

ACTION INTERNATIONAL

СЕМЬ СПОСОБОВ БЕСПЛАТНО ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

© Action International Pty. Ltd (Австралия), 1998.

К о н т а к т : www.actionint.com.au.

1. НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О ЗАГОЛОВКЕ

Рекламное объявление без заголовка похоже на книгу без названия. Как вы будете чувствовать себя в книжном магазине, где вся литература издана подобным образом? Вы же ничего не сможете найти!

Главный принцип создания заголовков — думать о том, что вы предлагаете людям, читающим объявление. Скажем, если вы предлагаете что-либо на пользу сексу, то так и озаглавьте ваше объявление: "Простой способ улучшить секс".

2. УВАЖАЙТЕ АУДИТОРИЮ

Представьте себе, что вы — специалист по ремонту унитазов и стоите в большой толпе. Вдруг раздается крик: "Люди!" Вы оборачиваетесь без малейшего энтузиазма. Но вот кто-то воззвал: "Сантехники!" Ого, это совсем другое дело; это для вас куда интереснее!

Та же история происходит и при создании заголовков рекламных текстов, поэтому нужно обязательно представлять себе читателя и обращаться именно к нему.

3. ДЕЛАЙТЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Делайте объявление таким, чтобы оно вызывало у людей мгновенную реакцию. Иначе они просто не обратят на него внимания. Рекламные агентства скажут вам, что так и должно быть, что задача рекламы — постепенно сделать ваше имя узнаваемым. Если у вас есть миллионы, то вы, конечно, сможете себе это позволить. Если же миллионов нет, то необходимо зацепить внимание читателя до того, как он перевернет страницу и забудет о вас навеки.

4. НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О ДЕТАЛЯХ

Некоторые думают, что рекламное объявление должно быть большим, и в нем должен быть «воздух». Распространенная ошибка! Конечно, газетам это заблуждение на руку: ведь они продают свои страницы. Если вы тоже хотите делать деньги, то заполните купленную территорию словами или картинками, которые убеждают или интригуют потенциального покупателя. Не обязательно быть большим писателем; просто объясните людям, чем вы хороши.

5. НЕ ЗЛОУПОТРЕБЛЯЙТЕ УКРАШЕНИЯМИ

Все должно быть простым и легким для восприятия. Используйте только самые ясные шрифты; выделяйте только те места текста, которые этого действительно заслуживают.

6. НЕ УМНИЧАЙТЕ

Не пытайтесь умничать или натужно острить, будьте убедительны и искренни. Вы должны изложить на бумаге то, что говорят люди друг другу при личной встрече, когда хотят что-либо предложить или продать.

7. СПРАШИВАЙТЕ И ЧИТАЙТЕ

Читайте полезную литературу о рекламе — ее не так много, но она встречается. Посоветуйтесь на эту тему со специалистами, — за такую консультацию денег не берут!