是個甜食，但他隱形的好處是，情人節傳達心意，女生生理期、煩悶時的好朋友等。

- 標題範例

- 打開網路就有錢：我靠自媒體與投資理財打造多元獲利模式

- 每次噴都被誇好聞的香水

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

7. 受眾本位：在一片以好處、痛點為主的標題中，受眾本位就像突然蹦出一句，莫名其妙的喊話，能吸引到你的注意力。

- 受眾本位的威力

- 【下標的 10 種方法 v.s. 為什麼我的標題很無聊？】

- 受眾本位的小秘訣

- 口語、句子：可從聊天中講到的句子，或你心中的 OS 做為素材靈感，節取出來再進行編修，編修方向是讓標題自然又精簡，就會是一個很有力道的標題。

- 標題範例

- 有事可以留言，別打電話！

- 她說：我還沒準備好結婚

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

8.背書：為什麼很多詐騙、直銷者，喜歡曬他的跑車、鈔票，因為這些都在幫他背書，他的事業真的會賺錢，藉此吸引你。

- 背書的威力：信任轉嫁

- 【全新男香 v.s.玄彬愛用的香水：TOM FORD】

- 背書下標小秘訣

- 衡量背書者的影響力：不同的受眾，相信不同的權威者，就像有的人信媽祖，有的人信基督，擺錯背書者，就會失去信任轉嫁的效果，所以下標前要想清楚，誰才是這群讀者相信的人。

- 標題範例

- 忙碌醫生都愛用的看盤軟體

- 日本獨家專利，4 層保護力

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

9.清單控：只要數字很大，人就會產生一種，裡面應該包山包海，一次就能搞定，忍不住就想點進去看看。

- 清單的威力

- 【3 種下標方法 v.s. 100 種標題模板】

- 清單下標小秘訣

- 數大變是美：這種標題不難，難在要蒐集資料，生出很多內容。

- 標題範例

- 行銷方法有哪些？9個突破傳統行銷方法的秘訣！

- 面試前必看！6大必問問題，你給得出好答案嗎？

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

10.命令句：有些人聽到會覺得很反彈，但也有人很吃命令句這套，特別是權威人物所說的命令句，有些會非常相信醫生說的話。

- 命令句的威力

【月薪 5 萬以下別存錢】：聽起來聳動、武斷、不容討論，認同他論點的人，認為這言之有理，但不認同的人，就會超想辯論，誰說是這樣的，憑什麼這麼果斷，引發激烈討論。

- 命令句下標小秘訣

□ 才是、別、不要、必須：最簡單又討人厭的方法，直接在標題放入果斷字眼，並且不在標題解釋為什麼，而是讓讀者進內文找答案。

- 標題範例

□ 這才是行銷!

□ 別為小事抓狂!

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

11.好奇：因為人都渴望知道自己不知道的事。

- 好奇的威力

- 【為什麼只有工程師能結婚？ V.S. 最有本錢結婚的工作-工程師】

- 好奇下標的小秘訣

- 吊人胃口：只要能引發好奇心，點閱率都挺好的，但現在許多讀者都很討厭釣魚型標題，所以要斟酌使用。

- 標題範例

- 為什麼只有工程師能結婚？

- 99%的人差在這點...

