




# **КАК СОЗДАТЬ УСПЕШНУЮ «ЛИСТОВКУ»**

***Письменкова Татьяна  
Александровна***

*доцент кафедры ОКММ*

# Основные виды рекламной полиграфической продукции



Буклет

Брошюра

Листовка

Карманный календарь

Квартальный календарь

Настенный календарь

Настольный календарь

Плакат

Каталог

...

# Причины неудач



- плохо работает промоутер
- неправильно выбрано место для распространения
- информационный повод неинтересен
- но, чаще всего, – это **скучный дизайн**

# **Экспресс-формула для рекламной ЛИСТОВКИ**



**Товар**

**+ Целевая аудитория**

**+ Оффер**


**+ Выгоды**

**+ Призыв**

**+ КРУТАЯ КАРТИНКА**



**ЧТО вы продаете???**



*«Мебель для кабинетов...  
кондиционеры...  
кресла... стулья...  
окна... балконы...  
3D-визуализация Вашего будущего  
кабинета»*

*Правило:*

**один носитель = один продукт**

# Что продает эта листовка?

*« (Название) интернет-супермаркет. Широкий ассортимент товаров. Цены как в обычных магазинах. Бесплатная доставка от 200 гривен. (Сайт + телефон)».*



**Продукт**

Эксплицитная ценность

- Как продукт помогает достичь цели?
- Из чего состоит?
- Как выглядит?
- Как применяется?
- Технические характеристики
- Скрытые возможности
- Примеры использования
- Сертификаты, награды, обзоры
- Сравнение с конкурентами
- Дополнительные опции?
- Какими ограничениями обладает продукт?

Имплицитная ценность

- Эмоциональное состояние
  - До покупки
  - После покупки
- Ощущения
  - Форма
  - Размер
  - Запах
  - Звук
  - Вкус
  - Цвет
  - Температура
- Причины для покупки
  - Что произойдет, если купят ваш продукт?
  - Что произойдет, если не купят ваш продукт?
  - Чего избегают, если купят продукт?
  - Чего не избегают, если не купят?

# **Целевая аудитория**



**конкретный рекламный материал  
адресован конкретной аудитории**

# Карта персонажей (целевой аудитории)

- **определение потребности;**
- **выявление ключевых и дополнительных факторов принятия решения о покупке;**
- **сбор возражений**

