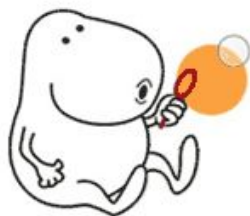


ГИПНОТИЧЕСКИЕ СЛОВА И ФРАЗЫ

КАК ВВЕСТИ
РЕКЛАМОДАТЕЛЯ В
ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ
ТРАНС?

Москва, 27—28 января 2011



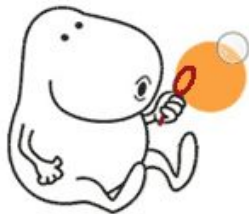
adconsult

рекламный консалтинг



ТЕХНИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ

1. Буду благодарен за выключенные телефоны.
2. Все материалы семинара (презентация, слайды, много текстов и примеров, и т.д.) — останутся у вас на диске.
3. Тетрадь для записей — всего лишь тетрадь для записей. Не будем забегать вперед 😊
4. Формат общения — не лекция, а «диалог заинтересованных профессионалов» 😊



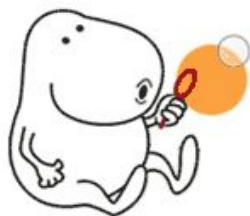
adconsult

рекламный консалтинг



ТЕХНИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ

5. Кофе, чай, соки, вино, бутерброды — в любой момент: пожалуйста, не стесняйтесь себя ничем.
6. Несмотря на кофе round-the-clock, мы, конечно, будем делать перерывы.
7. К счастью или к несчастью — курение в здании, как на авиарейсах, невозможно.
8. Любой из моих коллег в ADCONSULT ответит на любой ваш вопрос (или найдет на него ответ)



adconsult

рекламный консалтинг



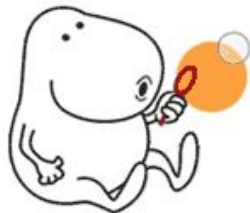
КТО МЫ?

ADCONSULT — семинары, тренинги и консалтинг в сфере продаж для рекламных агентств с 2005 года.

более 5 лет

более 80 регионов

более 400 семинаров



adconsult

рекламный консалтинг

ПОЕХАЛИ...

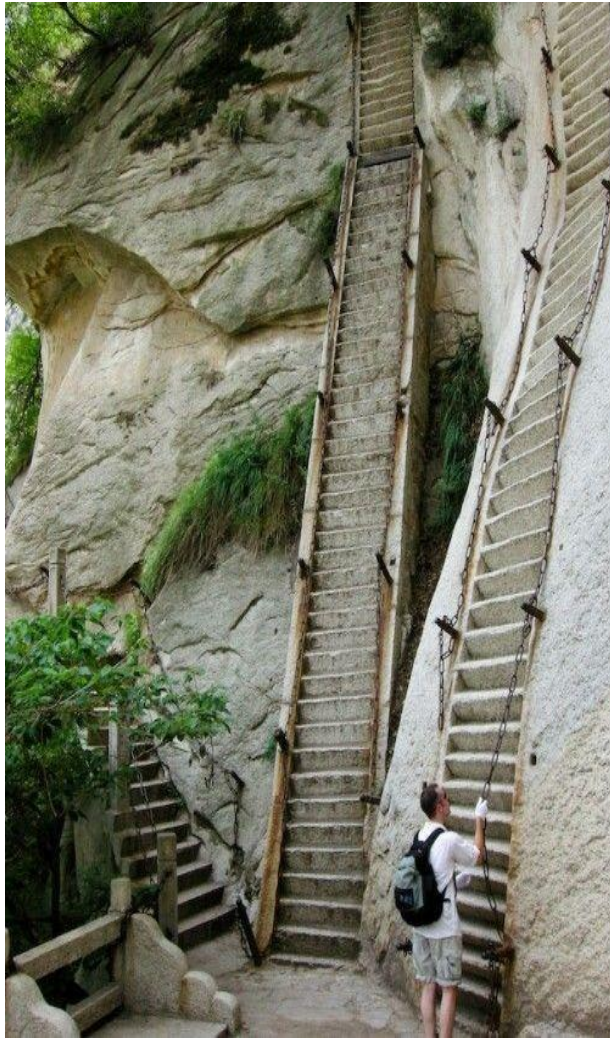
Будем говорить о словах, которые...

- убеждают
- продают
- навязывают
- нравятся
- возбуждают
- удивляют
- интригуют
- оставляют равнодушными
- запоминаются
- ...
- ...

adconsult

рекламный консалтинг





ОТКУДА ЭТО ВСЁ?

Идею семинара придумал Саша.

Он филолог, журналист, ему это всегда было интересно.

Удивительно, но оказалось, что моя недописанная диссертация тоже была о нарративной психологии — психологии рассказов, историй, слов и их влияния на поведение человека.

В каком-то смысле, этот семинар не мог не случиться. Это был долгий, но неизбежный путь. :-)



adconsult

рекламный консалтинг

О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?

В первый день:

- о принципах составления гипнотических текстов и переговоров
- о волшебных словах и приемах
- о том, как говорить не стоит
- о том, как слова складывать в истории
- какие корпоративные мифы должны быть у нас
- как помогать себе в переговорах чужими историями
- как готовиться ко всему этому



adconsult

рекламный консалтинг



О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?



Во второй день:

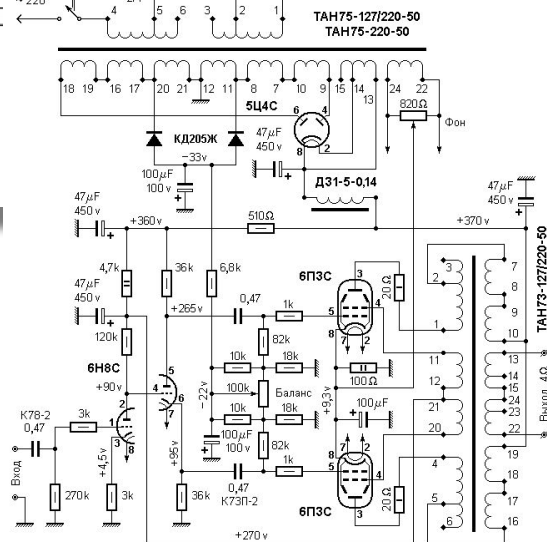
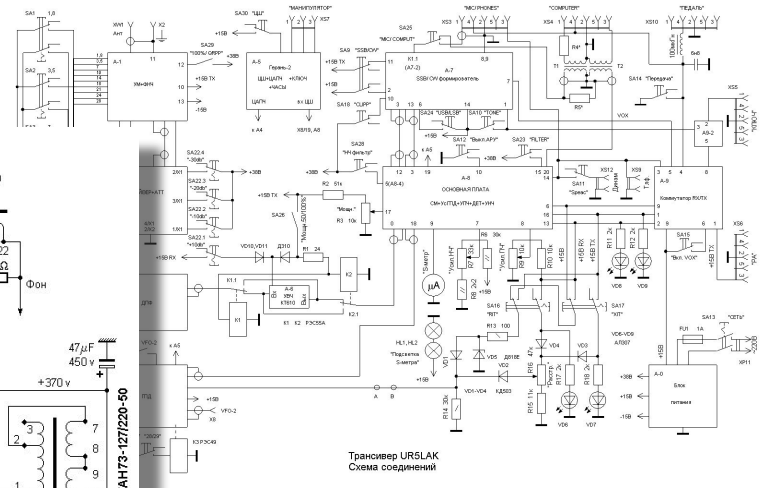
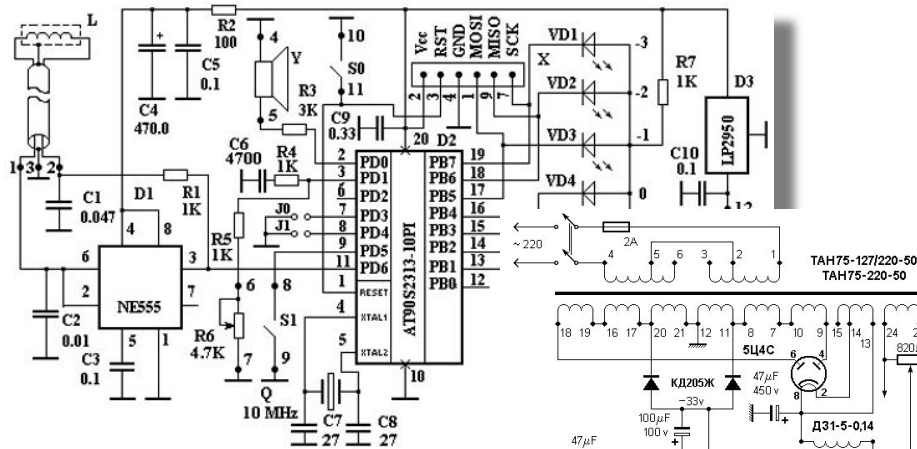
- о том, как эти волшебные слова и приемы воплотить в коммерческое предложение?
- о том, как из этого наштамповать скриптов для назначения встреч с рекламодателями?
- о том, какие наборы писем должны быть у нас в корпоративной копилке?
- о том, как написать вкусные презентации?
- о том, как помочь нашим продавцам писать, писать и писать?



adconsult

рекламный консалтинг

ВНЕСЕМ НЕМНОГО СТРУКТУРНОСТИ



adconsult

рекламный консалтинг



«ДОРОЖНАЯ КАРТА»

АТОМЫ: продающие слова, фразы и выражения — приемы и стратегии

МОЛЕКУЛЫ: продающие истории, кейсы, байки и мифы

ВЕЩЕСТВА: продающие сценарии переговоров и шаблоны писем

ТКАНИ: коммерческие предложения и стратегии взаимодействия с клиентами

МИР: жизнь как текст — мы сами внутри и вокруг нашего текста

adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №0.

НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

adconsult

рекламный консалтинг



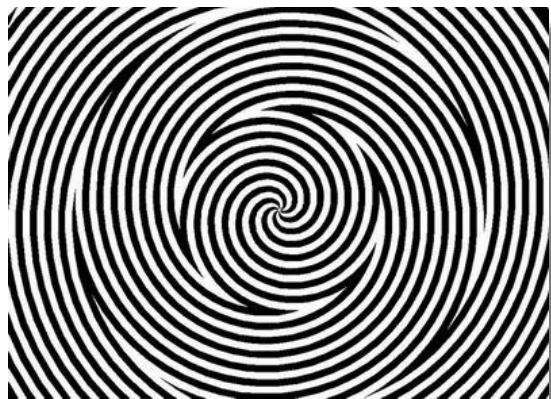
НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

В гипнозе — главное не заснуть.

Что приковывает внимание больше всего?

Что самое необычное есть у вас всегда в загашнике?

- ваши истории
- ваши переживания
- ваши мысли и чувства
- ваши слова и поступки
- ваша личность, черт возьми!



adconsult

рекламный консалтинг



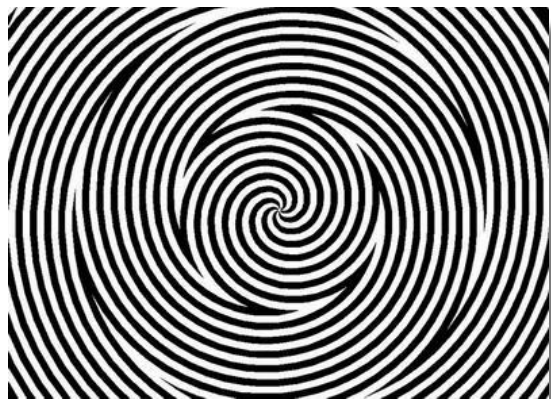
НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

Гипнотическое письмо — то, которое читают до конца.

Гипнотический рассказ — тот, который слушают до конца.

Гипнотическая презентация — та, которая приковывает внимание.

Гипнотическое коммерческое предложение — то, которое очень хочется купить.



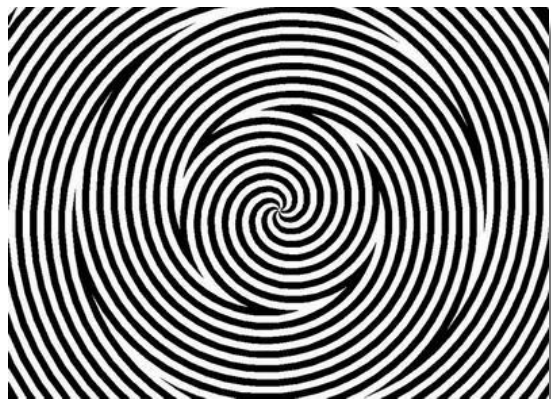
adconsult

рекламный консалтинг



НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

Барабанная палочки, Тристан-да-Кунья,
фестиваль в Гуче, крученая нить.



Вспомните, что из последнего
ЛИЧНО ВЫ купили, благодаря
описанию (рассказу продавца,
тексту на этикетке, письму)?

Что там было гипнотического?
Давайте запишем...

adconsult

рекламный консалтинг



ТРИ КРАЙНОСТИ «ПРОДАЖНОГО ЯЗЫКА» В РОССИИ



- 1.«Словарь налогового инспектора, только что вернувшегося с XXVI съезда партии».
- 2.«Лексика американских проповедников из магазина на диване».
- 3.«Стиль захлебывающегося от собственного восторга промоутера клубных тусовок»

adconsult

рекламный консалтинг



У КАЖДОГО СВОИ СИМПАТИИ, НО...



*Бабушка —
божий одуванчик*

Нам кажется, что лучший из возможных стилей общения с клиентом-рекламодателем —

- как если бы вы общались с другом ваших родителей
- своим бывшим научным руководителем
- человеком старше вас, но с которым вы давно знакомы
- дружелюбно, тепло, с шутками, но без фамильярности
- при этом настойчиво

adconsult

рекламный консалтинг



ГЛАВНЫЙ КРИТЕРИЙ ХОРОШЕГО СТИЛЯ ТЕКСТА



Текст может быть любым.

Главное, чтобы он вызывал
доверие.

adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №1.

АТОМЫ. СЛОВА И ФРАЗЫ

adconsult

рекламный консалтинг



ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

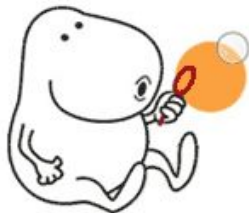
Волшебная сила повторения.

Вы засыпаете.

Я тебя люблю...

Не бойтесь повторять ключевые слова и фразы столько раз сколько посчитаете нужным.

Можно даже теми же словами.



adconsult

рекламный консалтинг



ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

«Хочу повторить, это действительно лучший медиаплан из возможных...»

«Иван Иванович, позвольте я повторю, в рамках данного предложения вы получаете...»

