

**И.К. Федотова**

**32 ошибки**  
**в рекламных объявлениях**  
**или почему ваша реклама неэффективна!**

*Практическое руководство  
маркетолога и руководителя*

*3-е издание, стереотипное*

Москва  
Издательство «ФЛИНТА»  
2020

УДК 811.161.1'38(075.8)  
ББК 81.2Рус-5-923  
Ф34

**Федотова И.К.**

32 ошибки в рекламных объявлениях [Электронный ресурс]: практическое руководство маркетолога и руководителя / И.К. Федотова. – 3-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 104 с.

ISBN 978-5-9765-2506-1

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.

УДК 811.161.1'38(075.8)  
ББК 81.2Рус-5-923

ISBN 978-5-9765-2506-1

© Федотова И.К., 2015  
© Издательство «ФЛИНТА», 2015

## Оглавление

От автора. ....	7
1. Не определена цель рекламы. ....	8
2. Не указана деятельность или продаваемый товар. ....	14
3. Отсутствие цепляющего заголовка. ....	19
4. Нечитаемый текст. ....	22
5. Нечитаемый шрифт. ....	27
6. Однотипность, неуникальность, шаблонность. ....	31
7. Нет УТП – уникального торгового предложения. ....	33
8. Отсутствие призыва к действию. ....	37
9. Продажа «в лоб» - непосредственно самого товара/услуги. ....	38
10. Отсутствие картинки. ....	41
11. Фотография или картинка не соответствует продаваемому товару или никак с ним не связана. 46	
12. Указано слишком много контактов. ....	50
13. Не указан номер телефона. ....	53
14. Использование технической информации. ....	55
15. Использование слишком размытой/ непонятной информации. ....	57
16. Слишком много текста. ....	59
17. Емейл в объявлении. ....	62
18. Отсутствует название организации. ....	63
19. Слоганы не соответствующие товару или услуге. ....	64
20. Текст, который подразумевается по умолчанию. ....	66
21. Указаны все возможные скидки, акции и бонусы. ....	67
22. Маленькие скидки или их отсутствие. ....	69
23. Нерабочие контакты. ....	71
24. «Зимой и летом одним цветом». ....	73
25. Шаблонный формат. ....	74
26. Перечисление всех возможных видов услуг или товарных позиций. ....	76
27. Отсутствие гарантий. ....	80
28. Абстрактные выгоды. ....	82
29. Размер рекламного модуля. ....	85
30. Неактуальность рекламного сообщения. ....	88
31. Невежественная реклама. ....	91

32. Отсутствие эмоций. ....	94
Основной критерий .....	96
эффективной рекламной кампании.....	96
Признаки эффективного рекламного объявления: .....	99
ПРАКТИКА.....	101
Заключение. ....	103