**Вопросы клиентам:**

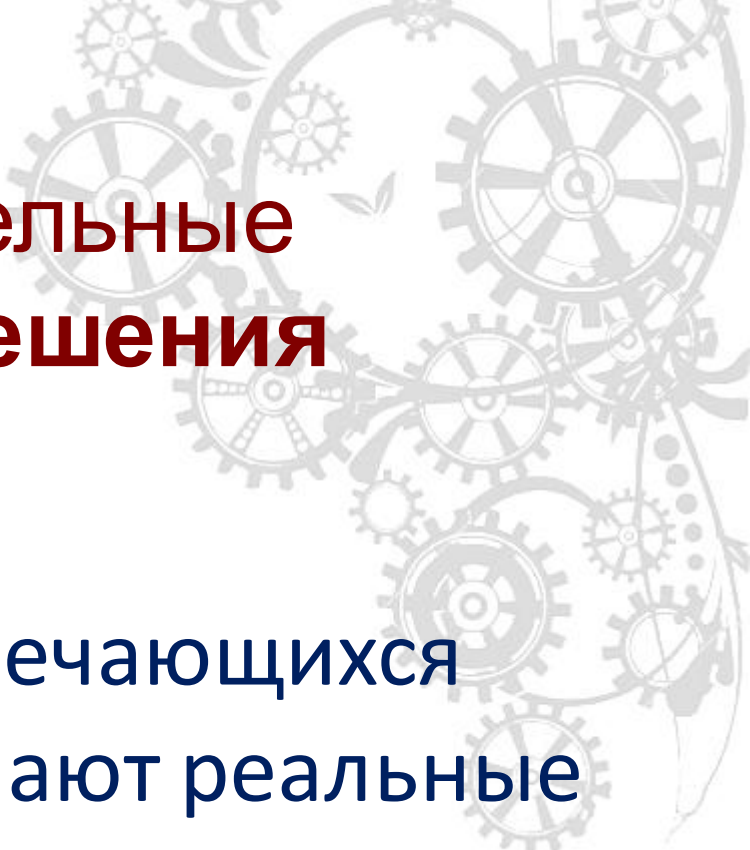
*Кого именно опрашивать?*

*самых маргинальных (с кем выгоднее работать)?*

*проверенных (есть опыт работы с ними)?*

*самых интересных на перспективу?*

# Ключевые и дополнительные факторы принятия решения



5-10 наиболее часто встречающихся запросов, которые отмечают реальные или потенциальные клиенты

Сам фактор

Выгода

Обоснование

Угодить сотрудникам и шефу, которые любят разные кофейные напитки

Многофункциональная кофемашина ◉ Показать визуально все 8 напитков

Основные факторы принятия решения ◉

Экономить на офисных расходах ◉ Бесплатная аренда кофемашины и доставка ◉ Сравнительная таблица с другими видами кофемашин ◉ расходников

Легкость в использовании ◉ Кофе готовится нажатием 1 кнопки ◉ Показать панель управления, где только одна кнопка

Экономия времени ◉ Профессиональная офисная кофемашина ◉ Может приготовить 250 чашек в час

# На кого рассчитана эта реклама?

*«Кровельные и фасадные системы»*

*«Керамическая черепица. Битумная черепица. Металлочерепица.*

*Композитная черепица...*

*Расчет. Комплектация. Доставка.*

*Предъявителю скидка»*

***Правило уточненное:***

**один носитель**

**=**

**один продукт**

**=**

**одна целевая аудитория**



# **Оффер – выгодное предложение**

**товар в комбинации со скидкой, акцией, бонусом, гарантией или с интересным информационным поводом**

**совокупность всех выгод, которые несет ваш продукт/услуга и которые по максимуму закрывают потребности клиента, а в идеале отвечают и на его возражения**



# **Формула идеального оффера**



**Конкретная выгода**

**+ Вкусные бонусы**

**+ Гарантия**

**+ Ограничение**

**+ Призыв к действию**

**+ КРУТАЯ КАРТИНКА**

# Пример протестированной формулы оффера



6 лет на рынке. Более 500 клиентов в месяц

8 495 799 0629

Звонок бесплатный по всей России

## iPhone + чехол и пленка В ПОДАРОК!



Доставка по  
Москве бесплатно

Акция действует до 20 мая

00 06 37 58  
Дни Часы Минуты Секунды

### Выберите модификацию



4S

IPHONE



5C



5S

ОБЪЕМ ПАМЯТИ



Отправьте нам сообщение

jivosite

# Пример оффера по формуле «потребность + выгода»

СРО без посредников за 24 часа!

**Допуск СРО в Москве**  
от ~~49 900 руб~~ **от 34 900 руб!**

+ подарочный сертификат на 20 000 руб\*

Без вступительного  
и членского взноса

Без посредников  
и предоплаты

Все субъекты  
Федерации



Рассчитайте стоимость  
вступления в СРО  
прямо сейчас и  
получите скидку **20 000**  
рублей!

