

22

Непреложных закона рекламы



# ЗАКОН ПРОСТОТЫ

Быть сложным намного легче, чем быть простым.



# ЗАКОН ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Реклама — это не коммуникация, реклама — это позиционирование.



# ЗАКОН ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ



Фокус вот в чем: все — от владельцев бренда и агентов до партнеров — должны осознавать ценность бренда.



# ЗАКОН ПРОДАЖИ



# ЗАКОН ЭМОЦИИ

Теперь эмоция — это не просто «приятная мелочь» в бизнесе,  
теперь она его живое, бьющееся сердце.



# ЗАКОН ЛЮБВИ



«Лавмарки» рожают  
беспричинную привязанность  
к бренду.

UPGRADE  
YOUR  
BUSINESS

# ЗАКОН ОПЫТА

Наш персональный опыт — это истина особого рода.  
Для рекламы чем больше мешаешь — тем лучше.

«Виден энд Кеннеди»





Очень сложно дать определение гениальной рекламе, но характерным для нее является наличие новизны (элемент неожиданности), пробуждение положительных чувств (элемент привлекательности) и содержательность (релевантность).



# ЗАКОН РЕЛЕВАНТНОСТ И

One  
out -  
all down



WWF

# ЗАКОН ЮМОРА

Улыбка — это встреча умов. Смех — то, что делает рекламу интерактивной.



# ЗАКОН РАЗРУШЕНИЯ

Это способ мышления. Разрушение подразумевает систематическое подрывание стандартных методов и подходов в бизнесе.

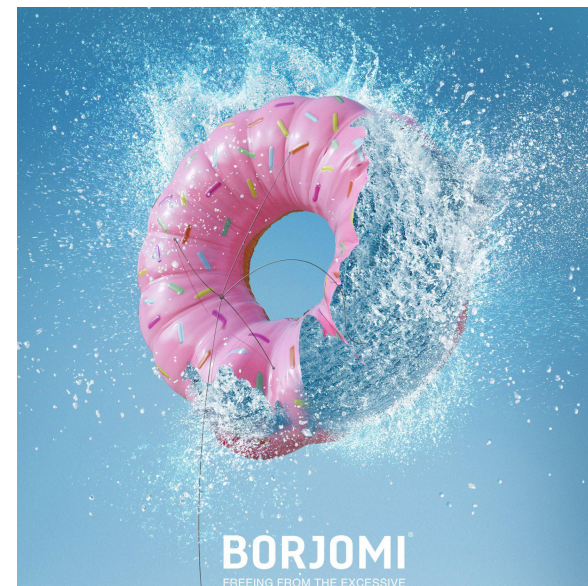
**Разрушай – или разрушат тебя.**



Оригинальность — это «священная корова» рекламной индустрии.



# ЗАКОН ПРЫЖКА



# ЗАКОН ПРИТЯГАТЕЛЬНОСТИ

Наступательная реклама — это гость в доме и гость в умах.



# ЗАКОН НЕПОЧТИТЕЛЬНОСТИ

Для этого вам понадобится «шоковая терапия».





# ЗАКОН ВКУСА

Если сделать «вкус» основной заявкой в рекламе большинства продуктов питания, то перечисленные выше критерии вряд ли будут достигнуты, а рекламная кампания выльется в пустую трату денег и времени.





# ЗАКОН АКТУАЛЬНОСТИ

В сегодняшнем мире рекламные кампании должны работать быстро, не тратя время на размышления и подстраховку.



# ЗАКОН СЕРЕБРЯНОГО СЛОНА

«Гениальная реклама (т.е. сильная, отличная от других, значимая работа, которая помогает повысить объем продаж и создать ценность марки) зависит от воображения одного или нескольких индивидуумов, у которых есть желание во-первых, явить миру то, что еще никогда не существовало, а во-вторых, сделать это так, чтобы превзойти все, что было создано раньше».





# ЗАКОН НЕПРИНУЖДЕННОЙ БЕСЕДЫ

Благодаря особому развитию языковых центров мозг накапливает истории, которые составляют нашу общую культурную память.



# ЗАКОН ХОРОШЕГО

Гениальные, революционные идеи рождаются у уверенных в себе компаний.

**Характер — это судьба компании.**



# ЗАКОН НЕГАТИВА

«Он не красавчик, но куда надо довезет» — слоган «Фольксвагена»;





# ЗАКОН ВОПЛОЩЕНИЯ

Разные рекламы становятся гениальными в разное время.

# ЗАКОН ЭВОЛЮЦИИ

Закон эволюции заключается не в том, что выживает сильнейший, а в том, что выживает тот, кто легче всех приспосабливается.



# ЗАКОН БЕЗЗАКОНИЯ

«Все, что мы вам только что сказали, ложь, включая эту фразу».

