



市场经济实务丛书

报刊小广告应用诀窍

BAOKAN XIAO GUANG GAO
YING YONG JUE QIAO

朱贤琴 编著

邮订广告

分类广告

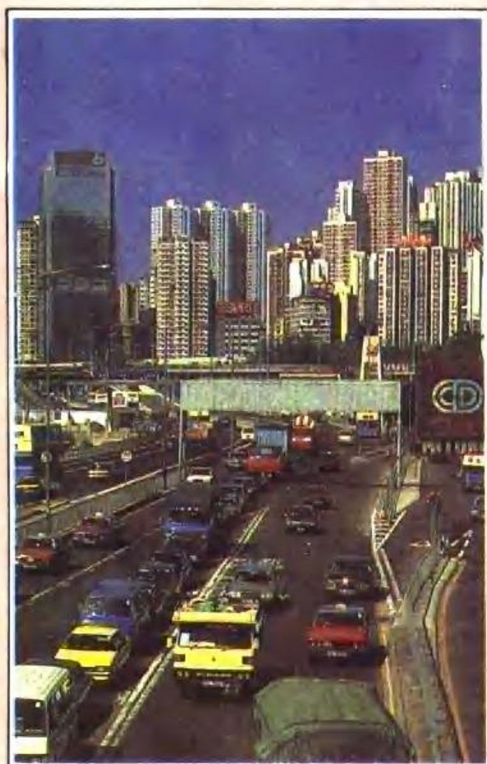
报刊选择

广告预算

广告设计

告撰写

3.8



吉林科学技术出版社
香港万里书店

【吉】新登字 03 号

市场经济实务丛书

报刊小广告应用诀窍

朱贤琴 编著

责任编辑:赵玉秋

封面设计:杨玉中

出版 吉林科学技术出版社 787×1092 毫米 32 开本 4.125 印张

香港万里书店 插页 4 84,000 字

1993 年 3 月第 1 版 1993 年 3 月第 1 次印刷

发行 吉林省新华书店 印数:1—10140 册 定价:3.00 元

印刷 桦甸市印刷厂 ISBN 7-5384-1154-2/F·124

总 序

为了适应我国社会主义市场经济发展的需要,吉林科学技术出版社与香港万里书店联袂推出《市场经济实务丛书》第一批计 15 种(见本书封底)。

丛书面向整个市场体系,包括消费品市场、生产资料市场、资金市场、劳务市场、技术市场、信息市场等等,并涉及市场经济活动的各个方面,包括市场营销、企业管理、对外经贸、财务会计、金融外汇、期货交易、保险实务、商业文牍。丛书内容以实务为主导,着重应用;以新知识为重点,适应现实要求;以深入浅出为宗旨,面向广大读者。丛书提供的信息资料准确,语言通俗易懂,文图实例并举,有较强可读性。丛书作者均系香港著名市场经济专家,书中所述及的内容均为他们多年的实践体会和经验结晶。

上述情况显示本丛书的出版特色,它将为我国科、工、贸行业与市场经济的结合,为从事市场经济活动的广大从业人员提高业务素质起积极的促进作用,并提供了丰富多采的资料、经验和经营技巧,是理想的市场经济参考读物。

前 言

某种商品的推销,某种服务的宣传介绍,都需要借助于广告。任何一种经营,离开了广告,便不可能得到成功。广告要通过传播媒介才能与大众见面,电视、电台、报刊、招贴、电影、幻灯、橱窗布置、商品陈列等,均是广告的媒介,而利用不同的媒介去做广告,所花费用也不同。电视广告功效最大也最快,但收费颇巨,并非小企业、小公司所能负担。对小商家、小本经营者来说,最经济实惠的,莫过于利用报刊小型广告。其所以选择小型广告,是因为报刊大型广告收费一样很高,而且如果利用不当,效果不一定最佳,唯有小型广告所需费用不多,要是广告设计得好,利用得当,还可收事半功倍之效。

本书专门讲述报刊小型广告的应用和创作技巧。从小型广告的分类、收费标准、刊登事宜,到如何设计广告、如何撰写广告的标题和内容以及如何检验广告效果等,均有详尽介绍。其中也讲解了如何重复刊登广告,以构成广告运动,使小本经营者踏上成功之途。