Введите Ваше имя

Введите Ваш телефон

**Рассчитать стоимость**

**«Потребность  
+ характеристика продукта,  
закрывающая ключевой фактор  
принятия решения»**


*«Внимание , милые дамы!*

*Акция!!!*

*Имидж студия S-Style!!!*

*Гель Лак — 50 гривен.*


*До 30 апреля 2014 года»*



**«Идентификация (представитель  
целевой аудитории)  
+ его «боль»  
+ решение проблемы »**

*«Как укрепить иммунитет малыша  
с помощью закаливания?»*

*Курс для мам детей от года до  
пяти.»*



**«Броский заголовок  
+Что? Где? Когда?  
+Скидка, подарок, бонус»**

*«Внимание, милые дамы!  
Акция!!!  
Имидж студия S-Style!!!  
Гель Лак — 50 гривен.  
До 30 апреля 2014 года»*

# Проверяем свой оффер



**Вопрос первый:**

*Вы сами купили бы свой товар?*

**Вопрос второй:**

*«Почему я должен выбрать ваш продукт/услугу из всех доступных мне предложений на рынке?»*

# Выгоды



~~стандартные псевдо-преимуществами:  
«гарантии качества», «предъявителю  
скидка», «широкий ассортимент»~~

**цепная реакция:**

*нет четкой ЦА* → *нет конкретного  
оффера* → *нет выгод*



# Ключевые и дополнительные факторы принятия решения



5-10 наиболее часто встречающихся запросов, которые отмечают реальные или потенциальные клиенты

## **Выявление конкурентов**

**Анализ, как характеристики  
продукта/услуги конкурента закрывают  
факторы принятия решения?**

**Основа вашего предложения -  
аспекты превосходства над  
конкурентами**

# Призыв к действию

Что должен сделать человек после того, как он ознакомится с рекламой?

