

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