

УДК 695.11  
ББК 65.291.34  
И20

**Иванов А.**

И20 Реклама: Игра на эмоциях / Алексей Иванов. — М. : Альпина  
Паблишер, 2016. — 250 с. : ил.

ISBN 978-5-9614-5297-6

Бизнесмены часто недовольны результатами рекламы. В большинстве случаев проблема заключается не в каналах доставки рекламы, а в ее содержании, в том, какие человеческие эмоции она задевает.

Посмотрите на свои рекламные листовки. Проверьте объявления в прессе. Перечитайте статьи на сайте. На какие эмоциональные кнопки клиентов вы нажимаете? Если таковые отсутствуют, если ваша реклама эмоционально «заморожена», то эта книга принесет вам немалую пользу.

На сотнях примеров (из практики b2c- и b2b-рынков) автор разбирает семь наиболее мощных эмоциональных пружин, которые побуждают человека к действиям. Это зависть, любопытство, страх, любовь, жадность, тщеславие и чувство вины.

Если вы построите рекламу, используя хотя бы одну из этих эмоциональных пружин, то ваши объявления, баннеры, веб-сайты, коммерческие предложения станут существенно эффективнее. А представьте, что произойдет, если таких пружин будет две или три?

Книга ориентирована на предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса, рекламистов и маркетологов, заинтересованных в эффективном продвижении товаров и услуг.

УДК 695.11  
ББК 65.291.34

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу [mylib@alpina.ru](mailto:mylib@alpina.ru)*

ISBN 978-5-9614-5297-6

© А.Н. Иванов, 2015  
© ООО «Альпина Паблишер», 2016

# Оглавление

Предисловие

**Опытный рекламист похож на фармацевта..... 15**

**Урри, Урри, где у них кнопка? ..... 19**

Глава 1

**Ловушка вины..... 25**

Муки совести в продажах ..... 30

Секреты, уловки, трюки розничных продавцов..... 31

Зажигаем факел стыда в рекламе..... 36

Как добиться от заказчика  
чувства признательности? ..... 41

Глава 2

**Фобос и Деймос..... 45**

Крысы-великаны живут в Москве ..... 47

Хвостатая армия..... 48

Степень эволюции..... 51

Пожрут сами себя..... 53

Кто кого выживет? ..... 54

Как заставить заядлого курильщика  
бросить курить?..... 55

Боремся с ленью, инерцией и равнодушием..... 58

Страхование страха ..... 66

Как избежать кражи? ..... 71

Как банкиры используют страх в рекламе? ..... 73

Что же делать в нефинансовых отраслях?..... 77

Акции с ограничением по времени ..... 79

Самое рентабельное чувство.....	82
Страх на b2b-рынке .....	85

### Глава 3

<b>Лекарство от скуки.....</b>	<b>93</b>
Главный фактор успеха вашей рекламы .....	99
Губка дорогу не переходила?.....	103
Продаем одно, рекламируем совсем другое .....	105
Открытие американского детектива .....	109
Как попасть в <i>Forbes</i> ? .....	111
Что общего у рекламы с первым свиданием?.....	113
Любопытство творит чудеса.....	115

### Глава 4

<b>Какого цвета ваша зависть?.....</b>	<b>119</b>
Нам позавидуют попутчики.....	122
Зависть — ужасное чувство .....	125
Астрофизик-любитель .....	127
Правило трех «Б».....	129
Круговорот зависти в природе .....	133
Академиков много, нобелевских лауреатов мало...	137
Двигатель творчества и не только... ..	139

### Глава 5

<b>Yellow-blue bus .....</b>	<b>143</b>
Перекрестные продажи в продвижении алмазов ...	147
Как цветы спасли жизнь возлюбленной Маяковского?.....	151
Лучшее средство от головной боли.....	157
Любовь к черному золоту .....	162
Антропоморфизм и сильные чувства .....	165
О недостатках электронной почты.....	170
Самый, самый, самый.....	174

## Глава 6

<b>Самая денежная страсть .....</b>	<b>177</b>
Жадность как инструмент рекламы.....	181
Как заработать на двойниках? .....	192
Обратная сторона жадности .....	193
Как этот подход применить на рынке b2b?.....	195
Иван Павлов и главный хватательный рефлекс ...	200
Серийные наркотики.....	203

## Глава 7

<b>Великая тяга к превосходству .....</b>	<b>209</b>
Еженедельная дискуссия	
двух умных друзей .....	220
Признания не бывает слишком много .....	225
Одобрение родителей .....	229
Невидимая кость, не дающая шее согнуться.....	233

## Совет, которому вы

<b>все равно не последуете .....</b>	<b>239</b>
--------------------------------------	------------

<b>Об авторе.....</b>	<b>243</b>
-----------------------	------------

<b>Список литературы .....</b>	<b>247</b>
--------------------------------	------------