本书内容对商家、对推销员以及对广告设计人员均具参考价值。

目 录

第一章 报刊小型广告的类型	(1)
一、对邮订广告的剖析	(3)
(一)邮订广告的构成因素和功能	(3)
(二)邮订广告与直接邮寄广告的区别	(4)
(三)邮订与直接邮寄的混合运用	(6)
(四)邮订广告与邮寄资料	(6)
(五)邮订广告的式样	(6)
二、对普通宣传广告的剖析	(8)
三、对分类广告的剖析.....	(11)
(一)分类广告的利与弊	(11)
(二)两种类型的分类广告	(12)
四、对分类宣传广告的剖析.....	(14)
五、对按效果收费广告的剖析.....	(15)
六、对抽佣广告的剖析.....	(16)
七、小 结.....	(17)
第二章 报纸和小型广告	(18)
一、报纸广告的收费标准.....	(18)
二、广告刊登出错的问题.....	(22)
三、向报社订登广告事宜.....	(23)
四、报纸广告优越性.....	(23)

五、报纸广告的局限性·····	(26)
第三章 杂志与小型广告 ·····	(28)
一、形形色色的杂志·····	(30)
(一)消费性杂志·····	(30)
(二)非消费性杂志·····	(31)
二、登杂志广告的注意事项·····	(33)
三、与广告有关的杂志出版期·····	(34)
四、杂志广告的形式·····	(35)
(一)小版面广告的位置·····	(36)
(二)广告的收费及优惠·····	(36)
五、留意杂志的增刊或特刊·····	(38)
第四章 小广告运动 ·····	(39)
一、如何开展小广告运动·····	(39)
(一)合理的广告预算·····	(40)
(二)报刊的选择·····	(40)
(三)广告预算之目标法·····	(41)
(四)广告预算之经验法·····	(41)
(五)广告预算之总额百分法·····	(42)
二、典型广告预算分析·····	(43)
(一)决定广告预算·····	(43)
(二)小经营的广告预算·····	(43)
三、广告运动的长远策略·····	(44)
四、广告预算的重要性·····	(47)
五、广告的推出·····	(47)
六、广告运动的控制·····	(48)
第五章 推销产品的广告 ·····	(49)
一、直接推销与间接推销·····	(49)

二、直接推销法的运用·····	(52)
三、间接推销法的运用·····	(52)
四、广告要瞄准顾客·····	(53)
第六章 广告的费用 ·····	(55)
一、小版面广告的功效·····	(55)
二、与大型广告的比较·····	(56)
三、重复刊登的效果·····	(57)
四、广告费用·····	(58)
五、CPM 值的比较 ·····	(59)
六、定位瞄准与重复刊登·····	(60)
七、经常留意广告费用·····	(61)
第七章 如何检验小版面广告 ·····	(62)
一、广告文稿检验法之一·····	(63)
二、广告文稿检验法之二·····	(63)
三、广告文稿检验法之三·····	(64)
(一)弄清读者的心理 ·····	(65)
(二)征求旁人的意见 ·····	(65)
四、广告文稿检验法之四·····	(66)
五、广告文稿检验法之五·····	(67)
六、广告文稿检验法之六·····	(67)
七、广告实例比较·····	(68)
第八章 广告词的撰写 ·····	(70)
一、广告的创作公式·····	(70)
(一)AIDA 公式 ·····	(70)
(二)FIC 公式·····	(74)
(三)如何运用 AIDA 公式 ·····	(75)
二、有益的双向对话·····	(77)

第九章 广告标题的撰写	(79)
一、广告吸引人的秘诀	(79)
二、标题功效分析	(80)
三、注意读者的心理	(81)
四、捕捉读者注意力的方法	(82)
五、怎样设计标题	(84)
六、标题风格种类	(85)
第十章 广告的文字要言简意赅	(89)
一、字数越少越好	(89)
二、用读者熟悉的短词语	(90)
三、用词要通俗和大众化	(91)
四、广告内容层次须合乎逻辑	(91)
五、一句只含一个意思	(92)
六、行文要简洁	(92)
七、小 结	(93)
第十一章 广告的版面设计	(95)
一、广告设计的步骤	(96)
(一)广告的构成因素	(97)
(二)广告版面的编排	(97)
二、广告制作	(98)
(一)设计草图	(98)
(二)设计初样	(98)
(三)设计正稿	(99)
(四)贴 版	(99)
三、广告与现代印刷术	(99)
四、广告的编排	(100)
(一)标 题	(100)

