



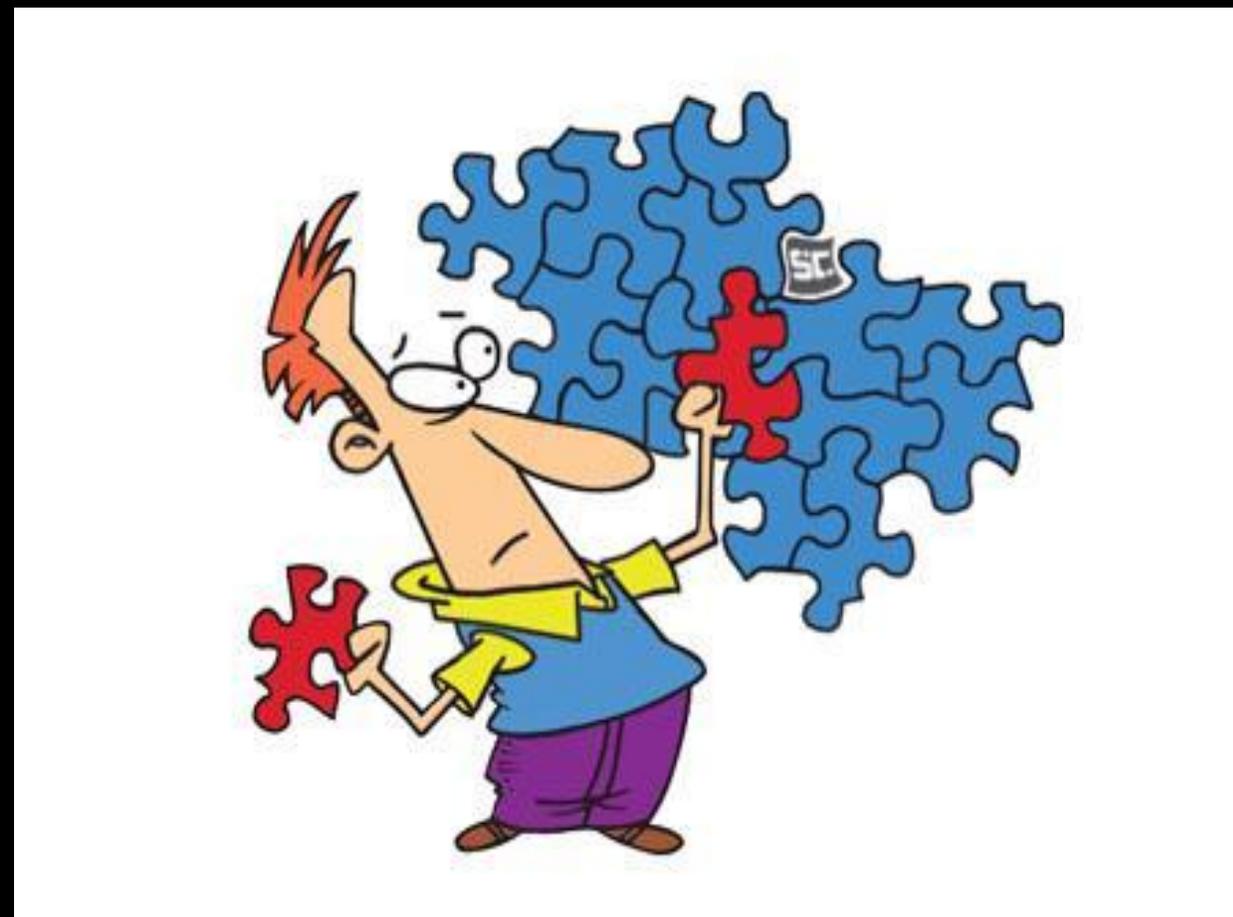
# 2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СОСТАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Костюк Дарья, Камнева Элина

Текст — это словесная часть объявления, т. е. слова, напечатанные в журнале, газете и отправлениях прямой почтовой рекламы, а также произносимые в телевизионном или радиоролике.



1. ЗАГОЛОВОК
2. ПОДЗАГОЛОВОК
3. ОСНОВНОЙ  
ТЕКСТ
4. СЛОГАН
5. ЭХО-ФРАЗА



В других работах Маслоу описывал эту таблицу как состоящую из 7-ми уровней



Необходимо создать такое рекламное объявление, которое бы пробуждало или усиливало потребность, а представленный в нем товар служил бы средством для удовлетворения возникшей потребности.

**“Реклама -  
это средство заставить людей  
нуждаться в том,  
в чем они раньше не нуждались”**



Текст должен быть подан правдиво и искренне.  
Искренность придает рекламному обращению  
жизненность, индивидуальность и убедительность.