**подстегнуть его специальными ограничителями**

*«Срок действия акции до \_\_\_\_\_»*

*или*

*«Первые пять предъявителей листовки получают подарок»*

# **Формула продающей листовки**



**Товар**

**+ Целевая аудитория**

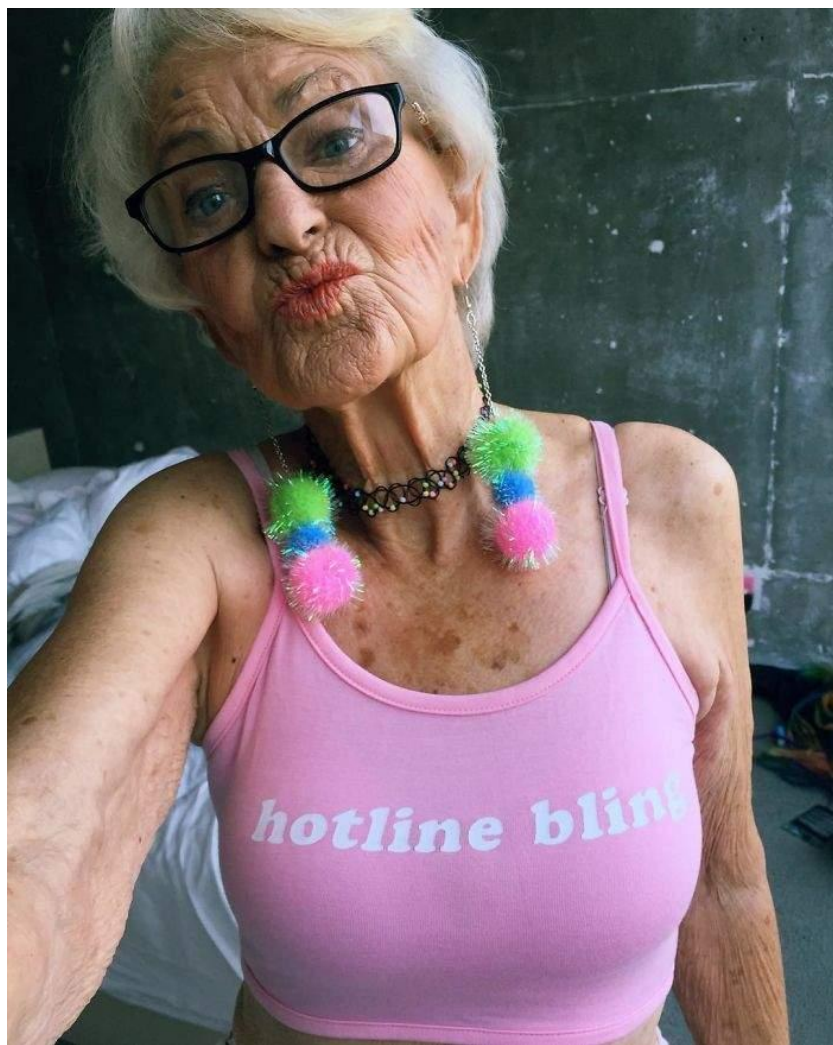
**+ Оффер**

**+ Выгоды**

**+ Призыв**

**+ КРУТАЯ КАРТИНКА**

# КРУТАЯ КАРТИНКА



?!



# Задача дизайнера



- гармоничное расположение элементов (надписей и рисунков) на рекламной листовке;
- оптимальное цветовое решение;
- акцентирует внимание на главной фразе;
- оригинальность решения

# Обретите обворожительную улыбку!

Бережная имплантация **от 15 000 рублей**  
с гарантией до 5 лет на импланты

Запишитесь на прием и получите идеальный план лечения!

**Записаться на прием**

*Мы свяжемся с вами в течение 15 минут*

***Пример оффера с результатом***

# Стильные и практичные уголки на вашу кухню всего от 7 600 рублей

Более 2000 моделей на выбор. По индивидуальным размерам



18 месяцев  
гарантии

## Оставьте заявку

на расчет цены - перезвоним за 2  
минуты!

**ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ**

*Пример оффера с ценой*



Антикризисное предложение!  
Акустика со скидкой до 20%  
только до 28 июля!



Узнайте цену  
со скидкой до 20%

До конца акции осталось:

**08 06 43 49**  
Дней Часов Минут Секунд

Введите имя

Введите телефон

Узнать цену со скидкой до 20%



Ваши данные не будут  
переданы 3-им лицам

*Пример оффера с экономией*



**ПРОЙДИТЕ ПРОВЕРКУ ПОЖАРНОЙ ИНСПЕКЦИИ  
С ПЕРВОГО РАЗА И БЕЗ ШТРАФА!**

Проектирование и монтаж противопожарных систем  
**под ключ от 9 дней**

ПОЛУЧИТЕ РАСЧЕТ СТОИМОСТИ В ТЕЧЕНИЕ **5 МИНУТ**

*Введите Ваше имя*

*Введите Ваш телефон*

**ПОЛУЧИТЬ РАСЧЕТ**

Ваши данные не будут переданы 3-им лицам

***Пример оффера со сроками***

**Лечение зубов с комфортом:  
гигиеническая чистка  
в подарок!**

**Запишитесь на бесплатный  
осмотр врача-стоматолога  
(0 руб вместо 2000 руб):**

- ✓ Осмотр состояния полости рта
- ✓ Консультация узких специалистов при необходимости (терапевта, ортопеда, хирурга, ортодонта, пародонтолога)
- ✓ Составление плана лечения
- ✓ Составление сметы лечения

Введите Ваш телефон



**БЕСПЛАТНЫЙ ОСМОТР**

Перезвоним через 5 секунд

***Пример оффера с подарком***

# ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА

Оставьте заявку и получите полный  
каталог изделий со скидками до 50%!

5

ДНЕЙ  
ДО КОНЦА  
АКЦИИ

ПОЛУЧИТЬ КАТАЛОГ!

*Пример оффера со счетчиком*

# Принтер для маркировки мощностью до **547 200** штампов/день

Качество с 1972 года. Напрямую из Германии. Доставка 4 дня.

- ✓ Гарантия 3 года
- ✓ Доставка за наш счет
- ✓ Установка и настройка 0 рублей



*Пример оффера с гарантией*

# Новоселье в теплом и уютном доме Вашей мечты **уже через 1 месяц**

Гарантия на дом 30 лет. Контроль качества и технадзор.  
Опытные бригады из России.