«И еще раз повторюсь: это именно то предложение, которое самым оптимальным образом решит ваши задачи»



adconsult

рекламный консалтинг

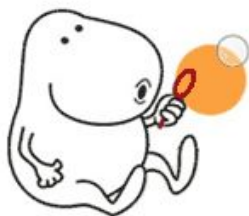
ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

«Скажу еще раз...»

«Вновь хочу обратить ваше внимание
на один момент...»

«И еще. Повторю, что это...»

*...ведь даже слово репетитор — от
латинского *repetitor* — «тот, кто
повторяет»*



adconsult

рекламный консалтинг



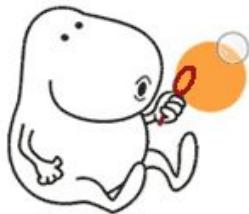
ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

Как можно повторить?

«Это предложение действительно только до конца месяца».

«При покупке целого разворота скидка будет 20%»

«Спонсорский пакет генерального спонсора даст вам почти неограниченные возможности»



adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-УСИЛИТЕЛИ



- *поверьте*
- *действительно*
- *абсолютно*
- *на самом деле*
- *важно*
- *крайне необходимо*
- *самое из всех возможных*
- *наилучшим образом*
- *это и вправду так*
- *ключевой момент*
- *решающее значение*
- *стратегическое решение*
- *это крайне критично*
- *совершенным образом*

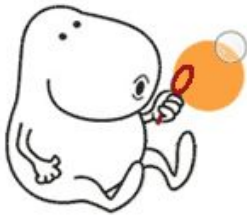
adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-УСИЛИТЕЛИ

- Правило простое: рассыпайте их щедро по тексту.
- Конечно, не надо перебарщивать, но и не стесняйтесь.
- Лучше составить себе синонимический ряд отдельно на листочке — чтобы подглядывать и запоминать
- Вообще, мультишаблоны и словарики — это хорошая практика

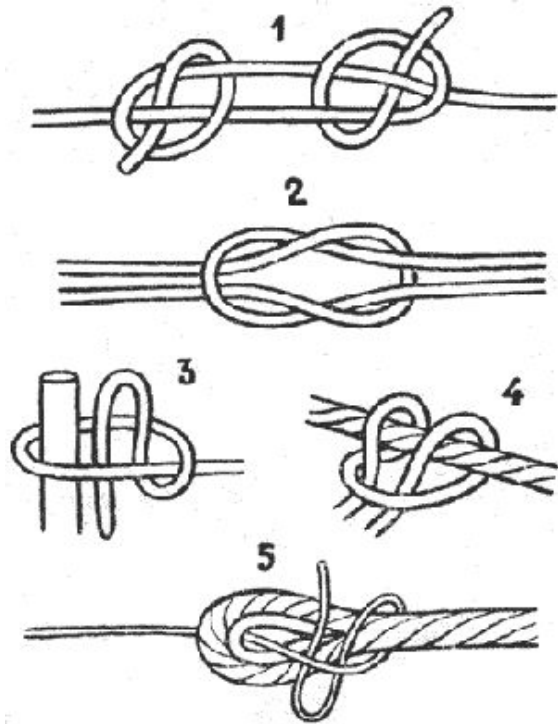


adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-ПРИСОЕДИНИТЕЛИ



- *для нас с вами важно*
- *наше совместное решение*
- *наша с вами мысль*
- *наша общая цель*
- *наши с вами общие задачи*
- *и у нас, и у вас*
- *наша с вами единая концепция*
- *ценовые условия, которые мое руководство определило для нас с вами*

- *Клиент — продавец+агентство.*
- *Клиент+продавец — агентство.*

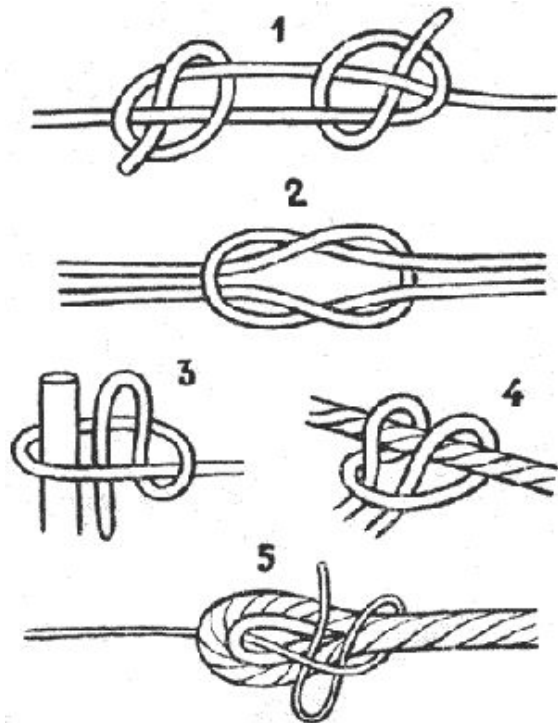
adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-ПРИСОЕДИНИТЕЛИ

Переформулируйте:



- «Если вы не разместитесь до пятницы, то цена вырастет на 10%»
- «Вы приняли уже окончательное решение?»
- «Вы будете рекламировать новый открывшийся магазин?»
- «Что вас интересует из наших услуг?»

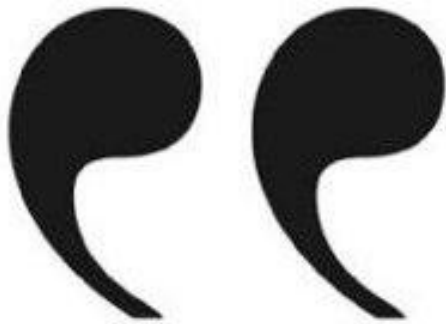
adconsult

рекламный консалтинг

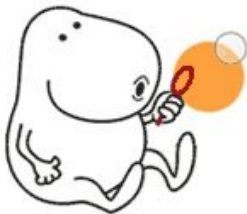


СИЛА ЦИТАТЫ

Люди боятся думать сами и прячутся за мысли гениальных мыслителей.



- «Как сказал Достоевский...»
- «Дмитрий Анатольевич в своем послании...»
- «Как гласит поговорка...»



Эти обороты имеют вес в массовом сознании. Относитесь к этому как хотите, главное — используйте.

adconsult

рекламный консалтинг

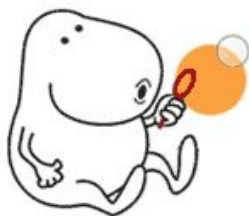
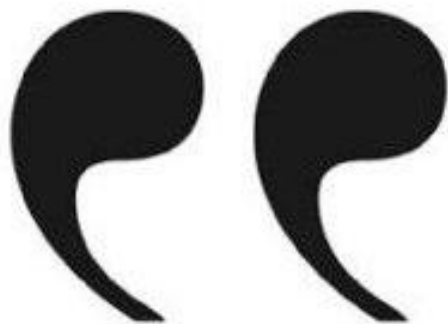


СИЛА ЦИТАТЫ

Приписывайте цитаты кому угодно — как хотите и как душе угодно. В крайнем случае, «вы ошиблись».

Лучше всего приписывать бизнесменам и предпринимателям, которые вызывают уважение у вашего рекламодателя.

Ссылайтесь на них, вводите в оборот, говорите между делом, и т.д. Не слишком часто, но и не редко.



adconsult

рекламный консалтинг



СИЛА ЦИТАТЫ

Если у него iPhone — приписывайте Стиву Джобсу.

Если у него Land Cruiser — приписывайте Саките Тоёде, основателю Toyota.

Если ничего нет — смело кивните на монитор, постучите пальцем по ноутбуку и приписывайте все целиком Биллу Гейтсу :-)

Но лучше ссылаться на известных наших бизнесменов.



adconsult

рекламный консалтинг

СИЛА ЦИТАТЫ

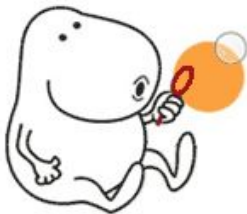
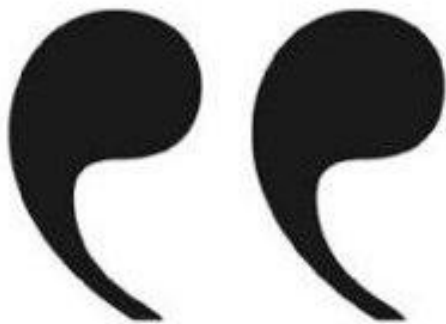
Какие ВАШИ самые любимые цитаты?

Как их можно приплести к продажам?

— Знаете, Иван Иванович, как говорится,

— Помните, Иван Иванович, еще Стив Джобс говорил...

— Знаете, люди ведь верно говорят...



adconsult

рекламный консалтинг



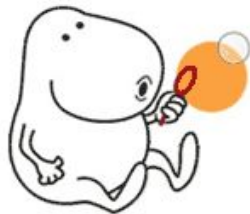
СИЛА ЦИТАТЫ

«Сворачивать рекламу, чтобы сберечь деньги, все равно, что останавливать часы, чтобы сберечь время».

«Делать деньги без рекламы может только монетный двор».

«Вести бизнес, не делая рекламы, равносильно подмигиванию девушке в полной темноте. Вы знаете, что вы делаете, но больше никто».

«Люди будут рекламировать свои товары всегда – и в хорошие времена и в плохие. В хорошие они хотят рекламировать; в тяжелые они должны рекламировать».



adconsult

рекламный консалтинг

СИЛА ЦИТАТЫ

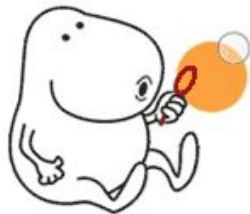
«Почему, захватив такую долю рынка, вы продолжаете рекламировать вашу жвачку?» — «Неужели я могу заглушить мотор на скорости 90 миль в час?» (Philip Wrigley)

«Даже богу нужны колокола».

«Червяк должен нравиться не рыбаку, а рыбке».

«Реклама должна быть новостью. Если она не новость, она бесполезна».

«Каждый дурак может написать плохую рекламу, но нужно быть поистине гением, чтобы не трогать хорошую».



adconsult

рекламный консалтинг

СИЛА ЦИТАТЫ

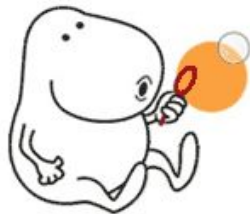
«Вообще говоря, мои дети не едят ничего, что не танцует по телевизору».

«Никогда не следует хорошо говорить о себе. Следует печатать».

«Если бы люди покупали только то, что им по средствам, вся экономика давно рухнула бы».

«Покупатель же не идиот: это твоя жена».

«Урезать медиабюджет на 50% — это то же самое, что заплатить за полперелёта из Москвы во Владивосток: вы заплатили уже очень много, но всё равно туда не попадёте».



adconsult

рекламный консалтинг

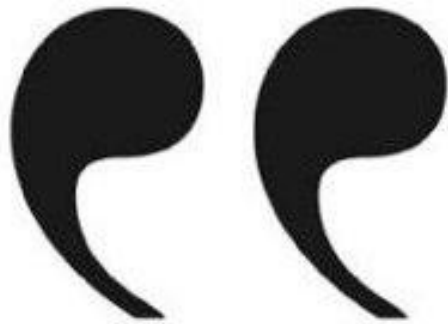
СИЛА ЦИТАТЫ

Не делайте ОШИБОК!

Не надо говорить клиенту банальных поговорок про деньги, типа:

- «скупой платит дважды»
- «жадность фраера сгубила»
- «вы не так богаты, чтобы покупать дешевые вещи»
- «волков боятся в лес не ходить»
[о его будущей рекламной кампании]

— это грубо и он расстроится.



adconsult

рекламный консалтинг



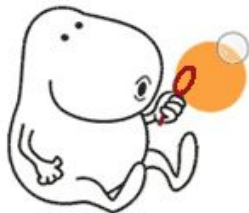
ССЫЛКИ НА АВТОРИТЕТ И ИССЛЕДОВАНИЯ



«63% женщин остаются недовольны подарком на 8 марта.

72% женщин предпочли бы выбрать подарки себе сами.

Именно для этого мы предлагаем вам подарочные сертификаты «КОЖА-СТИЛЬ» на любую сумму и на любой срок».



adconsult

рекламный консалтинг





adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

Когда мы обращаемся к общественности, мы почему-то становимся застенчивыми и говорим на каком-то невнятном языке...

Люди работают с людьми, а не компании работают с компаниями.

Люди не общаются слоганами.

Абоненты, клиенты, рекламодатели, партнеры — кто все эти люди???



adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ



- Напишите письмо клиенту как письмо матери, а потом вычеркните «Дорогая мама!» и «твой любящий сын Вася».
- Представьте живого человека.
- Поставьте перед собой фотографию клиента. Если нет — просто фотографию какого-нибудь мужика.
- По телефону — разговаривайте с плюшевым мишкой.



adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ



- «Именно поэтому, Сергей...»
- «Еще одну вещь хочу отметить, Татьяна...»
- «Наконец, последнее, Василий...»
- «Геннадий Викторович, здравствуйте! Это Рома Пивоваров, ADCONSULT»
- Лучше по имени, в крайнем случае по имени-отчеству, но не по фамилии: «Г-н Иванов!»
- Себя называйте тоже по имени, можно даже краткой формой: Оля, Лена, Саша, но, конечно, не ласкательной... :-)



adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ



- Пишите лирично. Потом выкиньте всю сентиментальность и романтику, но оставьте живое и искреннее общение.
- У наших клиентов нет других важных клиентов, кроме их самих.
- Когда я пишу рассылки ADCONSULT, я представляю себе нескольких конкретных людей с последних семинаров и пишу ЛИЧНО им.

adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

Короткая задача:

- Давайте вместе подберем не меньше 10 вариантов начала письма, кроме «Уважаемый...» и 10 вариантов окончания письма, кроме «С уважением...».

Итак?



adconsult

рекламный консалтинг



НЕБРЕЖНОСТЬ В ЦЕНОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ

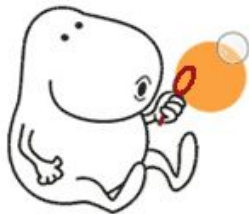


— 5620. Будет удобно... сейчас?

— Обычно инвестиции наших партнеров составляют...

— Знаете, практика рынка рынка такова, что стоимость такого решения составляет...

— Ваши коллеги на рынке пластиковых окон обычно находятся в горизонтах бюджета от 30 до 300 тысяч...