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

12.最新資訊：最新資訊是最受注目的議題，
可見即時最新資訊，對現代人的重要性。

- 最新資訊的威力

- 【快報：】

- 最新資訊下標小秘訣

- 最新消息、現在、快報：最簡單、直白的方式，讓讀者一秒就看到重點。

- 標題範例

- 最新消息 □ 現在 □ 首次、首度 □ 即時 □ 快報

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

13. 驚人事實：這種標題之所以能吸引人，是因為這標題對讀者「有價值」。

- 驚人事實的威力

- 【**破解千古謎題！先有雞還是先有蛋？**】

- 驚人事實下標小秘訣

- 找未知切點，輔以問句、驚嘆號：題目若確實是驚人事實，要下這種標是就很輕鬆。

- 標題範例

- 你知道嗎？一般烘豆過程中，會造成 6 -10 公升的碳排放量

- 除了**持修**手上的噴火龍要價台幣 \$12 萬，還有哪幾張寶可夢卡「讓人消費不起」？

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

14.直接對話：針對某群受眾，在標題中向他們喊話，讓他們**對號入座**，讓讀者心中產生OS，你是在叫我嗎？使他們停下腳步留意你的資訊。

- 直接對話的威力

- 【**年輕人的職涯規劃** v.s. **90 後的年輕人，該學習的職涯規劃**】

- 直接對話下標小秘訣

- **找到區隔維度**：把受眾做更細緻的區隔，可以思考的維度包含年紀、性別、興趣等方向，讓這些人感受到你對他的呼喊，進而停下目光。

- 標題範例

- 35 歲後和朋友維繫關係的方式

- 給愛自己的你：10天飲食管理體驗

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

15.交換條件：某些事情，例如投資、賺錢等，若太輕鬆達標，會讓人覺得不切實際，懷疑是詐騙。

- 交換條件的威力

- 【免費財務健檢 v.s. 完成指定任務，抽 10 個免費健檢名額】

- 交換條件下標小秘訣

- 給 A 得 B：句子的組成很簡單，前面明確的指出要付出的代價，後面再提供可以收穫的好處。

- 標題範例

- 給我一次機會，給自己一夜好眠

- 用 1 小時，學習一輩子都受用的理財觀念

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

16. 延伸好處：消費者買得不一定是產品的功能，有時買的就是心理價值、社交價值等。

- 延伸好處的威力

- 差異化賣點：當競爭對手都在講原本的賣點時，你把產品從實體價值延伸到另一種情感層面的價值，便有了全新的優勢。

- 延伸好處下標小秘訣

- 從產品的其他定位思考：從產品、議題的定位去包裝。

- 使用產品的效益，連結某些情境：將產品延伸出其它好處，像是鑽石恒久遠 一顆永留傳。

- 標題範例

- 千山萬水，走回你身邊（從賣鞋講到耐走彼此陪伴）

- 白頭到老，還能看著它回憶過往（從手作卡片盒，講到留下回憶）