- **Строим под ключ**  
Вам останется только расставить мебель
- **От 10 тыс.рублей/м2**  
Готовый дом от 420 тыс.рублей
- **Профессиональные архитекторы**  
Проектирование Вашего дома бесплатно
- **Ваш личный менеджер**  
Реализуем все Ваши мечты

**Акция!** Только до 31 июля скидки до **700 000 рублей** + дополнительные бо  
Узнайте подробности наших акций

AN INDIEGROUND PRODUCTION

INDIEWEEK *presents*  
**SHAKE IT OUT!**

*the only electro indie night in town!*

MORE INFO AT [WWW.INDIEGROUND.IT](http://WWW.INDIEGROUND.IT)

**29 AUGUST 2012 • HYDE PARK LONDON**

twitter  YouTube  Last.fm  facebook  vimeo 

THE LINEUP  
**BREAKBOT**

**DAFT PUNK**

**JUSTICE**

TICKETS  
**24\$**  
ON PRE-SALE

DOORS OPEN FROM  
**10.30 PM**

BEFORE 10 PM  
**FREE DRINKS**  
SO DRINK RESPONSIBLY  
ENJOY THE MUSIC.

THE EVENT IS  
**21+**





# EXHIBITION

FREDRIK WANNERSTEDT  
CLOSER F12 TERRASSEN  
16/8-2012 22.00-03.00

bar **américas**  
presenta



# CREED TOW

[ Detroit | D25 ]