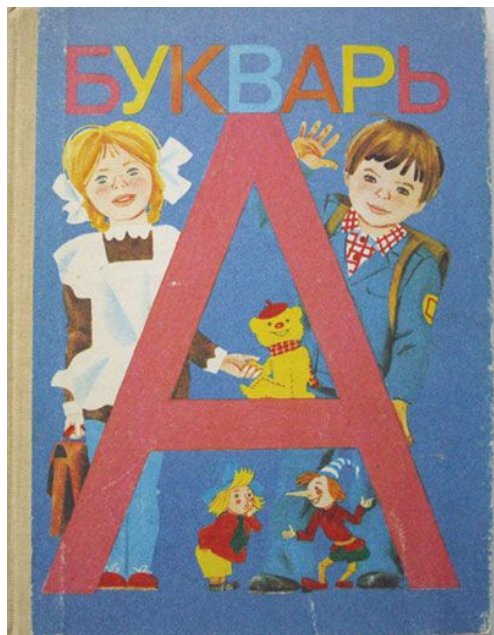


adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВАРЬ НАСТОЯЩИХ СЛОВ



Не используйте в переговорах слова, которые вы не используете в реальной жизни... И уж тем более те, которые РЕКЛАМОДАТЕЛЬ не использует в реальной жизни.

- «У меня есть для вас предложение»
- «Я представляю газету»
- «Я специалист по рекламе»
- «Предлагаю разместиться»

Термины должны быть в меру.



adconsult

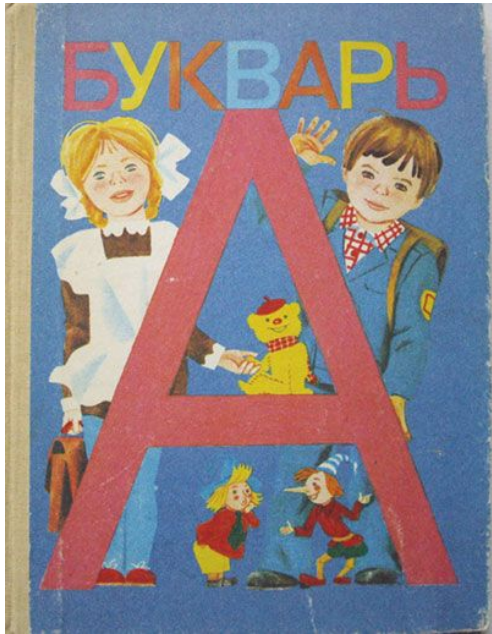
рекламный консалтинг

СЛОВАРЬ НАСТОЯЩИХ СЛОВ

Короткое упражнение.

Составим «темно-серый» список слов, которые не стоит употреблять нам и нашим продавцам в переговорах с клиентами?

Составьте в парах-тройках, потом обсудим, а потом... пообещайте мне, что эти списки будут висеть перед глазами ваших продавцов в офисе.



adconsult

рекламный консалтинг



ДОВЕРИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА

- *знаете...*
- *поверьте...*
- *правда...*
- *откровенно говоря...*
- *по правде сказать...*
- *не буду скрывать...*
- *я скажу открыто...*
- *хотел поделиться с вами...*

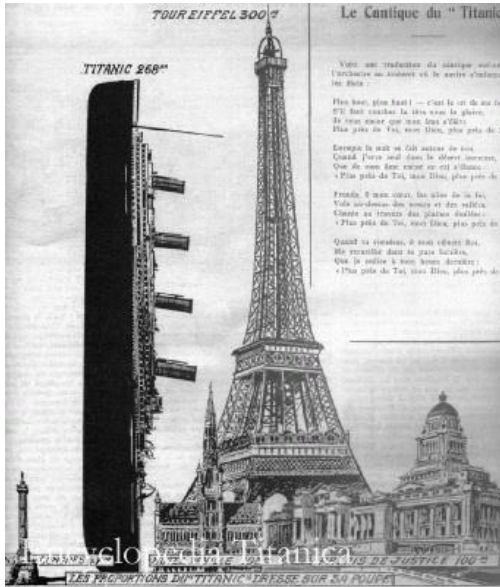


adconsult

рекламный консалтинг



СИЛА СРАВНЕНИЙ — ЧУДОВИЩНА КАК УРАГАН И МОЩНА КАК ЦУНАМИ!



Короткое совместное упражнение:

- Это завораживает меня как...
- Мои клиенты видят эффект от рекламы словно...
- Ролики нашего креативного директора работают как...
- Эффект от размещения на обложке можно сравнить с...
- Покупатели пойдут к вам как...

adconsult

рекламный консалтинг

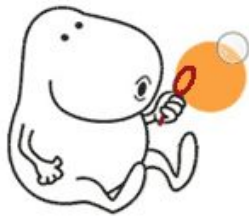


НАПОМИНАЙТЕ О ПРОБЛЕМЕ — ДАВИТЕ НА МОЗОЛЬ



**У него — проблема.
У вас — решение.**

- Вбросы: «Обычно проблему падения продаж, которая ставит под угрозу прибыль бизнеса, наше агентство решает так:...»
- «Обычный ролик не решит проблемы неудачной распродажи...»
- «Это распространенные проблемы в нашем городе...»



adconsult

рекламный консалтинг

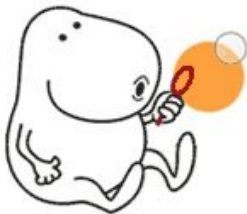


НАПОМИНАЙТЕ О ПРОБЛЕМЕ — ДАВИТЕ НА МОЗОЛЬ



Самое страшное — будущие проблемы. Которых еще нет.

- «Знаете, это может привести и к обратному эффекту, откровенно говоря».
- «Да вы правы, это действительно нездорово. Я разговаривала с коллегой, так у одного ее клиента настолько упали продажи, что стали увольняться сотрудники».



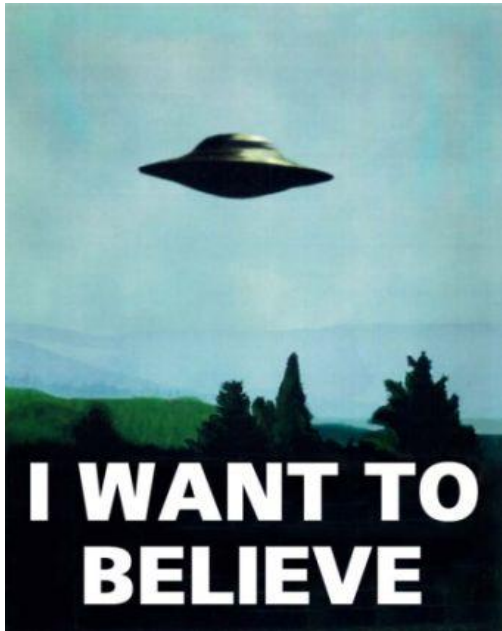
adconsult

рекламный консалтинг



КАПЕЛЬКА НЕПОНЯТНОГО

Магия — это всегда непознанное.



Кто-нибудь знает, что такое жожоба?
Крученая нить? Активные
бифидобактерии?

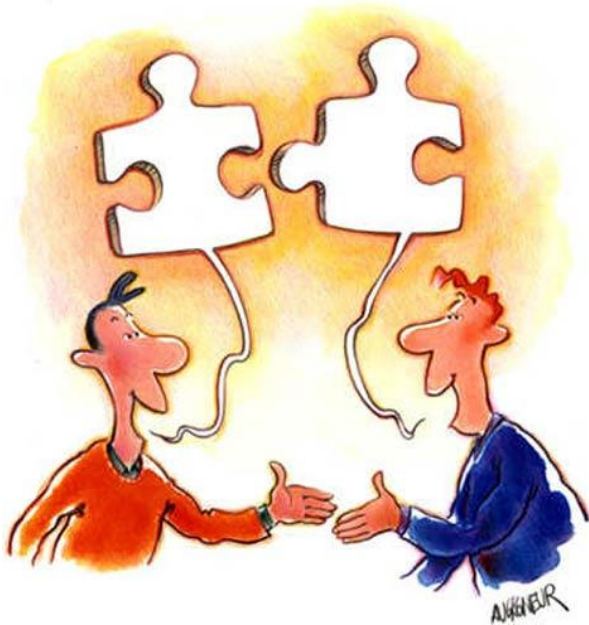
- *Я могу показать лишь те работы дизайнеров, которые не попадают под NDA.*
- *Доля копирайтинга в SEO-подготовке страниц возрос, потому что Яндекс-боты индексируют теперь не только теги заголовков, но и подзаголовков 2-го и 3-го уровней.*

adconsult

рекламный консалтинг



ДИАЛОГ И РИТОРИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ



- согласитесь...
- итак, мы расставили все точки на і и готовы ударить по рукам, верно?
- не правда ли?
- очевидно, что...
- это ровно то, о чем мы говорили, так?
- я позвоню вам в понедельник, хорошо?

Создает эффекта разговора в письма и вовлечение в разговор в телефонных переговорах.

adconsult

рекламный консалтинг



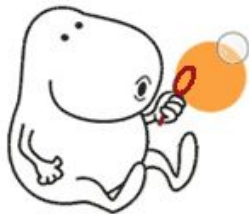
ФАКТЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА, ВЫГОДЫ

Это знают все, говорят об этом на всех семинарах.

Есть нюанс.

Не пренебрегайте фактами. Факты дают достоверность. Просто выгоды бездоказательны и голословны.

Факт должен гарантированно доказывать выгоду, и кричать о ней на каждом углу.



adconsult

рекламный консалтинг



ЕСЛИ... ТО...

Метод вопросов «А что если...?»



- Спрошу вас: «Скажите, если бы я сказал вам, что готов рассказать 3 простых способа завладеть вниманием рекламодателя — вы захотели бы его узнать?»
- Если бы наши аналитики подготовили бы для вас бесплатные рекомендации по увеличению продаж обуви в вашем магазине, вам было бы интересно их узнать?



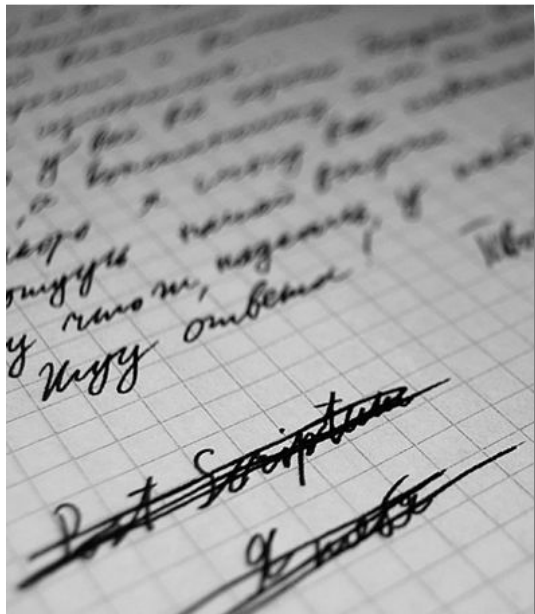
adconsult

рекламный консалтинг



P.S. И ПОСЛЕДНЕЕ...

Постскриптум в бумажных письмах читают в первую очередь.



- В электронных — сразу, как доберутся до экрана с ним.
- Постскриптум читают всегда, даже когда письмо просматривают наискосок.
- Самый важный повтор — вполне может и должен быть там.
- Искренний P.S.

adconsult

рекламный консалтинг

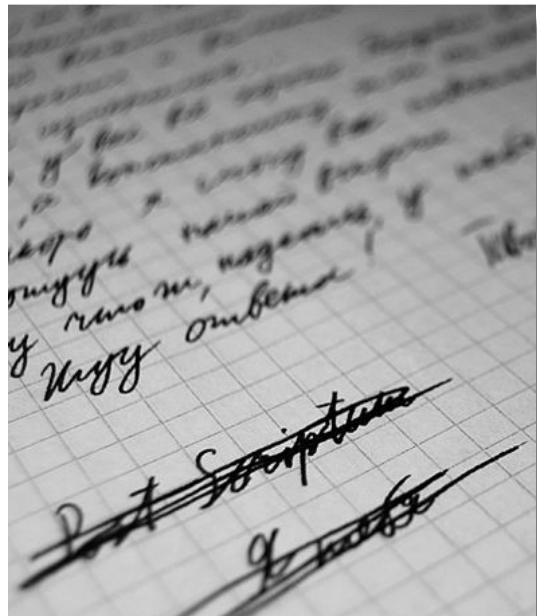


P.S. И ПОСЛЕДНЕЕ...

«P.S. Поверьте, Иван Иванович, я бы не стала настаивать на этом предложении, если бы не была абсолютно уверена, что оно сработает. Это действительно так».

«P.S. Еще раз обращаю ваше внимание — это лучшее из доступных для нас с вами ценовых решений. Кроме того, мой руководитель, к сожалению, ограничила нас с вами пятницей».

«P.S. Еще раз спасибо!».



adconsult

рекламный консалтинг



ПОЧИТАЕМ ЕЩЕ ПИСЬМА?



adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №2.

МОЛЕКУЛЫ. ИСТОРИИ И МИФЫ

adconsult

рекламный консалтинг



САМОЕ ВАЖНОЕ

Люди даже не мыслят выгодами.
Люди даже не мыслят «буллетами»,
«пунктами» и «моментами»



Люди мыслят историями.
Рассказчики историй — самые
ценные продавцы.

Какой должна быть история?

- достоверной
- косвенной
- яркой

adconsult

рекламный консалтинг

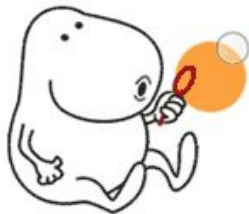


ПРИВОДИТЕ В ПРИМЕР ОТЗЫВЫ

На сайте, в презентационных материалах, в предложениях — и, конечно же, в личной речи.

**Что о вас говорили клиенты?
Вспомните что-нибудь яркое.**

Надо составить банк отзывов и комментариев, чтобы ВСЕ продавцы могли их использовать.



adconsult

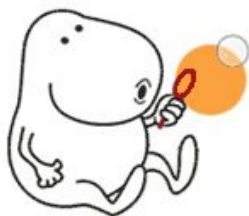
рекламный консалтинг



ПРИВОДИТЕ В ПРИМЕР ОТЗЫВЫ

Андрей из ТИМа говорил, что эффект от писем длился около года. Он разослал 2 раза по 2 тысячи писем, потратил $4000 * 20$ рублей = 80 тысяч, и это привело ему клиентов, суммарно на 450 тысяч комиссионных со сделок.

Оксана Бахмет говорит, что после внедрения приоритезации клиентов каленым железом, отдача с клиентской базы увеличилась (она точную ведет статистику) на 36 процентов.



adconsult

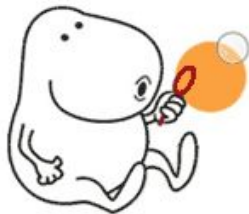
рекламный консалтинг



ПРИВОДИТЕ В ПРИМЕР ОТЗЫВЫ

Ребята из Радио Западной Сибири (Тюмень) прислали мне 13-го октября письмо, где написали, что после моего тренинга в конце сентября, они выполнили план на октябрь уже сегодня, 13 октября. Я даже запомнил эту дату — 13 октября.

