
Obsah

O autorce	9
Úvod	11
1. Správná koncepce vám pomůže k úspěchu – čím se vyznačuje dobrá reklama ...	13
Tip 1 Propagujte (jen) nejatraktivnější produkty	14
Tip 2 Vytyčte si realistické cíle reklamy	15
Tip 3 Zvyšte úspěšnost pomocí rozčlenění cílové skupiny	17
Tip 4 Vyprofilujte se	19
Tip 5 Zaměřte se na přání klientů	21
Tip 6 Reklamní poselství, kreativní koncept a mix opatření tvoří jednotu	22
Tip 7 Vyvarujte se typických chyb	24
Tip 8 Analyzujte úspěch reklamy – z (ne)úspěchů se poučte	26
Tip 9 Testujte, testujte, testujte	28
2. Než začnete: Co byste měli vědět o svém trhu	31
Tip 10 Sbírejte jen informace, které skutečně potřebujete	32
Tip 11 Jak získat potřebné informace levně a rychle	35
Tip 12 Nespouštějte konkurenci z očí	37
Tip 13 Zjistěte, co vaše klienty skutečně motivuje ke koupi	39
Tip 14 Najděte své silné stránky	41
3. Jak vytvořit přesvědčivé reklamní poselství	43
Tip 15 Vyhnete se bezobsažné reklamě	44
Tip 16 Formulujte poselství jako silný slib klientovi	46
Tip 17 Odvozujte poselství z nejdůležitějších motivů cílové skupiny ke koupi	46
Tip 18 Soustřeďte se na silný motiv ke koupi	47
Tip 19 Odlište se od konkurence, ale buďte věrohodní	48
4. Kreativní realizace – jak úspěšně vytvořit reklamu a texty	51
Tip 20 Texty, obrazy a zvuky v reklamě – pozor na správný mix!	52
Tip 21 Emocionální nebo informativní reklama – který koncept je účinnější?	53
Tip 22 Nenápadná reklama nepůsobí	57
Tip 23 „Moc obrazů“ má své hranice	58
Tip 24 Nezatěžujte reklamu nadměrně!	59
Tip 25 Kolik textu snese vaše reklama?	60
Tip 26 Prezентуйте komplexní informace postupně	61
Tip 27 Dbejte na co nejnázornější, živý jazyk	62

Tip 28	Jak upravit delší texty tak, aby byly čtivější	63
Tip 29	Vyhnete se „prázdným“ titulům	63
Tip 30	Opakování zvyšuje pozornost a zapamatovatelnost	65
Tip 31	Jak zvýšit věrohodnost reklamy	66
Tip 32	Dejte pozor, abyste se jasně lišili od konkurence	67
Tip 33	Zkraťte dobu reakce klientů – zakomponujte do reklamy prvky, které je podnítí k akci	68
Tip 34	Než reklamu zveřejníte, zkontrolujte její kvalitu	68
5.	Volba komunikačního nástroje – jak spolehlivě dostat reklamu ke klientovi	71
Tip 35	Zvažte vždy všechny formy propagace!	72
Tip 36	Zvažte i formy reklamy vybočující z proslapaných cest	73
Tip 37	Kritéria pro výběr účinných komunikačních nástrojů	73
Tip 38	„1 + 1 = 3“: Větší reklamní účinek díky mixovaným kampaním	75
Tip 39	Zvolte pro reklamu správný okamžik	76
Tip 40	Využijte reklamní pauzy konkurence	78
6.	Podárená reklama v médiích	81
Tip 41	Televize, kino, rozhlas, tisk, billboard – jak vybrat správné médium?	82
Tip 42	Přizpůsobte reklamu redakčnímu okolí	86
Tip 43	Pozor, skrytá reklama!?	87
Tip 44	Individuální reklama – vytvořte si vlastní reklamní formáty	89
Tip 45	Spolupráce s médii – jak dosáhnout přítomnosti v médiích	89
7.	Úspěšná přímá reklama	91
Tip 46	Zaručený kontakt – dobré reklamní dopisy mají úspěch!	92
Tip 47	Kde najít vhodné adresy cílové skupiny	93
Tip 48	Reklamní dopisy adresované konkrétní osobě jsou účinnější	95
Tip 49	Pozor na správnou stavbu reklamního dopisu	96
Tip 50	Rozhodující může být i grafická úprava!	98
Tip 51	Reklamní dopisy vymyšlené, vytvořené a rozeslané „raz dva“	99
Tip 52	Faxové reklamě se raději vyhněte!	100
Tip 53	Telemarketing – netelefonujte bez pádného důvodu	100
Tip 54	Od přímého marketingu k marketingu dialogovému	102
8.	Úspěšná propagace přes internet a e-mail	105
Tip 55	Objevte reklamní potenciál internetových stránek	106
Tip 56	Internetové stránky aktivně propagujte	108
Tip 57	Jak umístit webovou stránku na přední místa ve vyhledávačích	110
Tip 58	Jak z náhodných surfařů udělat věrné zákazníky	113
Tip 59	Bannery a spol. – využijte potenciálu internetové reklamy!	114
Tip 60	Správné propojení internetové reklamy a „cílové stránky“	117