warm up : **Luis Flores**

**Jueves 29 Julio 2010**  
Av. Americas 959, Local 29  
no cover

bar **américas**  
PROYECTOCDL.COM





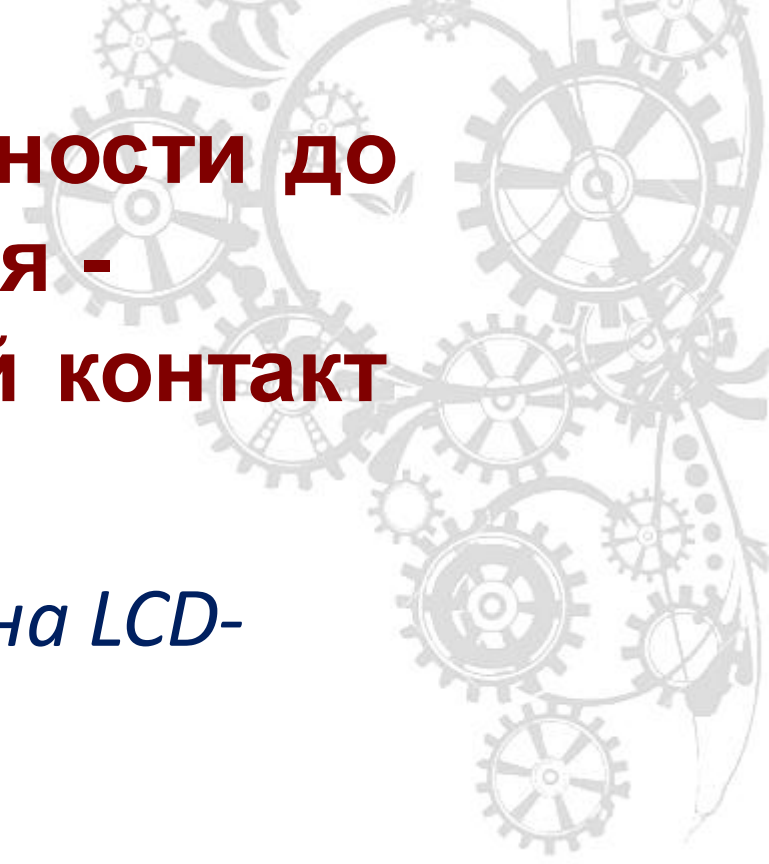


TRUE MONSTERS ARE  
**COMING**

FREE ENTRY **SOLO OVER 18**  
ELETTRONICA COMMERCIALE HIP HOP ROCK

31 OTTOBRE DALLE 22:30 @ LA LANTERNA  
VIA MAZZOLANO 6 - RIOLO TERME

348 4952495 PIETRO-348 6012085 VINCI-331 1683624 GIAN-388 8383459 NICO  
[FACEBOOK.COM/COLORSIMOLA](https://www.facebook.com/coloresimola)



**От заинтересованности до  
безразличия -  
один зрительный контакт**

Пример №1. *15 % СКИДКА на LCD-телевизоры в \_\_\_\_\_!*

Пример №2. *Невероятные скидки в \_\_\_\_\_!*

***Конкретика***

# **НЕТ** рекламной головоломке!



Пример №1

Аптека \_\_\_\_\_

*Каждому покупателю леденцы от ангины в подарок.  
А можно это же сообщение «замаскировать»*

Пример №2

Аптека \_\_\_\_\_

*Каждому покупателю подарок:  
Леденцы от воспаления компонентов  
лимфатического глоточного кольца.*

## ***Простота для понимания***

# Все предельно ясно



Пример №1

*«Открыл депозит на 40 000 гривен — через год забрал 49 400 гривен»*

Пример №2

*«Потратил 4 000 гривен, вернул через 1,5 месяца 4000 гривен»*

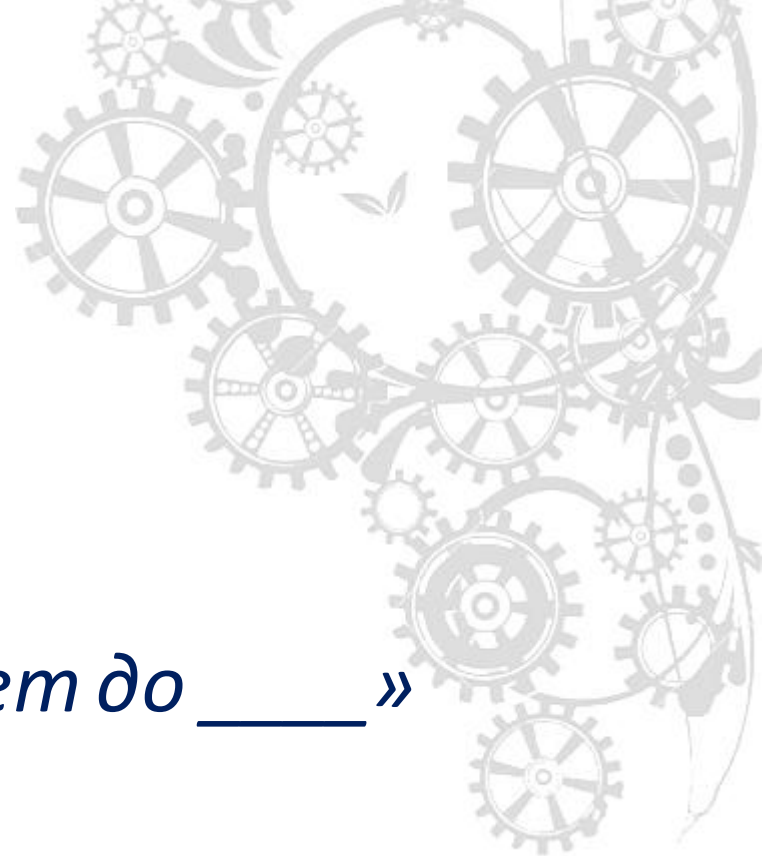
**Понятные формулы! Четкие выгоды!**

# Коротко о главном



- описание самого предложения;
- его преимущества и выгоды для ЦА;
- возможности им воспользоваться;
- призыв к действию