«Два брюшка, четыре ушка...»
«Вот с БМВ ведем переговоры...»
«Я у мэрии сейчас, выезжаю...»



adconsult

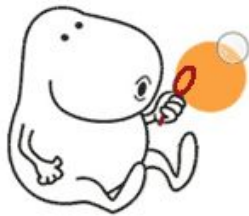
рекламный консалтинг



ДАВАЙТЕ ГАРАНТИИ. ЛЮБЫЕ.

- «Вы гарантированно получите...»
- «Есть гарантированно верное решение...»
- «Масштабная реклама на радио — это гарантированный эффект»
- «Вас увидят 100 000 человек — гарантия!»

Давайте вместе подумаем, что вы можете прогарантировать?



adconsult

рекламный консалтинг



ХОРОШИЙ ПРОДАВЕЦ НЕ ПРОДАЕТ СРАЗУ



Pain — описание «боли» или указание на проблему клиента.

More Pain — усиление боли, копирайтеры называют это «втиранием соли в рану».

Hope — надежда, тут вы даёте надежду на решение задач, на избавление от проблем.

Solution — решение, в продажах-переговорах это уже выходит за рамки выяснения потребностей, это уже относится к презентации торгового предложения.

adconsult

рекламный консалтинг



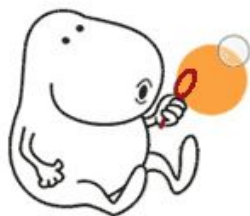
ПРИТЧИ — ДЛИННЫЕ ЦИТАТЫ

«Однажды пессимиста и оптимиста отправили продавать валенки в Африке. В главный офис компании через неделю пришли две телеграммы.

В первой говорилось: "Никакого рынка здесь нет. Никто не носит обувь".

Во второй: "Рынок здесь превосходный. Никто не носит обувь".

Какие ваши любимые притчи и цитаты?



adconsult

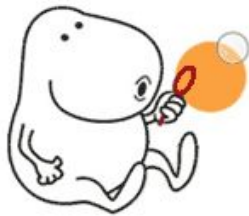
рекламный консалтинг



КАК ЭТО ДЕЛАТЬ? КАК СОЧИНЯТЬ ТАКИЕ СЛОВА И ТЕКСТЫ?

- Выключить внутреннего редактора
- Писать «вслепую».
- Писать много-много.
- Постоянно проговаривать слова и фразы в душе и в душе.
- Прислушиваться к другим.

«Если бы люди вели бы беседы таким же образом, как они сидят и пишут — мир бы состоял бы из одних заик»

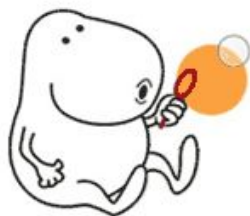


adconsult

рекламный консалтинг



ГЛАВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАТЕЛЯ ПРОДАЮЩИХ ТЕКСТОВ...



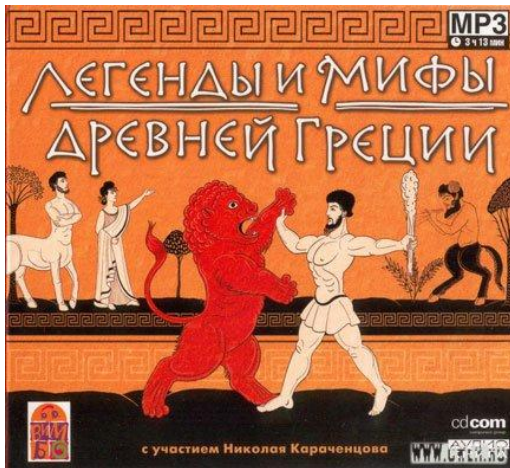
adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИИ И МИФЫ

Корпоративная книга легенд
реально книга-папка с подшитыми
историями о кейсах.



- О том, как реклама сработала.
- О том, как сначала клиенты сомневался, но потом остался доволен.
- О неудачах.
- О том, как рекламодатель не послушался и сделал все не так.

adconsult

рекламный консалтинг

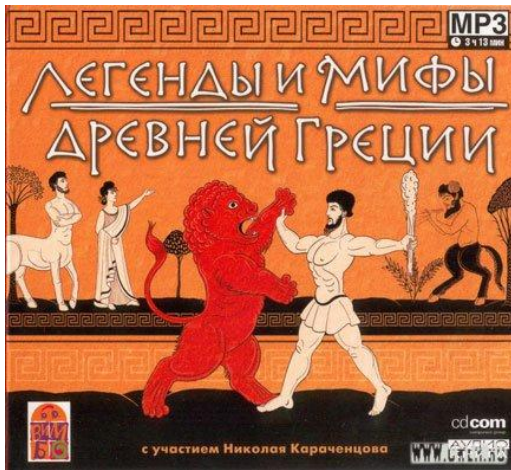


ИСТОРИИ И МИФЫ

Этим реально надо управлять!!

Что лучше — потратить 1 день, чтобы написать все эти вещи и заставить менеджеров прочитать и сдать тест :-)...

Или ждать 1-2 года пока все легенды и мифы сами собой распространятся во время корпоративов???

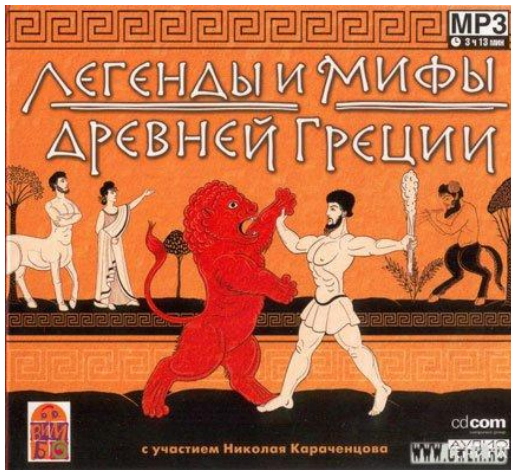


adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИИ И МИФЫ



Расскажите ваши истории...

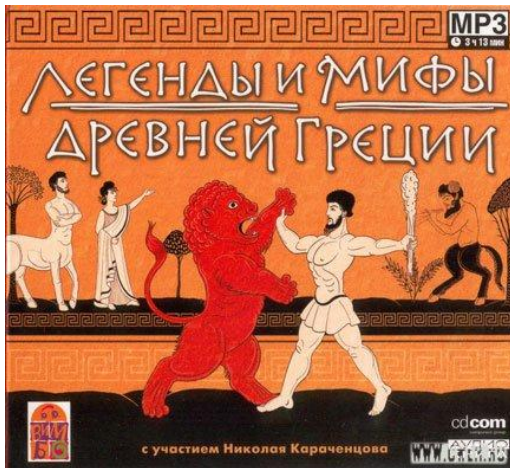
adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИИ И МИФЫ

Что должно быть в этой истории?



1. Зачин-связка
2. Завязка с тайной
3. Драма-проблема
4. Развязка
5. Вывод-мораль

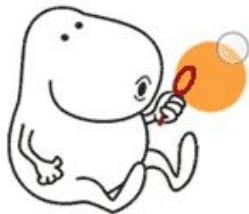
adconsult

рекламный консалтинг



ТРИ ГЛАВНЫХ ШАГА В СОЧИНЕНИИ И ИСПОЛНЕНИИ

1. Определить цель и НЕ СХОДИТЬ с нее.
2. Осознавать момент: ИЛИ ВСЕ, ИЛИ НИЧЕГО.
3. Доверьтесь тому, что происходит. Все хорошо.



adconsult

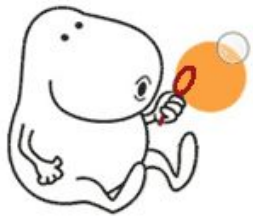
рекламный консалтинг



ВОЛНУЙТЕСЬ. ВОСТОРГАЙТЕСЬ. ПЕРЕЖИВАЙТЕ.

- Жестикулируйте.
- Играйте голосом.
- Делайте страшные глаза.
- Говорите взволнованно.
- Хватайтесь за голову.
- Прижимайте руки к сердцу.
- Расслабьте мышцы лица.

Всё можно.



adconsult

рекламный консалтинг



ДЕНЬ ВТОРОЙ



adconsult

рекламный консалтинг



О ЧЕМ ГОВОРИЛИ?

Мы разбирали АТОМЫ:

- сила повторения
- слова-усилители
- слова-присоединители
- сила цитаты
- ссылки на авторитет
- магия личного обращения
- небрежность в важных темах
- словарь настоящих слов
- активные и живые реплики
- доверительные слова



adconsult

рекламный консалтинг



О ЧЕМ ГОВОРИЛИ?

Мы разбирали АТОМЫ:

- сила сравнений
- напоминание о проблемах
- магия капельки непонятого
- диалог и риторические вопросы
- факты-преимущества-выгоды и внимание к фактам
- модель «если, — то»
- сила постскриптума



adconsult

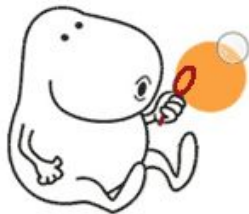
рекламный консалтинг



О ЧЕМ ГОВОРИЛИ?

Мы изучали МОЛЕКУЛЫ:

- притчи мудрецов
- корпоративные легенды
- история офиса и места
- мифы эпических побед в рекламной работе
- ссылка на коллегу / босса
- сила отзывов и благодарностей
- эффект гарантии
- эффект «патентов» и «авторских систем»



adconsult

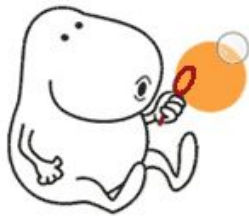
рекламный консалтинг



О ЧЕМ ГОВОРИЛИ?

Мы изучали МОЛЕКУЛЫ:

- принцип боли
- целенаправленность любого текста на действия
- момент силы «или сейчас, или никогда»
- сила волнения и трепета
- корпоративная книга легенд
- структура любой истории
- как сочинять вслепую
- cut-n-paste



adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №3.

**ВЕЩЕСТВА. ПЕРЕГОВОРЫ И
ПИСЬМА**

adconsult

рекламный консалтинг



ЧТО БУДЕМ СОЧИНЯТЬ?

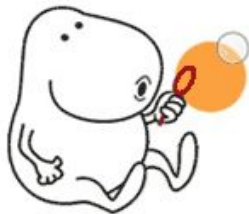
Скрипты.

Письма.

Фразы-связки.

Коммерческие предложения.

Тексты «о нас» и т.д.



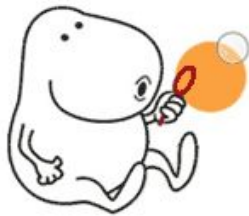
adconsult

рекламный консалтинг



СКРИПТЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СЕКРЕТАРЯ

1. Соединяй, дура.
2. Загрузить так загрузить.
3. На приманку.
4. Дружить с секретарем.
5. Can I speak with...
6. Подъехал?
7. Телефонистка.



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР МЯГКОГО СКРИПТА С ПРИВРАТНИКОМ

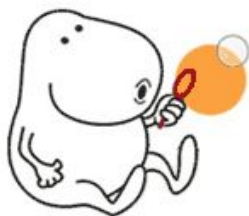
— Добрый день, это Маша Иванова.
«Коммуникативное агентство «MediaSolutions»».
Иван Иванович на МЕСТЕ ?

— ммм.... по какому вопросу ?

— Я уверена, он ждет моего звонка. Соедините.
Спасибо 😊

— Все же... по какому вопросу ?

— Я бы хотела продемонстрировать И.И. новейшие технологии увеличения продаж пластиковых окон. Мы получили эти исследования только что из Москвы.



adconsult

рекламный консалтинг



ПАРА ВОПРОСОВ НА РАЗМЫШЛЕНИЕ

- Стоит ли секретарю говорить всю правду?
- Стоит ли секретарю говорить, что вы представляете рекламное агентство?
- Столи ли секретарю представляться?



adconsult

рекламный консалтинг



ЗАДАНИЕ

Пожалуйста, ПРЯМО СЕЙЧАС, напишит скрипт преодоления секретаря для ваших продавцов.

Лучше несколько. Лучше новых.

Или — формализуйте в **КОНКРЕТНЫХ** словах то, о чем мы сейчас говорили.

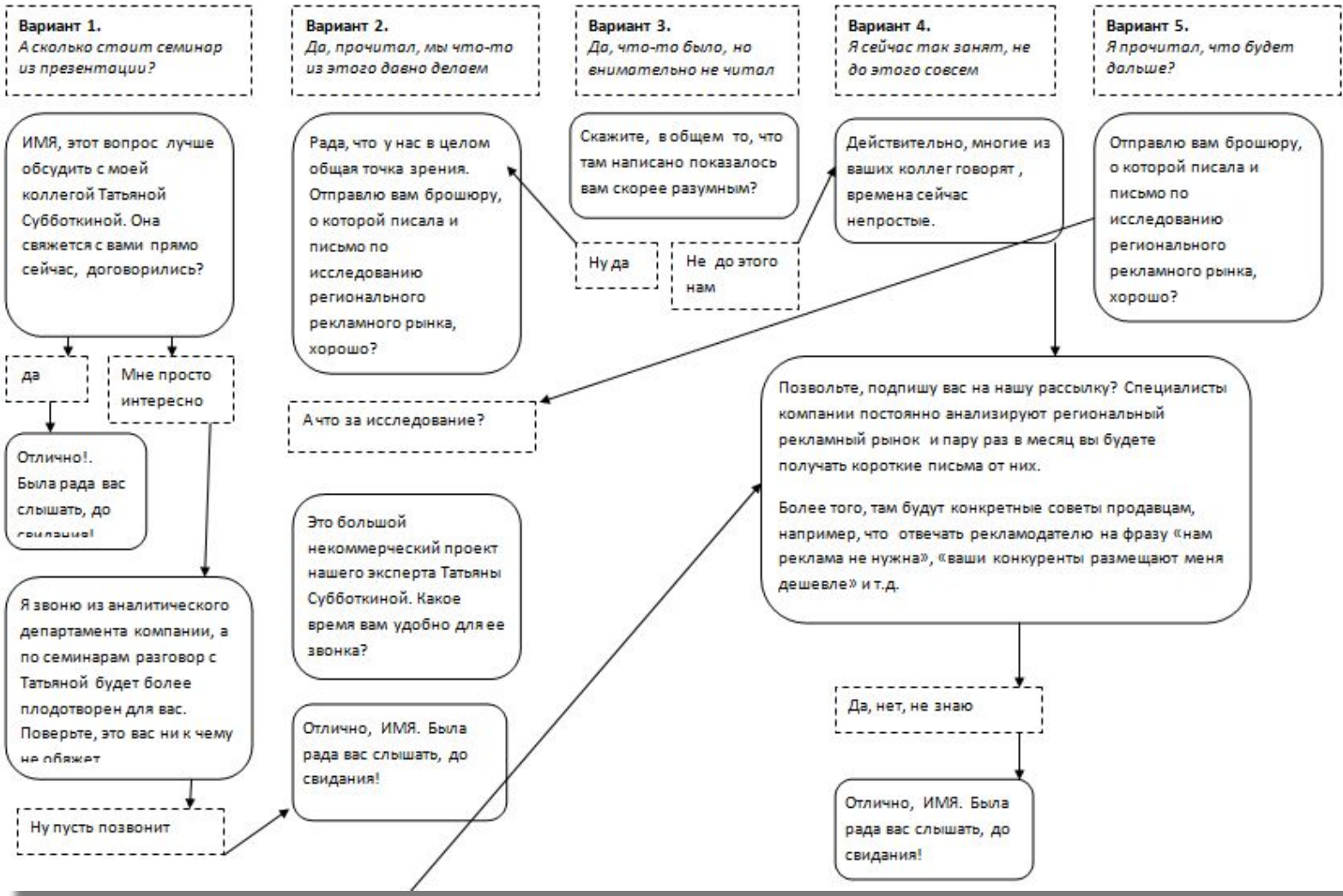
Хорошо?



adconsult

рекламный консалтинг





adconsult

рекламный консалтинг



Вариант 6.
Ничего не получил

Давайте еще раз
проверим адрес вашей
почты?