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

17.預言家：多數人喜歡看星座、算命，特別關注預言家，他今天說了些什麼，和我有關嗎？會如何影響我？

- 預言家的威力

- 【2招減肥瘦小腹 V.S. 只要 2 招明年夏天前，跟小腹說再見】

- 談論未來，準確預言：預言家的下標法就是大談未來。

- 預言家下標小秘訣

- 談論未來大小事：只要內容和未來或趨勢有關，都可以帶點預言的含意，就能激發好奇心。

- 標題範例

- 夏天前，跟小腹說再見

- 下一個顛覆世界的新設計

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

18.大多 VS 少數：標題要簡單、好懂、吸引力強，因為人的上進心，驅使我們好奇，看到這樣的標題，還是會點進去看看，該如何成為好的那邊。

- **大多 VS 少數的威力**

- 【富人的成功原因 V.S. 富人為什麼能成功，和窮人最大的差異？】

- **大多 VS 少數下標小秘訣**

- **二分法**：多/少、富人/窮人、成功/失敗、男生/女生，各種相關議題上，想得到有數量差異的項目，可套用二分法來思考。

- **標題範例**

- 多數人找藉口，少數人找方法

- 80%的人這樣賺錢，只有20%的富人這樣做

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

19. 內幕消息：內幕消息跟八卦一樣，大眾都喜歡打聽，因為消息只有部分人掌握，讓人更想知道，自然就會引起關注。

- 內幕消息的威力

- 【廣告優化的 3 種方式 V.S. 百萬投手的獨家經驗：3 種廣告優化方向】

- 內幕消息下標小秘訣

- 某些人知道，但很少分享：

有一種包裝法是內行人才知道，外行人不懂而今天要公開。

另一種包裝法是比較常發生在新聞，「這是一條獨家內幕」。

- 標題範例

- 理專不想讓你知道，關於理財商品的真相

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

20. FOMO : Fear of Missing Out , 害怕錯過。人們因害怕錯過社交媒體上的事情，而產生焦慮、失落。

- FOMO 的威力

- 【最後一間房】

- 緊張、失去判斷：當你腦波弱時就會失去理智，直接下單，結果超後悔，只能怪自己被 FOMO 心態綁住了！

- FOMO 下標小秘訣

- 某些人知道，但很少分享限制性：不論要限時、限量、限資格身份。

- 標題範例

- 限量 XX 個，只到今天 12 點

- 有些東西錯過就沒了

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

21. 說出心底話：多數人不願意做壞人，一旦從別人口中聽到**真心話**，**衝擊感就會特別強烈**，勾起情緒的起伏，就能**停住讀者的目光**。

- **說出心底話的威力**

- **【說不，沒有對不起誰！】**

