**Менеджмент рекламы**

Айзенберг М.

Способы увеличения читаемости

1. Многокрасочные объявления заметнее черно-белых на 65 %.

2. Объявления в 1/4 полосы, вытянутые в столбец, привлекают несколько больше внимания, чем квадратные и вытянутые вдоль.

3. Косое расположение текста скорее недостаток, чем достоинство.

4. Высококачественная иллюстрация побуждает прочитать текст в полтора раза больше людей, чем "рядовая".

5. Одна большая иллюстрация лучше множества маленьких.

6. Для привлечения внимания к совершенно унылому объекту рекламы можно использовать иллюстрацию, явно не имеющую отношения к товару или услуге, однако при этом между иллюстрацией и объектом должна существовать какая-то ощутимая и ясная связь, которую можно объяснить одним-двумя словами и понять.

7. Фотография знаменитости привлекает внимания значительно больше, чем никому не известные лица. К сожалению, в памяти остается лишь знаменитость, а не товар.

8. Выигрывает при прочих равных черный текст на желтом фоне.

9. Выигрывает любая "тонировка" страницы по сравнению с белым цветом.

10. Объявление в "виньетке", рамке, круге... В общем, в любом обрамлении прочтется быстрее, чем без обрамления.

11. Уберите отрицательные слова и обороты.

12. Выделите нужное вам слово или фразу шрифтом.

13. Чем меньше текста, тем больше он запоминается.

14. Используйте тот тип шрифта, который привычен людям "вашего" сегмента рынка.

15. Иллюстрацию можно использовать как основное средство привлечения внимания. Но она должна быть необычной, смешной и привлекательной, скажем, для подростков или другой группы сегмента рынка.

16. Когда фасон товара, его дизайн или внешний вид имеют большое значение для потребителя, нужно сделать его (товара) изображение основным в рекламном послании.

17. Изображение может служить сразу нескольким целям. Например, изображение мамы, папы и детей, сидящих в салоне автомобиля, - это символ семьи в радостных идеальных обстоятельствах и одновременно реклама самого автомобиля.

18. Фотография спортивной машины, в которой сидят симпатичная молодая пара, содержит намек на приключения, которые многие читатели хотели бы испытать сами.