Да, пишите

Отлично, ИМЯ. Дублирую

Хорошо, ect, ect

Вариант 7.
С чего вы решили, что это
нам нужно?

Специалисты компании
нашли информацию о
вас в интернете. Там
было написано, что вы
являетесь активным
участником рекламного
рынка вашего города.

Это скорее так?

Да, нет, не знаю

Просто, чтобы вы могли
держать руку на пульсе

Вариант 8.
Да, получили, но денег нет. Вы
ведь семинары предлагаете?

Понимаю, ИМЯ, вопрос денег
сейчас для всех нас стоит очень
остро

Но, если честно, я бы хотела
поговорить не о семинарах...

Отправлю вам брошюру, о
которой писала и письмо по
исследованию регионального
рекламного рынка, хорошо?

А что за исследование?

Это большой некоммерческий
проект нашего эксперта
Татьяны Субботкиной. Какое
время вам удобно для ее
звонка?

Отлично, ИМЯ. Была рада вас
слышать, до свидания!

Вариант 9.
Нам сейчас ничего не надо,
мы обучаем своими
силами. Сами свяжемся.

Отлично!
Систематическое
обучение своими силами
– это ровно то, что
рекомендуют наши
эксперты сегодня.

Вариант 10.
Получил, но не читал
и не буду читать или
как ознакомлюсь так
сам отвечу, не
звоните мне

понимаю вас. Многие
компании одолевают вас
своими предложениями
и можно РЕАЛЬНО
замучиться постоянно с
ними общаться, в то
время как нашему с вами
рекламному рынку
приходится сейчас
несладко. На самом
деле, я о другом.

Отправлю вам брошюру,
о которой писала и
письмо по исследованию
регионального
рекламного рынка,
хорошо?

adconsult

рекламный консалтинг



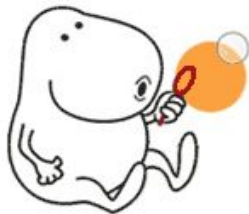
ПРИМЕР АКТИВАЦИОННОГО СКРИПТА ADCONSULT

— *ИМЯ-ОТЧЕСТВО*, добрый день. Людмила Трицилёва, ADCONSULT, Москва. Вам удобно сейчас говорить?

(ответ клиента)

— Отлично. Дело в том, что наша компания, как вы, вероятно, знаете, занимается разработкой инструментов, тактик, методик, и решений по увеличению продаж для продавцов рекламы.

(мини-пауза, возможность ему вставить «угу»)



adconsult

рекламный консалтинг

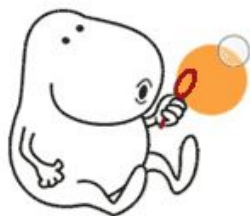


ПРИМЕР АКТИВАЦИОННОГО СКРИПТА ADCONSULT

Проще говоря, мы разрабатываем решения, которые помогают российским рекламным агентствам, медиакомпаниям и СМИ продавать больше рекламы.

И вот чего я звоню.

ИМЯ-ОТЧЕСТВО, в начале этого года мы совместно со Всероссийской ассоциацией продавцов рекламы подготовили целый ряд бесплатных инструментов, рекомендаций и методик для продавцов и директоров по рекламе. Это новейшие решения, актуальные для пост-кризисной ситуации 11-го года.



adconsult

рекламный консалтинг



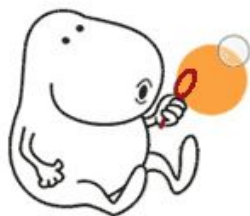
ПРИМЕР АКТИВАЦИОННОГО СКРИПТА ADCONSULT

Я бы хотела отправить их вам на электронную почту и попросить вашего экспертного мнения — насколько, с вашей точки зрения, эти инструменты применимы на рекламном рынке *ГОРОД КЛИЕНТА*, хорошо?

(ответ клиента)

— Отлично. Позвольте уточню ваш личный адрес электронной почты. Я бы хотела быть уверена, что письмо попадет именно вам. Ваш адрес — это *АДРЕС КЛИЕНТА*, верно?

— Отлично. Высылаю и через несколько дней наберу вас, хорошо?



adconsult

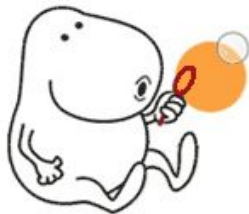
рекламный консалтинг



СКРИПТЫ НАЗНАЧЕНИЯ ВСТРЕЧ

6 волшебных шагов

1. Почему они не хотят с нами встречаться?
2. Что точно должно быть в скрипте?
3. Какие наживки мы можем придумать?
4. Как должен выглядеть скрипт?
5. Структура скрипта
6. Написание примеров



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР СКРИПТА

Иван Иванович, меня зовут Маша Иванова,
«MediaSolutions»

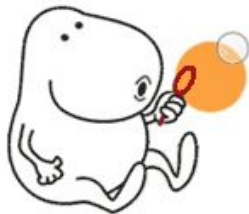
(пауза)

2 минуты вашего внимания, хорошо? Вчера мы получили новейшие исследования по рынку пластиковых окон. В частности в них говорится о ключевых мотивах выбора клиентами той или иной оконной компании. Согласитесь, это важно для компании, занимающейся пластиковыми окнами.

(пауза)

Мы с аналитиком нашей компании хотели бы провести для вас небольшую презентацию «Как найти и удержать клиента на рынке пластиковых окон?».

Иван Иванович, я уверена, что это будет полезно Вашему бизнесу и займет не больше 15 минут. Вам будет удобнее завтра утром или после обеда ?



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР СКРИПТА

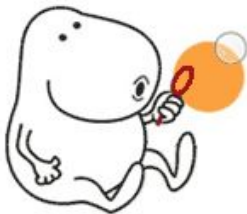
Иван Иванович, меня зовут Маша Иванова,
«MediaSolutions»

(пауза)

2 минуты вашего внимания, хорошо? По данным мониторинга вы тратите на рекламу ежемесячно довольно приличную сумму.

Позвольте мы с аналитиком нашей компании проведем для вас небольшую презентацию «Как вам получить тот же эффект от рекламы за меньшие деньги или существенно больший эффект не увеличивая рекламные затраты?».

Иван Иванович, я уверена, что это будет полезно Вашему бизнесу и займет не больше 15 минут. Вам будет удобнее завтра утром или после обеда ?



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР СКРИПТА

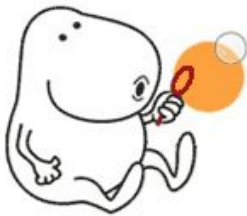
Иван Иванович, меня зовут Маша Иванова,
«MediaSolutions»

Я звоню , что бы поговорить о том письме ,
которое мы послали вам с предложением
БЕСПЛАТНО войти в официальный каталог «Элита
бизнеса Нижнего Новгорода». Скажите , это письмо
попадалось вам на глаза ?

-МММ ...Нет ...

-Я кратко напомню его суть ...бла-бла-бла...
Иван Иванович, я бы хотела подъехать , что бы
взять вашу фотографию и небольшое интервью.
Это займет не больше 15 минут .

Вам будет удобнее завтра утром или
после обеда ?



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР СКРИПТА

Иван Иванович, меня зовут Маша Иванова, директор проекта «100 лучших маркетинговых решений на рынке Казани»

Я звоню , чтобы поговорить о том письме , которое мы посылали вам с предложением **БЕСПЛАТНО** принять участие в конкурсе «100 лучших маркетинговых решений казанского нбизнеса — практика региональной элиты». Скажите , это письмо попало к вам на глаза ?

-МММ ...Нет ...

-Я кратко напомню его суть ...бла-бла-бла... Иван Иванович, я бы хотела подъехать, чтобы рассказать вам о том, как принять участие в конкурсе и какие выгоды это вам принесет.



adconsult

рекламный консалтинг



ПРИМЕР СКРИПТА

Иван Иванович, меня зовут Маша Иванова, руководитель группы аналитиков.

(пауза)

Дело в том, что руководство нашей компании приняло решение в честь 10-летия компании сделать подарок нашим главным партнерам. Иными словами, у меня есть для вас подарок. Это действительно очень хороший и неожиданный подарок и я хочу его привезти лично. Хорошо?

(пауза)

Например, завтра в четыре, договорились?...



adconsult

рекламный консалтинг



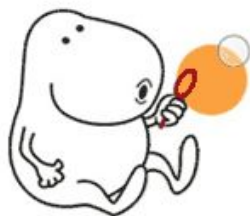
ПОЧЕМУ ОН МОЖЕТ СКАЗАТЬ «НЕТ»?

- Не верит
- Не видит ценности
- «А вам-то зачем?...»
- «Я все знаю про бесплатный сыр»
- Просто не понял и не въехал
- ... что еще?

ЧТО ЖЕ С ЭТИМ ДЕЛАТЬ?

Единый ответ на любое возражение:

1. «Это нормально, ты молодец».
2. «Вот почему».
3. «Давайте все-таки завтра в три».



adconsult

рекламный консалтинг



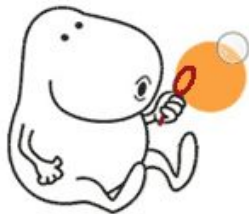
ЗАДАНИЕ

Пожалуйста, ПРЯМО СЕЙЧАС,
напишит скрипт назначения встречи
для ваших продавцов.

Лучше несколько. Лучше новых.

Или — формализуйте в
КОНКРЕТНЫХ словах то, о чем мы
сейчас говорили.

Хорошо?



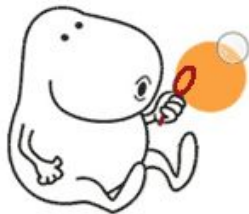
adconsult

рекламный консалтинг



ПИСЬМА

- Уже поговорили о начале и конце — а что же вставить в середину?
- Обязательные составляющие хорошего письма:
 - структурность
 - последовательность
 - свободные фразы
 - диалоги и риторические вопросы
 - ЗАГОТОВКИ!!!



adconsult

рекламный консалтинг



ЗАГОТОВКИ

ТОРЖЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКТ
НЕЗАМЕНИМОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ СОЧИНЕНИЯ ЮБИЛЕЙНЫХ СТАТЕЙ,
ТАБЕЛЬНЫХ ФЕЛЬЕТОНОВ, А ТАКЖЕ ПАРАДНЫХ СТИХОТВОРЕНИЙ. ОД И
ТРОПАРЕЙ

Раздел I. Словарь

Существительные

1. Клики 11. Час
2. Трудящиеся 12. Враг
3. Заря 13. Поступь
4. Жизнь 14. Вал
5. Маяк 15. Пески
6. Ошибки 16. Скок
7. Стяг (флаг) 17. Конь
8. Ваал 18. Сердце
9. Молох 19. Прошлое
10. Прислужник

adconsult

рекламный консалтинг



ЗАГОТОВКИ

Прилагательные

1. Империалистический
2. Капиталистический
3. Исторический
4. Последний
5. Индустриальный
6. Стальной
7. Железный

Глаголы

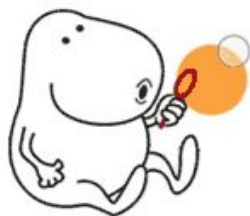
1. Пылить
2. Взметать (ся)
3. Выявлять
4. Рдеть
5. Взвивать (ся)
6. Вершить (ся)
7. Петь
8. Клеветать
9. Скрежетать
10. Грозить

Художеств. эпитеты

1. Злобный
2. Зубовный

Прочие части речи

1. Девятый
2. Двенадцатый
3. Пусть!
4. Пускай!
5. Вперед!



adconsult

рекламный консалтинг



ЗАГОТОВКИ

Раздел II. Творческая часть (Составляется исключительно из слов раздела 1-го)

1. ПЕРЕДОВАЯ СТАТЬЯ

Девятый вал

Восточная Магистраль -- это железный конь, который, взметая стальным скоком пески прошлого, вершит поступь истории, выявляя очередной зубовой скрежет клевещущего врага, на которого уже взматается девятый вал, грозящий двенадцатым часом, последним часом для прислужников империалистического Молоха, этого капиталистического Ваала, но, невзирая на ошибки, пусть рдеют, а равно и взвиваются стяги у маяка индустриализации, пылающего под клики трудящихся, коими под пение сердец выявляется заря новой жизни: вперед!



adconsult

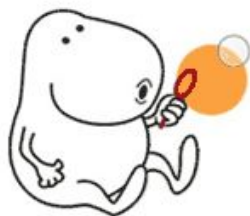
рекламный консалтинг



ЗАГОТОВКИ

Азиатский орнамент

1. УРЮК (абрикосы)
2. АРЫК (канал)
3. ИШАК (осел)
4. ПЛОВ (пища)
5. БАЙ (нехороший человек)
6. БАСМАЧ (нехороший человек)
7. ШАКАЛ (животное)
8. КИШЛАК (деревня)
9. ПИАЛА (чашка)
10. МЕДРЕСЕ (духовное училище)
11. ИЧИГИ (обувь)
12. ШАЙТАН (черт)
13. АРБА (телега)
14. ШАЙТАН-АРБА (Средне-Азиатская ж. д.)
15. ТВОЯ-МОЯ НЕ ПОНИМАЙ \
16. МАЛА-МАЛА / выражения

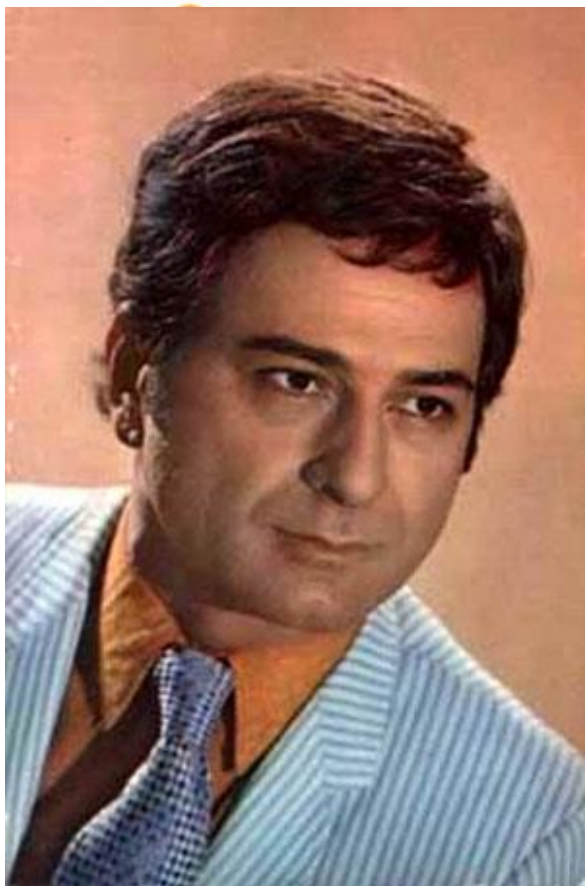


adconsult

рекламный консалтинг



ЗАГОТОВКИ ADCONSULT



ТОРЖЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКТ

Незаменимое пособие для сочинения клиентских писем, коммерческих предложений, описаний программ, отчетов о семинарах, а также речевых скриптов и сценариев телефонных переговоров.