(二)美术装饰	(101)
(三)广告正文	(101)
(四)标 记	(102)
第十二章 创作广告词秘诀	(104)
一、创作有销售力的广告词	(105)
二、创作简朴的广告词	(105)
三、创作诚实的广告词	(106)
四、创作突出产品优点的广告词	(107)
五、创作产品经久耐用的广告词	(107)
六、创作联系上名人的广告词	(108)
七、创作大胆发挥的广告词	(108)
八、创作对产品名称大提特提的广告词	(109)
九、创作迎合顾客省钱心理的广告词	(109)
十、创作风趣的广告词	(110)
十一、创作简炼的广告词	(111)
十二、创作鼓励立即购买的广告词	(111)
第十三章 与法律有关的问题	(114)
一、有关“免费”一词的应用	(114)
二、防止欺骗性订价	(115)
三、是否真的批发价	(116)
四、避免使用欺骗性的手段	(117)
(一)掉包法	(117)
(二)挂羊头卖狗肉	(118)
(三)欺骗性介绍	(118)
(四)障眼法	(118)
五、广告刊登者的行动指南	(118)
(一)如实展示商品	(119)

- (二)广告内容必须真实 (120)
- (三)承诺要能兑现 (120)
- (四)事先弄清有关法律 (120)

第一章 报刊小型广告的类型

无数事例告诉我们,很多生意之所以成功,在很大程度上是因为对所推销的商品或服务项目作了专门的广告,而且大部分是依靠在一些报章和杂志上刊登小型广告。

在一般人看来,登在报章杂志上的所有广告都是大同小异,看不出多大差别,有所不同,也不过是换个形式、另列名目罢了。然而从广告的编排角度看,一个典型的商品宣传广告(Display ad)与一个分类广告(Classified ad)之间实在存在着极大的差别。占一整页版面的大广告与小型广告虽然都属商品宣传广告,但它们之间的差异就更大了。

现在让我们讨论一下报刊上所登载的小型广告。

小型广告所占版面小,所以也称小版面广告。凡占版面不过半页的,均属此类小型广告。

报刊上的小型广告,从形式上可分为 6 大类:

- (1) 邮订广告(Mail-order ad)
- (2) 普通宣传广告(Display ad)
- (3) 分类广告(Classified ad)
- (4) 分类/宣传广告(Classified/display ad)
- (5) 按效果收费广告(Per-inquiry ad)
- (6) 抽佣广告(If-not-when ad)

中英樓 23萬
洋樓 23萬
新樓 23萬
高恩舖 92
美孚 52房
旺東 52房
運動場 48萬
大埔新西式
別墅 48萬
平售 10萬



寫字樓出售
九龍出讓
2萬子雨

鼓樓 瑞峰花園 廣播道 毅力 九龍灣 大埔仔 土瓜灣 順德苑 金碧
清水灣 122.78 1000呎 1800呎 420 31 50萬
光復行 3-6888 693736 450 420 31 50萬

黃埔花園 七高 花得 綠楊新邨 沙田 屯門 又一村
金利 K 632663 30 54萬 463187 1700 163

佳利 7803328 聯合廣場
1 萬九出讓 發展地盤 觀洋樓 西貢 清水灣 聯合廣場
774 9041046 920966 923663 923663

徵求 財國徵求 美孚 不交 購不交吉
多少即日成交 美孚 不交 購不交吉
37000 金山行 37000 金山行

平樓租 旺舖平租 尖東寫字樓 凱利高層 沙田 不交 不交 不交
1000呎 1000呎 1000呎 1000呎 1000呎 1000呎 1000呎 1000呎

奇嘉 菲爾行業先驅 工商 菲 備 全費 \$1450 菲設公司 免剝削
5-263016 5-237236 全費 \$1450 菲設公司 免剝削

菲 備 海外僱傭中心
5-263016 5-237236 海外僱傭中心

菲 備 海外僱傭中心
5-263016 5-237236 海外僱傭中心

就上述 6 种广告来说,第一种邮订广告对小业主、企业家或推销人员最为有用。这种广告的功效如何,可以很快从人们对其作出的反应作出判断。不少小型广告都是简便的邮订广告,都属于这一类型。

一、对邮订广告的剖析

邮订广告,说全面一点,应是邮订商品的广告,也就是说顾客可根据广告内容,用邮订的方式,购买有关商品。

邮订广告一般是刊登在报纸或杂志上,它是广告的初级形式。凡是想把自己的商品或某种服务尽快且公道地向人们推销时,均采用这种广告形式。邮订广告的优点就在于它可以通过邮政的渠道将商品或服务项目推销出去而用不着在商店陈列商品或提供服务。

