

Ирина Федотова

32 ошибки в рекламных сообщениях



Практическое руководство
специалиста по рекламе и маркетолога

Ирина Федотова

**32 ошибки в рекламных
объявлениях. Практическое
руководство маркетолога
и руководителя**

«ФЛИНТА»

2015

УДК 811.161.1'38(075.8)
ББК 81.2Рус-5-923

Федотова И. К.

32 ошибки в рекламных объявлениях. Практическое руководство маркетолога и руководителя / И. К. Федотова — «ФЛИНТА», 2015

ISBN 978-5-9765-2506-1

В книге речь идет про то, какие ошибки допускает большинство рекламодателей при подаче рекламных объявлений в печатных изданиях, а так же наружной рекламе. Это практическое руководство по созданию рекламных материалов. В конце книги имеется чек-лист, по которому легко исправить существующие ошибки объявления и разработать максимально эффективное обращение к клиентам! Кроме того, описаны некоторые технологии продаж, которые можно применять в работе. Для маркетологов, руководителей, специалистов по рекламе.

УДК 811.161.1'38(075.8)

ББК 81.2Рус-5-923

ISBN 978-5-9765-2506-1

© Федотова И. К., 2015

© ФЛИНТА, 2015

Содержание

От автора	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

И.К. Федотова

32 ошибки в рекламных объявлениях или почему ваша реклама неэффективна!

Книга написана на основе анализа свыше 350 рекламных модулей более двух десятков газет, журналов и обилия наружной рекламы. В данном практическом руководстве содержится более 100 наглядных примеров, поясняющих распространенные ошибки рекламодателей. Доказано на практике – изменение всего лишь одного слова в рекламном объявлении может существенно увеличить эффективность! А если Вы примените все инструменты по созданию рекламного объявления, которые описаны в книге, то увеличите отдачу в несколько раз!

В конце книги имеется чек-лист, который позволяет легко проверить вашу рекламу на эффективность и не допустить ошибок!

Все используемые в книге рекламные объявления и сообщения взяты из открытых источников средств массовой информации, в которых указанные материалы были размещены для всеобщего сведения. Указанные рекламные материалы приводятся лишь с целью иллюстрирования тех или иных аспектов рекламной деятельности, и их размещение в книге носит исключительно информационно-познавательный характер. Я признаю наличие авторских прав в отношении указанных рекламных материалов и не ставлю целью присвоение этих прав.

От автора

Уважаемые рекламодатели!

Реклама – двигатель торговли! И если не давать рекламу, то бизнес не может полноценно развиваться. В то же время, многие ошибочно полагают, что чем больше рекламный бюджет, тем больше прибыли компания получит.

Но реклама эффективна не по объему бюджета, а по своему содержанию – что вы пишете, на что привлекаете. Содержание делает ее качественной. Качественная реклама означает большой отклик ваших потенциальных клиентов. Если вы даете много некачественной рекламы, то какой результат ждать?

Дело в том, что есть определенные моменты, которые влияют на эффективность рекламного сообщения. И если они не учитываются, то отдача вас не порадует.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.