Посвящается О. Бендеру.

Раздел 1. Выражения

- это правда важно
- это действительно важно
- обычно инвестиции наших партнеров в развитие профессионализма своих продавцов составляют

Раздел 2. Структуры

- Ольга, добрый день! У меня для вас есть две новости — и обе хорошие.
- Максим, здравствуйте. Три вещи хотел обговорить. Во-первых..., во-вторых..., в-третьих...

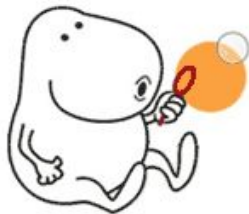
adconsult

рекламный консалтинг



ПИСЬМА

- Два способа продать/убедить:
 - шантаж и подкуп
 - кнут и пряник
 - боль и удовольствие
- Цепочка действий:
 - проблема
 - обещание
 - доказательство
 - цена



adconsult

рекламный консалтинг



1. ПРОБЛЕМА

- «Урезали рекламный бюджет?»»
- «Гостиница пустует по выходным?»»
- «Нужно срочно распродать остатки на складе?»»
- «Продажи после кризиса растут медленнее, чем у других?»»



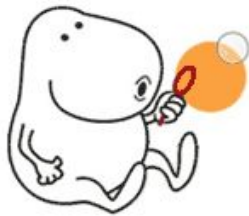
adconsult

рекламный консалтинг



2. ОБЕЩАНИЕ

- Новая принцип медиапланирования позволяет увеличить охват на 20% при том же бюджете.
- Яркий модуль на обложке увидят 40 000 жителей и гостей города
- Новый пакет «Распродажа на 100%» позволит быстро увеличить посещаемость магазина.



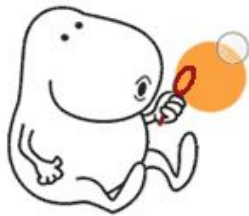
adconsult

рекламный консалтинг



3. ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

- **79 компаний из ТОП-100 российских брендов выбирают рекламу на РБК**
- **Медиаплан будет разработан в течение часа — или вы будете получать дополнительную скидку в 1% за каждый час просрочки.**
- **Список клиентов, отзывы**



adconsult

рекламный консалтинг



4. ЦЕНА

- Обычная цена без пакетной скидки — 112 678 рублей. Но в течение этой недели ваши инвестиции составят лишь 89 тысяч.
- Пожалуйста, позвоните мне сегодня и мы обсудим все детали и нюансы этого решения.



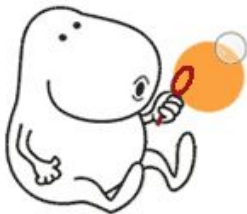
adconsult

рекламный консалтинг



ПРИНЦИП «ПРИВИВКИ»

- Как минимизировать риски рекламы на транспорте?
- 10 распространенных мифов о рекламе в сити-гиде.
- «Почему в нашем магазине так мало продавцов?»
- «Почему мы просим вас собирать мебель сами?»

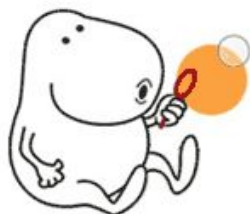


adconsult

рекламный консалтинг



В магазине ИКЕА все готово к тому, чтобы вы могли совершать покупки самостоятельно



Нужна помощь?

Совершая покупки в магазине ИКЕА, вы можете сэкономить, если решите взять часть работы на себя: например, сами отвезете или соберете товары. Вы также можете воспользоваться нашими услугами – за разумную плату.



Доставка

Наши товары продаются в плоских упаковках, поэтому вы легко сможете отвезти покупки домой самостоятельно. Это позволит вам сэкономить – ведь в цену наших товаров не включена стоимость доставки. Если же у вас нет возможности или желания отвезти покупки на своем транспорте, за умеренную плату мы поможем организовать их доставку. Стоимость услуги будет варьироваться в зависимости от того, закажете ли вы доставку только до подъезда вашего дома или непосредственно в квартиру. Подробнее об условиях доставки можно узнать в магазине и на сайте www.IKEA.ru



Сборка и установка

В зависимости от того, какой объем помощи вам нужен, ИКЕА предлагает разные виды услуг: от самой простой сборки до полной установки всей мебели и подключения охраняемой техники. Подробнее об этих услугах и расценки на них можно узнать в магазине или в разделе «ИКЕА Сервис» на сайте www.IKEA.ru



Ваш личный консультант

Наш консультант выслушает ваши пожелания и порекомендует товары, которые лучше всего подойдут для вашего дома, сделают его стильным и функциональным. Он поможет сориентироваться в ассортименте и подобрать хорошо сочетающиеся предметы мебели и аксессуары. Чтобы попасть на встречу с консультантом можно заполнить анкету в магазине.



adco
рекла



10 полезных советов

Как сделать посещение магазина максимально эффективным? Следуйте нашим советам!



1 Завтрак за 49.-

Начните день с нового завтрака по хорошей цене. Предложения ресторана можно посмотреть на www.IKEA.ru



2

Синяя сумка

Купите прочную и долговечную сумку, в которой удобно нести мелкие товары. Эта сумка еще не раз пригодится вам в повседневной жизни.

3 Подготовка в Интернете

Все наши товары, идеи, руководства по покупке и программы для проектирования интерьеров есть на нашем сайте www.IKEA.ru – здесь вы сможете как следует подготовиться к посещению магазина.

4

Идеальный подарок, если не знаешь, что подарить

Не можете определиться с подарком? Универсальное решение – подарочная карта IKEA! Вы зачисляете на карту деньги, а ваши близкие сами выбирают себе подарки среди сотен наших товаров и расплачиваются ею на кассе.



5 Способы оплаты

Оплачивайте покупки наличными, кредитными картами MasterCard, VISA и Maestro, наличием паспoрta или подарочными картами IKEA



6 Тележка – там, где она нужна

В первой части магазина, где представлены интерьеры, тележка вам не понадобится. Ее лучше взять в отделе Товары для дома, где продаются мелкие предметы домашнего обихода.



7

Новинки

Магазин IKEA постоянно пополняется новинками – приезжайте к нам почаще! Чтобы быть в курсе обновлений ассортимента, заходите на сайт www.IKEA.ru

8

Короткий путь

Вы точно знаете, где находится нужный товар? С помощью Указателей найдите к нему короткий путь.

9 Услуги доставки и сборки товаров

Наши товары продаются в плоской упаковке. Благодаря этому мы можем делать цены доступными, а вы – отвозить покупки данной самостоятельно. Однако, если вам нужна помощь, воспользуйтесь нашими услугами доставки и сборки. Подробнее – на с. 368.

9

Игровые зоны в разных отделах

У нас всегда найдется чем занять детей – чтобы вы могли заниматься шопингом!



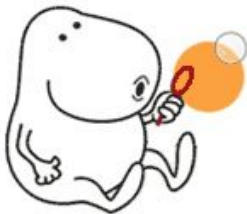
adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

- Внимание-интерес-желание-действие.
- Поэтому заголовок письма продавца рекламы должен зацепить сразу.
- Обычно у нас есть на это лишь 5-6 слов, не больше...



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

• EyesOnSales	Sushi Chefs & Salespeople	8:02
• Номер 8-800	Подключите номер 8800-XXX-XXXX - пус...	8:02
• Мария Марченкова	дела квартирные	8:02
• Школяр Евгений	Re: Предложение сохранить традицию (...)	8:02
• pogreply@hh.ru	Новый отклик на вакансию Менеджер ...	8:02
• EyesOnSales	The 8 Buyer Personas (and How to Sell to ...	27 янв 2011, 22:52
• Lot 651	Вниманию компаний-участников конку...	27 янв 2011, 19:57
• Аслан Батырбеков (ADCONSULT)	Презени для гипнотических текстов	27 янв 2011, 19:57
• Светлана Докучаева (ADCONSULT)	Волгоград, 30-31 января	27 янв 2011, 19:32
• Сергей	Заявка на ПРАКТИЧЕСКУЮ ДЕМОНСТРАЦ...	27 янв 2011, 19:32
• ePochta.ru	Новый дизайн ePochta	27 янв 2011, 19:32
• Константин Белоусов	Рома! ТРЕТЬЯ часть курса - "Как с Помощь...	27 янв 2011, 19:26



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

1. Обращение по имени:

«Вадим, письмо от Ромы
Пивоварова»

«Для Вадима Петрова»

2. Просто яркое слово

«Наконец-то!»

«Внимание!»

«Новинка!»



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

3. Пообещайте что-то сразу:

«Медиаплан за 1 час!»

«Два ролика по цене 1»

«Баннер на главной — без очереди!»

4. Подать информацию как новость:

«Найден новый способ
эффективной рекламы!»



adconsult

рекламный консалтинг



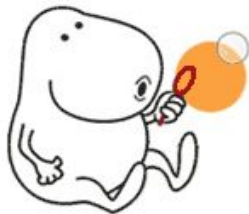
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

5. Предложить что-то бесплатно:

«Консультация маркетолога — в подарок»

«Полный каталог примеров рекламы пластиково-оконных компаний из других городов России — бесплатно для вас!»

«Бесплатно — книга от ADCONSULT «Как продавать рекламу?»»»



adconsult

рекламный консалтинг

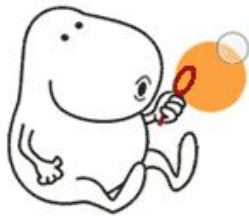


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

6. Интригующий вопрос:

«Почему у одних операторов такси в Казани реклама работает, а у других — не очень?»»

«Как производителю молока влюбить в себя сетевых дистрибьютеров?»»



adconsult

рекламный консалтинг

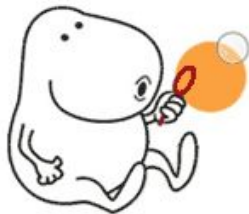


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

7. Начните с отзыва

«Мне хватило всего 3 цита, грамотной адресной программы маркетолога и таланта креативного директора «News Outdoor Самара», чтобы обо мне узнал в буквальном смысле весь город»

(Василий Петров, владелец «СамарШина»)



adconsult

рекламный консалтинг

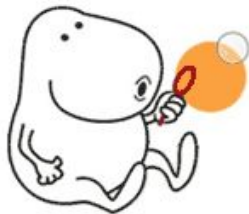


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

7. Начните с отзыва

«Мне хватило всего 3 цита, грамотной адресной программы маркетолога и таланта креативного директора «News Outdoor Самара», чтобы обо мне узнал в буквальном смысле весь город»

(Василий Петров, владелец «СамарШина»)



adconsult

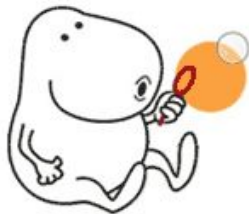
рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

8. Как сделать?

«Как рассказать покупателям электроинструмента о распродаже и заплатить при этом меньше 20 копеек за каждого?»»



adconsult

рекламный консалтинг

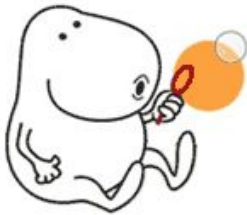


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

9. Вопросы на засыпку.

«Вы уверены, что ваше рекламное агентство делает все правильно?»

«Вы уверены, что получаете лучшую цену на рекламу?»



adconsult

рекламный консалтинг



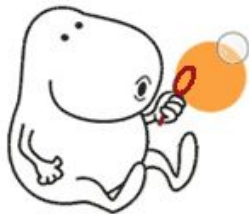
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

10. Вопросы-почему

«Почему наша реклама стоит дороже других?»

«Почему 29 топ-клиентов города выбирают Антенну-Телесемь?»

«Что ищут каждую неделю 120 000 активных покупателей?»



adconsult

рекламный консалтинг

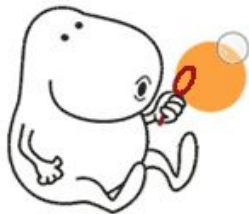


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

11. Пишите от «я»

«Я наконец-то узнала, какая реклама действительно работает!»

«Я могу назвать вам три причины, почему ведущие производители товаров для мужчин выбирают наши журналы»



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

12. Ваше название в заголовок.

«Какие гарантии дает GAMELAND своим клиентам?»

13. «Требуются»

«Требуются маркетологи, готовы получать отличную отдачу от рекламы»

«Требуются директора, умеющие экономить свои бюджеты»



adconsult

рекламный консалтинг



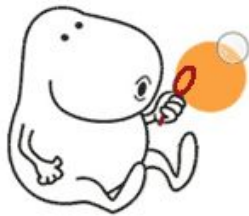
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

14. Революционная
феноменальность.

«Революционный пакет из 7
радиостанций»

«Революционные условия на
баннеры и внутренние статьи»

«Феноменальная система
продвижения»



adconsult

рекламный консалтинг

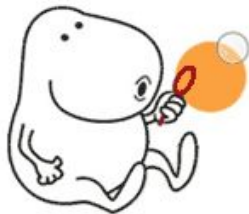


25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

15. СТРОЧНЫЕ БУКВЫ.

