

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| Введение. Как устроен рынок рекламы (и как появилась эта книга)..... | 6 |
| Три варианта работы с заказчиком на рынке ТВ-рекламы..... | 7 |
| Глава 1. Начало начал..... | 12 |
| Внутренний настрой перед созданием рекламной кампании..... | 14 |
| Какая реклама была раньше | 19 |
| Действительно ли ТВ умирает | 26 |
| Цели рекламной кампании и всегда ли они нужны ... | 31 |
| Сколько стоит реклама на ТВ..... | 35 |
| Глава 2. ТВ и digital — две стороны одной медали | 38 |
| Когда продвижение не срабатывает | 40 |
| Когда не сработает реклама в digital | 41 |
| Глава 3. Как работает реклама | 48 |
| Когда начинать рекламироваться..... | 49 |
| Только ли товары и услуги нужно продвигать? | 52 |
| Глава 4. Тактика и стратегия рекламной кампании ... | 54 |
| Как строится работа и с чего начинается рекламная кампания..... | 54 |
| Доверяйте рекламу профессионалам! | 57 |

| | |
|---|------------|
| Выбор каналов вашей рекламы..... | 61 |
| Какие достоинства у digital..... | 64 |
| Как узнать, есть ли результат от рекламы..... | 66 |
| Как реагировать на критику в Интернете | 71 |
| Цели рекламных кампаний | 72 |
| Глава 5. Как родилась «Формула Рекламы» | 74 |
| Глава 6. О плюсах и минусах..... | 84 |
| Готовь сани летом (аудит рекламной кампании)..... | 84 |
| Репутация превыше всего..... | 86 |
| Изучаем конкурентов..... | 95 |
| Глава 7. Как добиться успеха в рекламном бизнесе ... | 100 |
| О первом опыте моей работы в сфере рекламы..... | 100 |
| Каким нужно быть, чтобы преуспеть в рекламе | 104 |
| Глава 8. Поговорим о целевой аудитории..... | 106 |
| Ядро целевой аудитории..... | 106 |
| Определение ядра целевой аудитории в digital | 109 |
| Каналы и их аудитория..... | 111 |
| Глава 9. Люди — ваш капитал | 123 |
| Идеальное собеседование..... | 123 |
| Работа над собой..... | 129 |
| Время личного бренда..... | 132 |
| Глава 10. С чего начинается продвижение..... | 144 |
| Система «ТВ-клиент»..... | 144 |
| Как сделать рекламную кампанию успешной..... | 148 |
| Правильный хронометраж..... | 152 |

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|------------|
| Глава 11. Подробнее о digital..... | 156 |
| Легко ли продвигаться в digital..... | 156 |
| Digital преподносит сюрпризы..... | 159 |
| Глава 12. Легко ли быть бизнесменом..... | 163 |
| Глава 13. Правильная интеграция..... | 175 |
| Глава 14. Такая разная гениальность | 181 |
| Глава 15. Играем с эмоциями | 198 |
| Для чего нужны эмоции в рекламе | 198 |
| Рекламные ролики: что можно, а что нельзя..... | 206 |
| Заключение | 211 |
| Благодарности..... | 214 |
| Приложение. 11 шагов, обеспечивающих эффективную рекламную кампанию в современной России..... | 220 |