Tip 61	Cross media – zkombinujte internetovou reklamu s klasickou	118
Tip 62	Aktivní propagace prostřednictvím e-mailu? Nezahlcujte příjemce nevyžádanou poštou!	120
Tip 63	E-mailová reklama – rychlá a levná	121
Tip 64	Jak získat adresy pro e-mailovou reklamu	123
9.	Reklamní účinek spolupráce s tiskem	127
Tip 65	Úspěšné tiskové sdělení – zaměřte se na to podstatné	128
Tip 66	Jak dostat tiskovou zprávu ke správnému příjemci	131
Tip 67	Vyhledávejte osobní kontakty se zástupci tisku!	133
Tip 68	Akce s „PR efektem“ – jak se zaručeně dostat do médií	134
10.	Reklama „tváří v tvář“ – jak vytvořit osobní kontakt s klienty	137
Tip 69	Vytvářejte síť kontaktů!	138
Tip 70	Hledejte nové kontakty na veletrzích	139
Tip 71	Na co byste měli dávat pozor při osobních návštěvách klientů	140
Tip 72	Úspěšné akce – jak z reklamy udělat událost	143
11.	Alternativní formy reklamy	147
Tip 73	Guerilla marketing – nic pro slabé povahy	148
Tip 74	Mobilní marketing – reklama přes mobilní telefon	150
Tip 75	Virální marketing – jak infikovat klienty	152
Tip 76	Blogování pomocí web logů – neformální spojení s veřejností	153
12.	„Urychlovače prodeje“ v reklamě	157
Tip 77	Kupony – vhodná přidaná hodnota pro aktivní klienty	158
Tip 78	Tip s cenami	161
Tip 79	Správné využití soutěží o ceny	164
Tip 80	Drobné dárky zákazníky nadchnou	165
Tip 81	Nabídky limitované termínem nebo množstvím mohou být impulzem ke koupi	167
13.	Velké výsledky s malým rozpočtem	169
Tip 82	Propagujte beze ztrát prostřednictvím permission marketingu	170
Tip 83	Stavějte na vlastních reklamních médiích	171
Tip 84	Vysoké zastoupení v médiích díky affiliate marketingu	171
Tip 85	Digitální věk začal – vyměňte papír za data	172
14.	Opatření proti rostoucí „frustraci z reklamy“	175
Tip 86	Zvyšte relevanci reklamy!	176
Tip 87	Podporujte interaktivitu, nabídněte možnost volby	177
Tip 88	Vytvořte reklamou přidanou hodnotu pro své zákazníky	178

15. Pozor na právní aspekty reklamy	181
Tip 89 Pozor na různé právní nástrahy	182
Tip 90 Pozor na práva třetích osob	183
Tip 91 Právní požadavky závisejí na reklamním prostředku a médiu	185
Tip 92 Pozor na reklamu, která má přímo prodávat!	186
Tip 93 Vyhněte se nežádoucí reklamě	186
Tip 94 Konzultujte s právníkem	187
16. Jak lépe organizovat reklamu a úspěšně spolupracovat s agenturami	189
Tip 95 Vytvořte si reklamní plán	190
Tip 96 Díky spolupráci s agenturou bude vaše reklama profesionálnější	193
Tip 97 Jak najít vhodnou reklamní agenturu	193
Tip 98 Na co si dát ve smlouvě s agenturou pozor	195
Tip 99 Reklamní brífink musí mít vysokou výpovědní hodnotu	196