ЗАГОЛОВКИ, НАПИСАННЫЕ ТОЛЬКО
ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ, ТРУДНО
ЧИТАТЬ.

Если в ЗАГОЛОВКЕ используются
как ПРОПИСНЫЕ, так строчные
буквы, он ЛЕГКО ЧИТАЕТСЯ.



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

16. Одно слово.

«Работает.»

«До воскресенья.»

«Единственное»

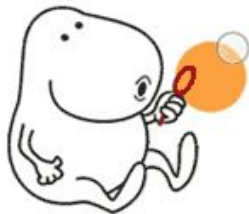
«Двойной тираж»

17. Акции в магазине

«6+6»

«-20% до 1 февраля»

«Подарим радиостанцию»



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

18. Кто еще?

«Кто еще хочет купить 3 полосы с революционной скидкой?»

19. Гарантия

«Гарантия: 3 штрафных выхода бесплатно».

«Гарантия: медиаплан за час»



adconsult

рекламный консалтинг



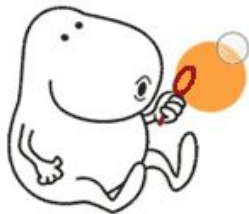
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

20. Недостатки:

«Мы занимаем вторую позицию в рейтингах. Поэтому мы работаем усерднее и больше».

21. Конечный результат:

«Эффективная распродажа за 10 дней».
«400 000 глаз за 2 недели»
«Сэкономьте 30% до 1 марта».



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

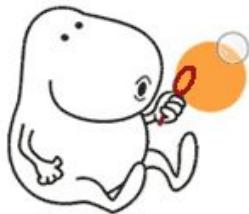
22. Осторожно!

«ОСТОРОЖНО! Осталось всего 2 специальных пакета»

«ОСТОРОЖНО! Не переплачивайте!»

«ОСТОРОДНО! Не разбрасывайтесь по мелочам!»

«ОСТОРОЖНО! Сберегите свой маркетинговый бюджет».



adconsult

рекламный консалтинг



25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

23. Быстро.

«Быстрый эффект»

«Мгновенный результат: ваша
реклама начинает работать уже с
завтрашнего дня»



adconsult

рекламный консалтинг



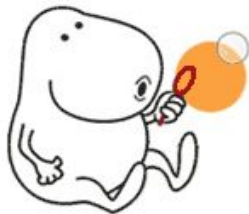
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

24. Скрытые преимущества

«Как заслужить уважение и внимание коллег-маркетологов?»»

«Как менеджеру по рекламе получить благодарность от генерального директора?»»

«Как БЕСПЛАТНО слетать на отдых в Турцию?»»



adconsult

рекламный консалтинг



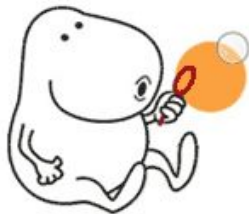
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

25. Укажите причины

«12 причин, почему стоит позвонить мне, Маше Ивановой»

«6 причин, почему автодилеры Омска выбирают Сибирскую медиа группу»

«7 причин, почему казанские маркетологи предпочитают работать с ИД «СИТИ-ПРЕСС»»



adconsult

рекламный консалтинг



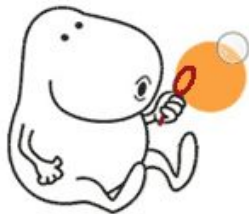
25 ЭФФЕКТИВНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

26. До и После

«Правильные и неправильные
стратегии рекламы»

«Смертельные ошибки маркетолога и
как их избежать»

«Неэффективная реклама и как ее
исправить?»



adconsult

рекламный консалтинг



«ЗАГОЛОВКИ-САМОУБИЙЦЫ»

- «Коммерческое предложение»
- «Предложение от РА «...»»
- «Приглашение к сотрудничеству»
- «Реклама недорого»
- «Качественная реклама»
- «Выгодная реклама»

- И Т.Д.



adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИЯ ОДНОЙ ПЕРЕПИСКИ...

От: Светлана Губанова <sguva@mail.ru>

Кому: pivovarov@adconsult.ru

Тема: Коммерческое предложение от журнала "Галереи путешествий" для Романа



1_80.pdf
~8,57 M6



Журнал
Галерея Пу...

Добрый день, Роман!

Хочу предложить вам сотрудничество по размещению рекламной информации о ваших предложениях предназначенных для руководителей предприятий и фирм нашего региона в глянценом журнале "Галерея Путешествий".

Коротко о издании.

Единственный в Челябинске глянцеый журнал, который распространяется в аэропорту: стойки в зале регистрации, накопителях международного и внутреннего сектора, зале прилета и ожидания багажа, зале официальных лиц и делегаций, в городском офисе аэропорта, выкладывается в салонах самолета, а так же офисы компаний города Челябинска.

Предложение уникально:

В Мегалополисе время бежит быстро и многое заслуживающее внимания ускользает. Эффективность рекламы, размещенной в "Галерее путешествий" очень высока - читатели журнала во время ожидания своего рейса, а так же многочасовых перелетов в салоне самолета имеют возможность очень подробно ознакомиться с содержанием издания.

Целевая аудитория журнала - мужчины и женщины с достатком выше среднего, ведущие активный образ жизни, открытые для сотрудничества, имеющие время и возможность рассмотреть ваши предложения.

Вашу рекламу увидят десятки тысяч людей, которые совершают перелеты, встречают и провожают - это не только жители Челябинска, но и гости нашего города.

Все они потенциальные потребители товаров и услуг, ваши партнёры по бизнесу.

Жду ваших сообщений.

С уважением,
коммерческий директор
журнала "Галерея Путешествий"
Светлана Губанова
м.т. 8-908-57-191-82
e-mail:sguva@mail.ru

adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИЯ ОДНОЙ ПЕРЕПИСКИ...

От: Роман Пивоваров (ADCONSULT) <pivovarov@adconsult.ru>

Кому: Светлана Губанова <sguva@mail.ru>

Тема: Re: Коммерческое предложение от журнала "Галереи путешествий" для Романа

4 ноября 2009 г., 15:38 (МСК)

Здравствуйте, Светлана!

Получил ваше письмо. Скажите, пожалуйста, каким образом размещение рекламы в "Галереи путешествий" будет выгодно именно для моей компании?

С теплотой,
Роман Пивоваров

ADCONSULT
www.adconsult.ru

email: pivovarov@adconsult.ru
tel: +7 903 219 8160

adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИЯ ОДНОЙ ПЕРЕПИСКИ...

От: Светлана Губанова <sguva@mail.ru>

Кому: pivovarov@adconsult.ru

Тема: Комментарий к предложению от журнала "Галерея путешествий"

Добрый день, Роман!

Повторюсь ещё раз!

Что касательно аудитории, то это—мужчины и женщины с достатком выше среднего, ведущие активный образ жизни, открытые для сотрудничества, имеющие время и возможность рассмотреть ваши предложения. Т.к. во время ожидания полёта и во время его они ограничены в своих "возможностях". Добавлю так же, что за частую это руководители предприятий или руководители среднего звена в своём бизнесе.

Благодаря, месту распространения, а это — в аэропорту: стойки в зале регистрации, накопителях международного и внутреннего сектора, зале прилета и ожидания багажа, зале официальных лиц и делегаций, выкладывается в салонах самолёта; городе:

адресная рассылка по офисам компаний города Челябинска.

Есть возможность сделать рубрику под вас.

Мы готовы рассмотреть ваши пожелания по сотрудничеству.

adconsult

рекламный консалтинг

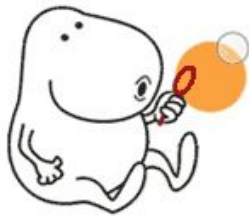


ЛУЧШИЙ СПОСОБ НАУЧИТЬСЯ ПИСАТЬ ГИПНОТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ...

Это просто их тырить и
переписывать... 😊

Подражать, адаптировать,
рерайтить.

Потом начнете писать свои.



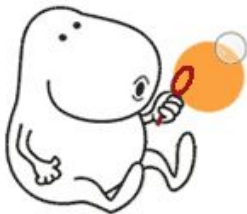
adconsult

рекламный консалтинг



ЗАДАНИЕ

- Возьмите за образец письма, которые анализировали вчера, и напишите письмо-предложение новому клиенту.
- Предложение новое, клиент новый, менеджер тоже новый. :)
- Если не все письмо, то хотя бы эскиз.



adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №4.

ТКАНИ. ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

adconsult

рекламный консалтинг



ФОРМАТ: ШРИФТЫ

- Вопросы не в эстетике или дизайне. Вопрос в том сообщении, который мы транслируем. И в цене.

Добрый день, Сергей!

Добрый день, Сергей!

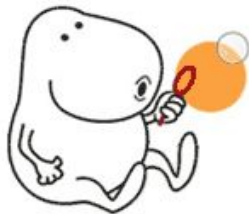
Добрый день, Сергей!

Добрый день, Сергей!

Добрый день, Сергей!

Добрый день, Сергей!

Добрый день, Сергей!



adconsult

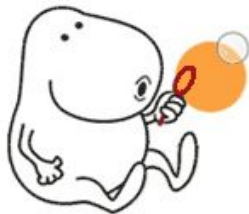
рекламный консалтинг



ФОРМАТ: ШРИФТЫ

Короткие рекомендации:

- Не экспериментируйте особо.
- Есть корпоративный стандарт — используйте его. Нет — обычные «деловые» шрифты. Лучше без засечек.
- Избегайте «бухгалтерского образа» вашего письма и предложения.
- Не «пляшите» с размерами и разными вариантами.
- «Доверьтесь профи».



adconsult

рекламный консалтинг



ДИЗАЙН ПАКЕТОВ

fmMedia

ГРУППА ПАКЕТОВ «СТАНДАРТ»

ОЧЕНЬ
ИНТЕНСИВНАЯ
РЕКЛАМНАЯ
КАМПАНИЯ

ИНТЕСИВ
АУДИТОРНЫЙ **50**

100%-ый прайм!
Интенсивная рекламная
кампания на конкретную
целевую аудиторию!

ПАКЕТ ДЛЯ РЕШЕНИЯ
СЛЕДУЮЩИХ ЗАДАЧ:

АУДИТ, РАСТРОЙКА, ОПТИМИЗАЦИЯ ПОДСКАЗКИ
ПОДСКАЗКИ ЭКОНОМИИ БЮДЖЕТА
КАНИКУЛЬНЫЕ СПРАВОЧНИКИ ИЛИ ВЫХОДНЫЕ
РЕГУЛЯРНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ В ЭФИРЕ СИМВОЛ
ПОДДЕРЖИВАЮЩАЯ КАМПАНИЯ ВХОДА В ЭФИР, ВНЕ ЭФИРА
НАДВИЖИВАЕТ С КОМПАНИЯМИ

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ПОДРОБНОСТИ ПАКЕТА:

- > 7 дней
- > 30 прокатов
- > 7-8 прокатов в день
- > 10-секундный ролик
- > аррен выгода: только прайм!
- > титральный: по выбору аудитории и
устройств компании, в прайм

ВАРИАНТЫ ВЫБОРА АУДИТОРИИ

«НООБРОДЫ 12-01»	«ЛЕВАНДЫ 12-01»	«НООБРОДЫ 14-02»	«СВЯТЫ 12-01»
Детский ЦТ в выходные, 6 часов или ЦТ, 6 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов или 7 часов на МР-ТВ, 7 часов	Детский ЦТ, 6 часов на МР-ТВ, 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов	Детский ЦТ, 6 часов на МР-ТВ, 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов	6 часов на ЦТ, 6 часов на МР- ТВ, 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов или 6 часов на МР-ТВ, 6 часов

49900.—

ЦЕНА БЕЗ
ПАКЕТНОЙ
СКИДКИ
БЫЛА ВЫ... **57890**
рублей



fmMedia

ГРУППА ПАКЕТОВ «ЭКОНОМ»

НЕБОЛЬШАЯ
РЕКЛАМНАЯ
КАМПАНИЯ
БЕГУЩЕЙ
СТРОКОЙ

БЕГУЩАЯ
СТРОКА **110**

РЕКОМЕНДАЦИЯ
КОМПАНИИ

- Использовать для:
- ✓ набора персонала
 - ✓ информирования о
новом адресе
 - ✓ публикации
объявлений
 - ✓ частных объявлений

Самый дешевый способ
подать объявление по
телевидению

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ПОДРОБНОСТИ ПАКЕТА:

- > всего 110 прокатов
- > строки до 15 слов
- > аррен выгода: по устройству
компания
- > титральный: любой по вашему
выбору
- > 3 варианта размещения

ВАРИАНТЫ РАЗМЕЩЕНИЯ

	«ИНТЕСИВ»	«СТАНДАРТ»	«ЭКОНОМ»
длительность	7	14	30
показы в день	1,5 или 1,8	7 или 8	3 или 4

9900.—

ЦЕНА БЕЗ
ПАКЕТНОЙ
СКИДКИ
БЫЛА ВЫ... **12010**
рублей



adconsult

рекламный консалтинг



УСТАЛИ ОТ ЖАРЫ?

