

# Содержание

<b>Вступление . . . . .</b>	<b>8</b>
<b>Часть 1. Быстрый старт . . . . .</b>	<b>11</b>
Ключевые ошибки . . . . .	13
Ошибка № 1. Попытка сделать рекламу как у крупных компаний . . . . .	13
Ошибка № 2. Вера в то, что рекламное агентство сделает хорошую рекламу . . . . .	14
Ошибка № 3. Глупый креатив . . . . .	15
Ошибка № 4. Отсутствие формул и структуры . . . . .	16
Ошибка № 5. Плохой пример для подражания . . . . .	17
Ошибка № 6. Отсутствие контроля за результатами . . . . .	17
Ошибка № 7. Непродуманная стратегия . . . . .	18
Фундамент успешной рекламы . . . . .	19
Message Media Market . . . . .	19
Рекламируйте результат . . . . .	21
Негативная и позитивная мотивация. . . . .	23
Кто у вас покупает . . . . .	24
Где вы рекламируетесь . . . . .	25
Какая реклама наиболее эффективна . . . . .	27
Рекламные площадки и носители . . . . .	27
Как определить эффективность рекламы . . . . .	28
Конверсия и возвратные инвестиции . . . . .	28

Двухшаговая модель продаж . . . . .	30
Примеры двухшаговых продаж . . . . .	34
Сбор контактов . . . . .	35
Front-end и back-end . . . . .	37
<b>Часть 2. Приемы создания эффективной рекламы . . . . .</b>	<b>43</b>
42 убойных рекламных секрета . . . . .	45
№ 1. Формула ОДП. . . . .	45
№ 2. Предложите что-то бесплатное . . . . .	53
№ 3. Бонусы . . . . .	56
№ 4. Ценность бонусов. . . . .	57
№ 5. Фотография бонуса . . . . .	58
№ 6. Ограничение действия бонусов . . . . .	58
№ 7. Фотография товара. . . . .	59
№ 8. Сильный заголовок. . . . .	59
№ 9. Интересный подзаголовок . . . . .	63
№ 10. Фактический адрес . . . . .	64
№ 11. Добавьте к адресу схему . . . . .	65
№ 12. Номер телефона . . . . .	66
№ 13. Иконка телефона . . . . .	68
№ 14. Подарочный сертификат, купон на скидку . . . . .	69
№ 15. Отрезная рамка . . . . .	71
№ 16. Кодовое слово . . . . .	72
№ 17. Способы контактов . . . . .	73
№ 18. Подписи элементов рекламы. . . . .	73
№ 19. Личная подпись директора . . . . .	74
№ 20. Зачеркнутые цены. . . . .	74
№ 21. Отзывы клиентов . . . . .	75
№ 22. Отзывы знаменитостей . . . . .	77

№ 23. Говорите простым языком . . . . .	78
№ 24. Превращайте характеристики в выгоды . . . . .	78
№ 25. Покажите выгоду в деньгах . . . . .	79
№ 26. Выбор ниши и уникальность . . . . .	79
№ 27. Эмоциональное описание . . . . .	81
№ 28. Продавайте новинки . . . . .	82
№ 29. Гарантия . . . . .	83
№ 30. Волшебные слова . . . . .	87
№ 31. Списки буллитов . . . . .	87
№ 32. Постскриптумы . . . . .	88
№ 33. Дипломы и сертификаты . . . . .	88
№ 34. Чтение по диагонали . . . . .	89
№ 35. Обводка маркером . . . . .	90
№ 36. Продажа долларов со скидкой . . . . .	90
№ 37. Видеоролики . . . . .	91
№ 38. Аудиоролики . . . . .	92
№ 39. Точные цифры . . . . .	92
№ 40. Факты . . . . .	93
№ 41. До и после . . . . .	93
№ 42. С кем вы (не) работаете . . . . .	94
Удачная реклама в деталях . . . . .	96

### **Часть 3. Продвинутые рекламные технологии . . . . . 105**

Принцип манипуляции в рекламе . . . . .	107
Эмоциональные триггеры . . . . .	109
Жадность, дефицит и ажиотаж . . . . .	109
Принцип социального доказательства . . . . .	113
Сила авторитета . . . . .	114
Страх и запугивание . . . . .	115

Сексуальная привлекательность . . . . .	116
Юмор. . . . .	117
Секреты притягательных заголовков. . . . .	119
Варианты заголовков. . . . .	119
Правила оформления заголовков . . . . .	121
Тестирование заголовков . . . . .	122
Стимулирование сарафанного радио . . . . .	122
<b>Часть 4. Последние штрихи . . . . .</b>	<b>129</b>
Дизайн и оформление рекламы . . . . .	131
Наши рекомендации . . . . .	131
Общие требования к оформлению текста . . . . .	134
Что убивает рекламу . . . . .	135
Как снизить риски, экспериментируя с рекламой. . . . .	138
Рекламная математика. . . . .	139
Особенности различных рекламных носителей	140
Секреты рекламы на выставках . . . . .	148
Реклама в b2b. . . . .	150
Как рекламироваться в оптовых продажах . . . . .	150
Как рекламировать b2b-консалтинг. . . . .	151
Как строится текст коммерческого предложения в b2b . . . . .	152
Отзывы . . . . .	152
Объем коммерческого предложения . . . . .	153
Продающие прайс-листы . . . . .	154
Простейшая рекламная формула . . . . .	156
<b>Заключение . . . . .</b>	<b>157</b>

<b>Приложение А.</b> Что говорит закон о рекламе . . . . .	158
<b>Приложение Б.</b> Рекомендуемая литература . . . . .	161
<b>Приложение В.</b> Полезные ссылки . . . . .	162
<b>Приложение Г.</b> Модель рассылки . . . . .	163
Специальный подарок для наших читателей — бесплатный видеокурс «Mini-MBA: Продажи»	166
Дополнительный секретный подарок! . . . . .	168