- **震撼、差異**：說真心話，就是一種與眾不同、展現差異的做法。

- **說出心底話下標小秘訣**

- 大家普遍有感但又不敢說出來的那種。

- **多數人忽略**：讀者看到的反應會是，對耶，我也會這樣，但我過往怎麼都沒想過。

- **標題範例**

- 功勞只有你記得，老闆謝過就忘了
 - 不辭職，就辭世！

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

22. **快速簡單**：容易在短時間之內達成目的，人們嘗試的意願就會更高。

- **快速簡單的威力**

- 【 **帶你搞懂邏輯思考 V.S. 圖解 3 分鐘搞懂邏輯思考法** 】

- **輕鬆搞定，甚至帶點不勞而獲**：能很輕鬆、簡單且快速帶來回饋。

- **快速簡單下標小秘訣**

- **用數字，具體化呈現「快」**：很快到底是多快？只有客觀的數字，可以做為快的公平基準。

- **多數人忽略**：讀者看到的反應會是，對耶，我也會這樣，但我過往怎麼都沒想過。

- **標題範例**

- **超判讀力，1 秒看懂財務報表**

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

23. 恐懼：當人產生恐懼時，提供解決這項恐懼的方案，讓受眾走入這套思考。

- 恐懼的威力

- 【正確的保健品食用方法 V.S. 這樣吃保健品，吃了等於沒吃】

- 恐懼下標小秘訣

- 恐懼看人用：例如，很多投資商品會以退休沒收入怎麼辦，最為恐懼的切入點，只要說法不過於誇張，大多數人都認同，透過理財有助於退休生活的財務規劃。

- 標題範例

- 人生實用重點：誰偷了你的錢？

- 很多人都白吃了！益生菌改善過敏、顧腸胃無感？

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

24. 強調最：最X XX，可以說是被用到爛的一種文法，但某些時候它還是挺管用的。

- 強調最的威力

- 日本 10 大景點 V.S. 網友票選：日本最美 10 大景點】

- 強調最下標小秘訣

- 最、必：沒什麼特別的秘訣，就是把這個字放進去，簡單秒寫完，但這個標題要怎麼發揮說服力？就要看前後文，以及使用的地方。

- 標題範例

- 李開復：人生最重要的這 7 個學分

- 最受女性顧客歡迎第一名！

25 種標題範例讓你的文章更容易被看見

25. 故事性：故事確實能影響我們的情緒，腦中分泌的物質會改變我們的行為。

- 故事性的威力

- 更容易的改變讀者行為：故事型的文字，可以讓人產生帶入感、同理心，甚至可以短暫的跳出自己的盲點、本位主義。

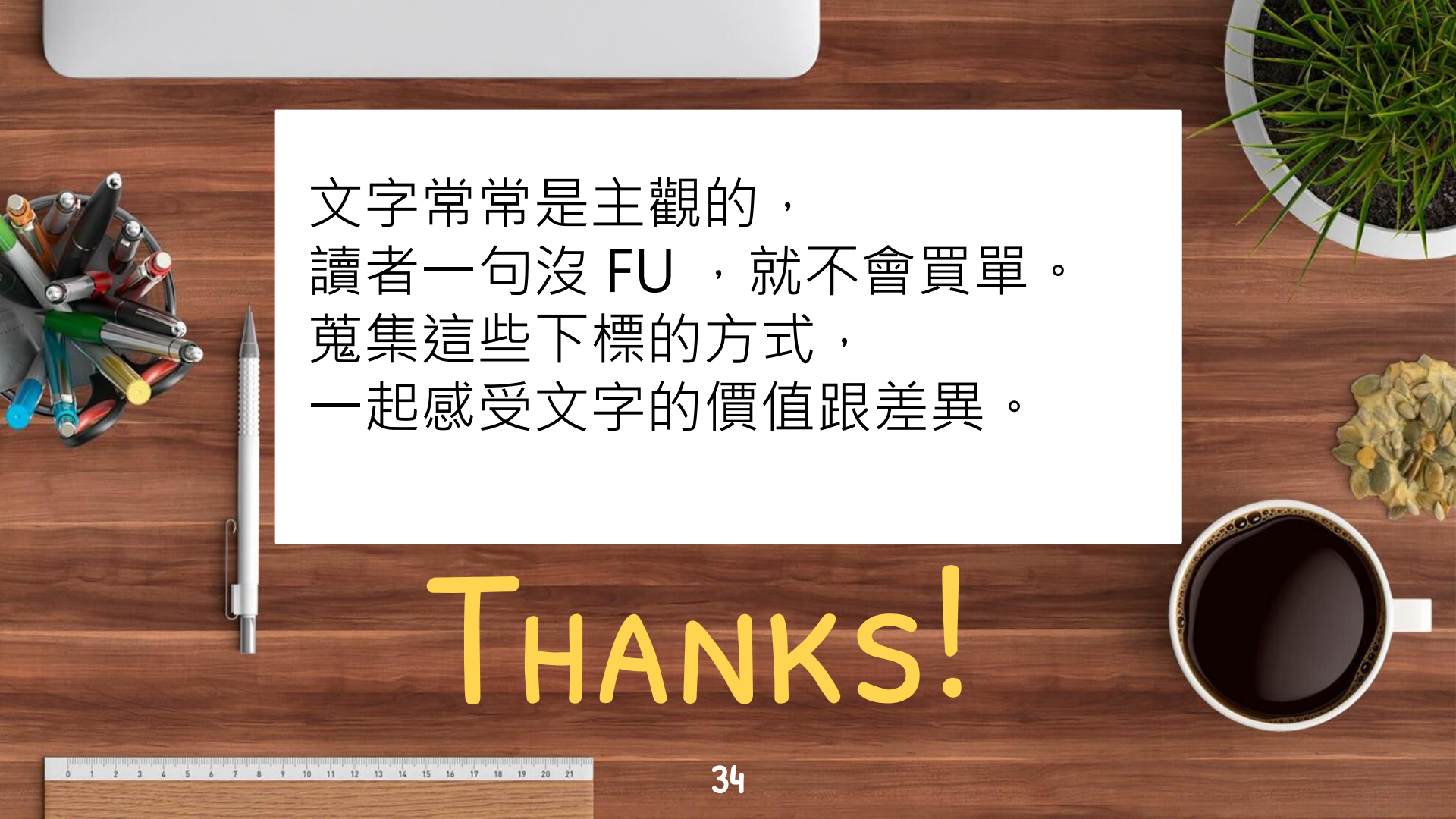
- 故事性下標小秘訣

- 代名詞 + 故事：標題句子中，可以用代名詞，加上衝突或起伏大的情境，就容易創造故事感。

- 標題範例

- 每道人生的坎，都是一道加分題

- 創業失敗13次的他，從中學到成功的秘密



文字常常是主觀的，
讀者一句沒 FU，就不會買單。
蒐集這些下標的方式，
一起感受文字的價值跟差異。

THANKS!