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ
КЛИМАТ-ЦЕНТРОВ, САЛОНОВ КОНДИЦИОНЕРОВ,
МОНТАЖНЫХ ФИРМ

И ДРУГИХ КОМПАНИЙ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА
КОНДИЦИОНИРОВАНИИ И ВЕНТИЛЯЦИИ

*«Человек покупает только тогда,
когда явно осознает необходимость
покупки, когда обстоятельства
заставляют его это сделать»*

— Джон Кэмпбелл, гуру рекламы

ВАША РЕКЛАМА
ДОЛЖНА ЗВУЧАТЬ
**ТОЛЬКО В
САМУЮ
ЖАРУ!**

УНИКАЛЬНЫЙ ВЫГОДНЫЙ ФОРМАТ:

- Реклама ТОЛЬКО В ЖАРКИЕ ДНИ (температура от +25 и выше)
- Реклама ТОЛЬКО В САМОЕ ЖАРКОЕ ВРЕМЯ ДНЯ (с 11:00 до 16:00)



*Вы платите **ТОЛЬКО** за тех, кому **СЕЙЧАС ЖАРКО**,
и кто **ГОТОВ** к мысли о покупке кондиционера*

ВАРИАНТ «ГОРОД»	ВАРИАНТ «ДВОЙНОЙ ГОРОД»	ВАРИАНТ «ГОРОД + ОБЛАСТЬ»
<ul style="list-style-type: none">• 0,0027 рубля за контакт• 1,2 млн человек охвата• ~1 200 000 контактов	<ul style="list-style-type: none">• 0,0018 рубля за контакт• 1,2 млн человек охвата• ~2 400 000 контактов	<ul style="list-style-type: none">• 0,0009 рубля за контакт• 2,6 млн человек охвата• ~4 800 000 контактов
<ul style="list-style-type: none">• 2 станция (PP или AP)• 2x20 прокатов, 2x4 в день• с 1 по 15 июля• ТОЛЬКО В ЖАРКИЕ ДНИ И В ЖАРКОЕ ВРЕМЯ!!	<ul style="list-style-type: none">• 2 станция (PP + AP)• 2x20 прокатов, 2x4 в день• с 1 по 15 июля• ТОЛЬКО В ЖАРКИЕ ДНИ И В ЖАРКОЕ ВРЕМЯ!!	<ul style="list-style-type: none">• 2 станция (PP, AP, HE)• 2x20 прокатов, 2x4 в день• с 1 по 15 июля• ТОЛЬКО В ЖАРКИЕ ДНИ И В ЖАРКОЕ ВРЕМЯ!!
29900.— <small>включая НДС 20 000.—</small>	39900.— <small>включая НДС 30 000.—</small>	49900.— <small>включая НДС 35 270.—</small>

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ
КЛИМАТ-ЦЕНТРОВ, САЛОНОВ КОНДИЦИОНЕРОВ,
МОНТАЖНЫХ ФИРМ

И ДРУГИХ КОМПАНИЙ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА
КОНДИЦИОНИРОВАНИИ И ВЕНТИЛЯЦИИ

УНИКАЛЬНЫЙ ВЫГОДНЫЙ ФОРМАТ:

- Реклама ТОЛЬКО В ЖАРКИЕ ДНИ (температура от +25 и выше)
- Реклама ТОЛЬКО В САМОЕ ЖАРКОЕ ВРЕМЯ ДНЯ (с 11:00 до 16:00)

adconsult

рекламный консалтинг





исьмо.html
6 Кб



ip_image...
~230 байт



нформа...
исьмо.do...

Уважаемые коллеги, партнеры, друзья!

Редакция журнала «ТУЛЬСКАЯ ВИТРИНА» информирует Вас о нижеследующем.
Начиная с февраля 2010 года, наше издание будет выходить два раза в месяц!

Совокупный тираж за месяц составит более 40 000 экземпляров!
На данный момент это самый большой тираж среди всех ежемесячных изданий Тулы.

Мы хотим поблагодарить всех друзей и партнеров, без которых было бы невозможным динамичное развитие нашего бизнеса!

Мы рады делать журнал вместе с вами!

Надеемся, что и дальнейшее наше сотрудничество будет стабильным и успешным!

Суважением,
Анна Афоничева
коммерческий директор
журнала «ТУЛЬСКАЯ ВИТРИНА»

тсб 8-910-580-00-06

HTML clip_image001.gif

adconsult

рекламный консалтинг



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ для Тульского ОСБ Сбербанка РФ

Что именно Вы получаете?



1

Ваша отдельная эксклюзивная рубрика
Ваш представитель зачитывает
финансовые и экономические новости
(Федеральные / тульские)



2

Гость в студии
Ваш представитель приходит к нам в
студию в качестве эксперта



3

Ваша бегущая строка внизу экрана
Дозированная информация о Вас

Пожалуйста, укажите,
подробнее (стр. 2)

1



ПРАЙС-ЛИСТ

(25000)
 стоимость одной потенциально в течение этой недели могут увидеть вашу рекламу 1*

УТВЕРЖДЕНО
 Директор (т.п. редактор)
 И.С. Рыжова

Частые объявления
 Цена за 1 см² 14,5 руб.
 Цена за 1 контакт 0,06 коп.
 Коэффициент охвата: 100%

Первая полоса
 Цена за 1 см² 50 руб.
 Цена за 1 контакт 0,2 коп.
 Коэффициент охвата: 200%



ТВ-программа
 Цена за 1 см² 40 руб.
 Цена за 1 контакт 0,16 коп.
 Коэффициент охвата: 150%

Ваша статья в газете
 Цена за 1 см² 30 руб.
 Цена за 1 контакт 0,12 коп.
 Коэффициент охвата: 140%

Коммерческие объявления
 Цена за 1 см² 23 руб.
 Цена за 1 контакт 0,092 коп.
 Коэффициент охвата: 110%

Реклама
 Цена за 1 см² 25 руб.
 Цена за 1 контакт 0,10 коп.
 Коэффициент охвата: 120%

Объявления о вакансиях
 Цена за 1 см² 23 руб.
 Цена за 1 контакт 0,09 коп.
 Коэффициент охвата: 110%

* потенциальная парковка + вторичная аудитория издания
 — стоимость цены за 1 см² к количеству потенциально читателей
 — то, насколько эффективно читатели просматривают эти страницы

Редакция указана без учета НДС (основание ст. 149 НК РФ), действительна с 1 февраля 2009 г.

УЗНАЙТЕ, КАК СДЕЛАТЬ ВАШУ РЕКЛАМУ ЭФФЕКТИВНЕЙ!

с. 2

1

КАК СДЕЛАТЬ ВАШУ РЕКЛАМУ В ГАЗЕТЕ ЭФФЕКТИВНЕЙ ?

$$\left(\text{Эффективность рекламы} = \frac{\text{Рекламный эффект}}{\text{Стоимость размещения}} \right)$$

Как повысить рекламный эффект?



Печать на цветной полосе
 Всего 30 % к цене прайса и до + 60 % к эффективности модуля



Выбор полосы / места на полосе
 Всего 30 % к цене прайса и до + 60 % к эффективности модуля



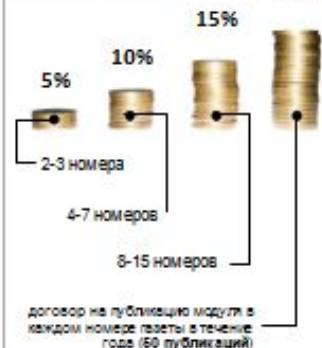
Инверсный текст
 Всего 30 % к цене прайса и до + 60 % к эффективности модуля

Информация в текущий номер принимается до 12:00 понедельника
 Срочность: +30%. Бартер +15%

Как снизить стоимость рекламы?

Проплтите несколько публикаций вперед. Вот как вы можете сэкономить при размещении нескольких номеров.

Размер вашей выгоды: 20%



Абсолютно бесплатно для вас: РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО МОДУЛЯ

Пожалуйста, свяжитесь с нами любым доступным способом, и мы ответим на все Ваши вопросы. Вот наши координаты:

ИП Рыжова И.С. ИНН 233002492895, р/сч 4080281040300100322 в Юго-Западный Банк СБ РФ в Ростов-на-Дону, к/сч 3010181080300000000002, БИК: 048018032. Адрес: 352003, Краснодарский край, Динской район, ст. Динская, Рязанский ул., Краевед. 47; рекламный отдел: ул. Краевед. 77, стр. 10, тел./факс редакции: 5-55162-5-55-65, 66-1-88, тел./факс рекламный отдел: 6-31-44, 5-15-99. E-mail: ruv-obsluzhiva@mail.ru

2



Добро пожаловать!

спецакция !!!



Каждому новому клиенту,
размещающему больше 3-х
объявлений подряд –
приветственная скидка
25%*

* Предложение актуально только для
новых клиентов.

adconsult

рекламный консалтинг

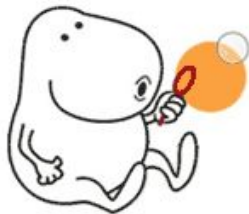


ФОРМАТ: ЕЩЕ ПАРА СОВЕТОВ

- Если хотите что-либо выделить в своем письме / предложении, пишите важные элементы в рамке.

Вот так. Это бросается в глаза

- Время от времени используйте **ЗАГЛАВНЫЕ БУКВЫ**, чтобы выделить важные моменты текста.
- Делайте письмо все же не слишком длинным.



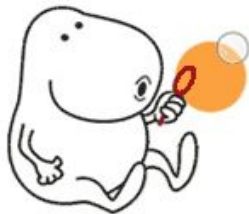
adconsult

рекламный консалтинг



ФОРМАТ: ЕЩЕ ПАРА СОВЕТОВ

- Уберите жир: «вырежьте каждое шестое слово».
- Разбивайте текст на маленькие абзацы — в XXI веке работает только телеграфный стиль (SMS-стиль, facebook-статус-стиль).
- Все же проверяйте орфографию и пунктуацию.
- И наоборот,... намеренно нарушайте орфографию и пунктуацию, чтобы создать атмосферу личного текста



adconsult

рекламный консалтинг



24 января 2011 г., 13:29 МСК

Галина Павловна, добрый день!

Огромное спасибо за вопросы -- это поможет мне подготовиться и сориентироваться.

По поводу аттестационных вопросов -- сейчас запрошу у коллег, надеюсь, на этой неделе получу. Лично у меня нет, но найдем! :)

Скажите, а какие из менеджеров остались, какие уволились? Сколько новых набрано? Какая у них история?

С теплотой,
Роман Пивоваров

Галина Павловна , добрый день ! огромное спасибо за вопросы -- это поможет мне подготовиться и сориентироваться . По поводу аттестационных вопросов -сейчас запрошу у коллег , надеюсь , на этой неделе получу ... Лично у меня нет , но найдем !!! :) Скажите... , а какие из менеджеров остались , какие уволились ?.. Сколько новых набрано ? Какая , у них история..?

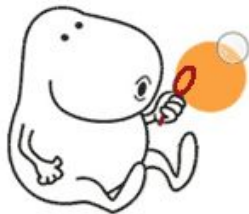
С теплотой , Роман Пивоваров

adconsult

рекламный консалтинг



ДВЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНСАЛТИНГОВОГО ДЕПАРТАМЕНТА ADCONSULT



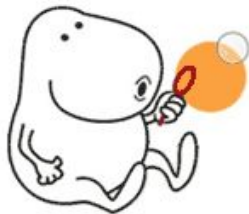
adconsult

рекламный консалтинг



ХОРОШАЯ КЛИЕНТСКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

- 10-15 слайдов
- Не «о вас», а о «почему нужно выбрать вас»
- Структура!! (5 причин, 4 преимущества, 7 обещаний)
- Одинаково хороша и для исполнения, и для отправки, и для распечатки



adconsult

рекламный консалтинг





ЧАСТЬ №5.

МИР. ТЕКСТ ВОКРУГ НАС

adconsult

рекламный консалтинг



ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ МЕНЯЮТ ТРАНСЫ

- Каждый из нас — в своем жизненном транс-потоке.
- Задача текста / скрипта — перехватить клиента, выдернуть из его собственного транса и ввергнуть в наш.
- Три шага, как это делается...



adconsult

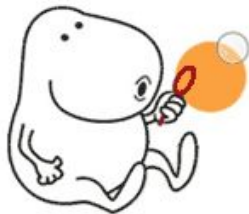
рекламный консалтинг



ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ МЕНЯЮТ ТРАНСЫ

1. Удивление.
2. Соглашение.
3. Расслабление.

Наша задача — отталкиваться от мира нашего клиента, его «здесь и сейчас», его страхов, геморроев, опасений и соблазнов.



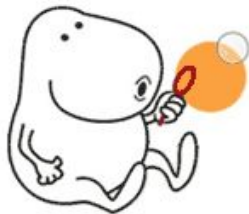
adconsult

рекламный консалтинг



НЕ ТОЛЬКО ТЕХНОЛОГИИ

- С одной стороны, все жутко технологично.
- С другой — все-таки важно, чтобы было с душой.
- Неискренность все же видна.
- Поэтому, увы или к счастью, чтобы писать клиентам гипнотические письма и говорить гипнотические фразы придется их любить.



adconsult

рекламный консалтинг



КАК ДЕЛАЮТСЯ НОВОСТИ?

1. О ужас! (Где-то свергают режим/ кто-то воюет/ что-то взорвалось/ что-то упало);
2. Жизнь станет лучше. (Медведев где-то выступил, потребовал, чтобы народу стало хорошо жить. Сказал: "Это безобразие!" И что проконтролирует);
3. Премьер-хозяйственник. (Премьер встретился с министром/ посетил завод. Обязательно сказал, что "примерно пять с половиной, может пять и семь десятых в этом году");
4. Словом и делом. (Девочке из деревни Вологодской области поменяли разбитое окно, после того, как она обратилась в приёмную Путина);
5. Жизнь прекрасна. (Пенсионер вырезает фигурки из дерева/ в магаданском зоопарке родилась двойня/ дети научили зайца танцевать).

После пятого пункта миллионы россиян вздыхают с облегчением. "А ведь не всё так плохо" — понимают они.



adconsult

рекламный консалтинг

ЭТО ВСЁ. ОГРОМНОЕ СПАСИБО!



adconsult
как продавать рекламу?

Еще сомневаетесь?
Мы даем гарантию.

(495) 220-26-52
info@adconsult.ru

ГЛАВНАЯ О КОМПАНИИ СЕРВИСЫ И ТРЕНИНГИ EVENTS КОНСАЛТИНГ ГАРАНТИИ БИБЛИОТЕКА БЛОГИ БЕСПЛАТНО КУПИТЬ

Почему **ADCONSULT**?

Потому что наша работа **увеличит прибыльность и капитализацию** Вашего рекламного агентства или недонесителя. Мы консультируем региональные и федеральные рекламные агентства по всей стране уже более пяти лет и точно знаем, **как поднять продажи рекламы**.

После тренингов ваши продажи рекламы **будут продавать больше**. Вы получите не абстрактные сведения из учебников и некорректные примеры из жизни традиционных рекламных агентств, а **конкретные методы работы**, которые уже на следующий день принесут результат.

Чем мы **отличаемся** от других?

У нас узкая специализация, мы обучаем и консультируем **только рекламные агентства**. **Наши клиенты** — это ваши коллеги из разных регионов. На вас будут работать, пожалуй, одни из лучших специалистов по продажам рекламы в стране. Единственная цель нашей работы — **это рост ваших продаж рекламы**.

Более того, мы даем **гарантию!**

Мы даем **100%** уверенность в своей работе и поэтому готовы давать **экстремальные гарантии**. Это значит, что, если после тренинга участники оценят его ниже, чем «хорошо», — мы откажемся от гонорара.

БЛИЖАЙШИЙ СЕМИНАР В МОСКВЕ

101
+7

101 прием в приемы, которые увеличат ваши продажи рекламы
Тренинг для звездных продавцов рекламы и не только.

Москва, 16—17 декабря 2010.

[Подробнее!](#)



Лингвистические слова и фразы: как ввести рекламодателя в интеллектуальный транс?

Тренинг для руководителей рекламного бизнеса и лучших продавцов агентств.

Москва, 27—28 января 2011.

[Подробнее!](#)

www.adconsult.ru

belgorokov@adconsult.ru

pivovarov@adconsult.ru

+7 926 224 03 50 (Саша)

+7 903 219 81 60 (Рома)

adconsult

рекламный консалтинг

