

Ирина Федотова

32 ошибки в рекламных сообщениях



Практическое руководство
специалиста по рекламе и маркетолога

Ирина К. Федотова
32 ошибки в рекламных
объявлениях. Практическое
руководство маркетолога
и руководителя

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11634296
32 ошибки в рекламных объявлениях [Электронный ресурс]:
практическое руководство маркетолога и руководителя / И.К.
Федотова. -2-е изд., стер.: Флинта; Москва; 2015
ISBN 978-5-9765-2506-1

Аннотация

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.

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 разме-

щены 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.