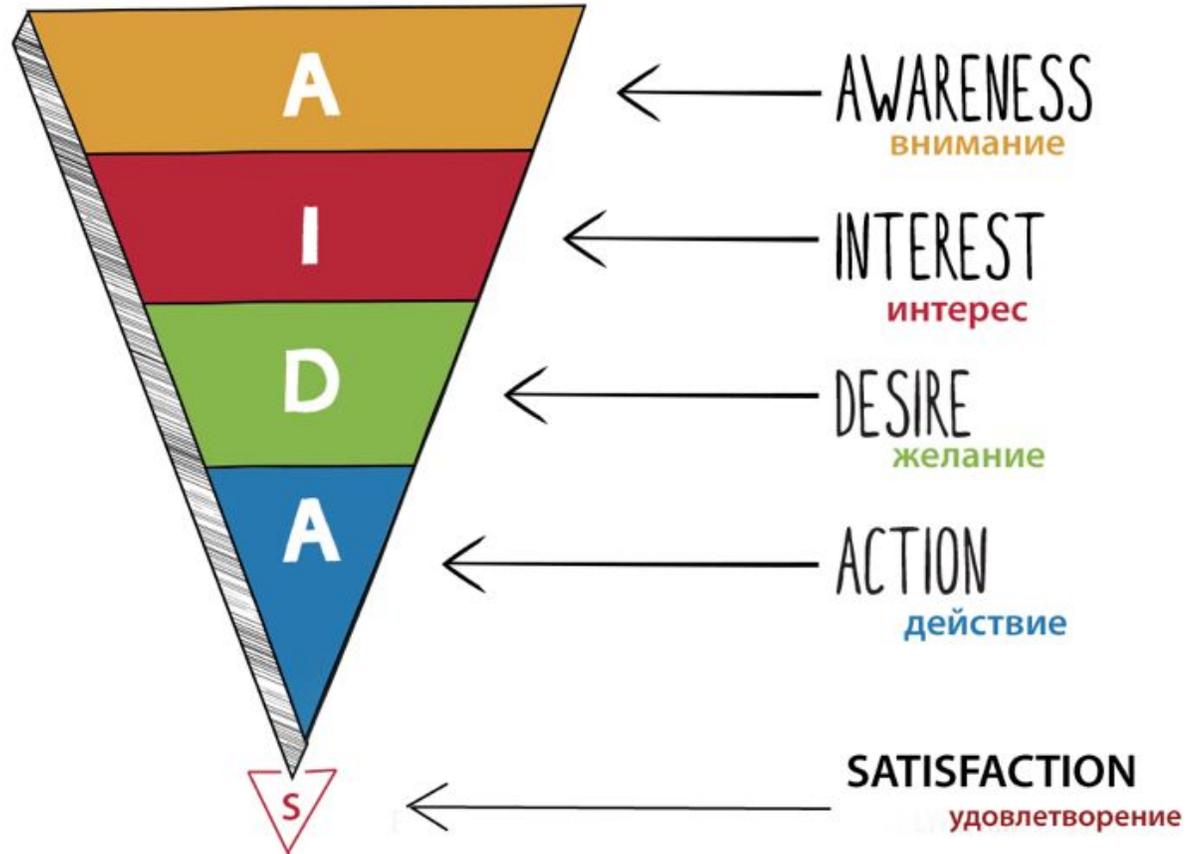


## Структура рекламного обращения

- аффективный (формирование отношения);
- суггестивный (внушение);
- конативный (определение поведения).



# THE AIDA MODEL



**a-айсберг**  
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

1  
ОТ ЭСКИЗА ДО ТИРАЖА

2 → **«А-Айсберг»: ваша реклама в надежных руках**

3 → Вы хотите, чтобы о вас узнали? Желаете привлечь внимание как можно большего количества потенциальных клиентов? Мы поможем вам в этом!

4 {  
Рекламное агентство «А-Айсберг» оказывает весь комплекс услуг по производству и распространению рекламы:

- Разработка дизайна листовок, плакатов, буклетов
- Услуги полиграфии
- Безадресное распространение по почтовым ящикам
- Распространение рекламы у метро
- Размещение рекламы в лифтах

Наш телефон: (495) 728-77-23 } 6  
Адрес в Интернете: [www.proreklam.ru](http://www.proreklam.ru)

5 → Мы будем работать над вашей рекламой, пока вы работаете над своим успехом!

1 – Слоган

2 – Заголовок

3 – Зачин

4 –

Информационный  
блок

5 – Эхо-фраза

6 – Справочный  
блок