**Лаконично, четко и по существу**



Пример №1

*«Помните! Акция действует до \_\_\_\_\_»*

Пример №2

*«Не забудьте! Акция действует до \_\_\_\_\_»*

**Утверждение вместо отрицания**

# Акцент на актуальные ограничители

Пример №1

*Первым посетителям БЕСПЛАТНЫЙ \_\_\_\_\_!*

*Количество акционных товаров составляет 15 единиц.*

*Минус 5 % на \_\_\_\_\_ до \_\_\_\_\_.*

Пример №2

*Только первые 10 посетителей получают БЕСПЛАТНЫЙ \_\_\_\_\_!*

*Торопитесь! В акции участвуют ВСЕГО 15 единиц \_\_\_\_\_.*

*Минус 5 % на \_\_\_\_\_. Предложение действует ДО \_\_\_\_\_*

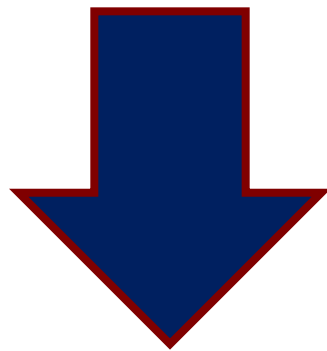
# Идеальный формат



**$\leq A6$**



**Качество полиграфии**

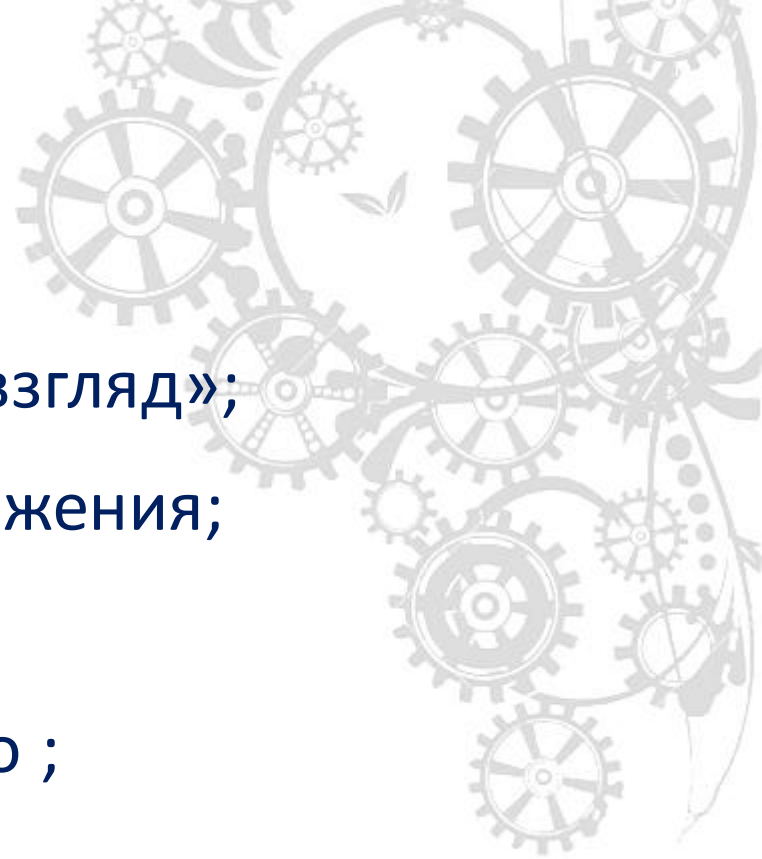


**восприятие  
информации**



# «ИТОГО»

- объем написанного «на один взгляд»;
- первым бросается суть предложения;
- без «*He ...*»;
- максимально просто и понятно ;
- маленькая хитрость;
- выгоды;
- крутая картинка





**ТВОРЧЕСКИХ УСПЕХОВ!**

