

Содержание

Вступление	8
Часть 1. Быстрый старт	11
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

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Двухшаговая модель продаж	30
Примеры двухшаговых продаж	34
Сбор контактов	35
Front-end и back-end	37
Часть 2. Приемы создания эффективной рекламы . . .	43
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. Постскрипумы	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
Часть 4. Последние штрихи	129
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
Заключение	157

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