邮订广告与商品宣传广告或与分类广告或其他任何类型广告的根本区别,在于这种广告附有供读者填写的姓名地址表格,读者可将表格寄回有关的公司,索取有关商品或服务的资料性小册子。这种小册子向顾客介绍商品目录或与销售有关的商品价格等,从而最终导致销售的成功,这一点是不言而喻的。

(一)邮订广告的构成因素和功能

一个典型的邮订广告具备以下三个主要因素:

- (1)为某种商品或某项服务作宣传介绍;
- (2)用插图显示某种商品或服务项目,或以图表加以说明;
- (3)鼓励读者用邮订方式购买。

由于上述这些主要的因素,典型的邮订广告可以有下列功能:

- (1)推销某种商品或服务;
- (2)吸引读者索取有关的商品目录或索取更多的有关资料;
- (3)获取顾客的姓名和住址,便于今后直接向顾客推销。



批發業

有中文電腦解手

開中文發票

快而準!

香港 電腦系統有限公司 · 全港首家專為批發商電腦化、自動化、通訊化

● 全港中文電腦自動化、將管理電腦化。	● 存貨、系統內代辦商查詢、庫房管理
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 客戶及內存帳目、應收帳目、應付帳目
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統
● 批發商與批發商之間的電腦系統	● 批發商與批發商之間的電腦系統

香港 電腦系統有限公司
SUN COMPUTER SYSTEMS LTD.
電話 3-7392928

(二)邮订广告与直接邮寄广告的区别

邮订广告与一种直接邮寄广告(Direct-mail ad),容易发生混淆,这里有必要说明一下。

前面谈了,邮订广告是登在报纸杂志上,征求顾客订购商品。直接邮寄广告则不同,这种广告是已知顾客的姓名地址,

(三)邮订与直接邮寄的混合运用

这两种征求顾客的方式当然可以合并使用。你可以为一种商品或一种服务写一份有吸引力的邮订广告,希望读者来索取免费小册子或要求更多有关商品或服务的资料,或者甚至写信来索取目录说明书。

一旦那份填好了的“订货或索取商品资料的附单”寄回到销售者手中,读者的住址便成为直接邮购者名单中不可缺少的组成部分了,以后,再有其他的商品要推销时,便可将与商品有关的小册子或者直邮广告邮寄给那些对以前的邮订广告作出反应的人。

(四)邮订广告与邮寄资料

前面已提及了邮订广告经常告诉读者可以索取小册子。这种小册子可能是对某个商品或某些商品或服务项目的说明或介绍。

这种小册子,有的内容很详细,也很具体,完全是一种商品说明书。今天这种借助说明书来经营的方式已被广泛采用了,而且这种做法正是方兴未艾,用得越来越多。然而,值得注意的是,这种商品说明书与邮订广告本身是不同的东西。它也不属于真正的说明书的范围,这种说明书主要是用来争取顾客,并非要向顾客完整地解释商品。

(五)邮订广告的式样

邮订广告经常在各种各样的刊物中出现。这种广告采用先索取免费的商品说明小册子或支付现金立即订购商品两种类型。

一则邮订广告中的关键是要要求回复。可要求读者填就一张附寄的包括姓名住址在内的明信片,也可要求剪下并填好一份连在广告上用作订货或索取有关资料或样品的附表或订购单,然后邮寄回登广告的公司,寄时还可附带寄上一张购置某商品或服务项目的支票。

下面介绍一则眼下较典型的这类广告的内容方式,它是一家美国公司为宣传和出售其经营的保暖打猎靴子而制作的。这则广告以如下内容刊登在某一颇受欢迎的刊物上:

免费提供暑期用品分类目录

专为户外活动爱好者提供优质服装及鞋类,粗犷、活泼的服饰;风度翩翩的周末服装;露营、划船和自行车设备;营帐、茅屋或后院用的陈设及附属设备。所有物品货真价实,百分之百保证质量。运输、包装一律免费。

广告下面附有可以剪下的姓名地址表格,供读者剪下邮寄,以索取有关资料。



到美國學英語

廿多年來,美國 E. S. 語言中心為來自世界各地超過二十萬學生提供英語課程,並在美國十六州設有二十個中心,學員可自由選擇。分有不同程度及專業課程,符合個別學習需要。

有興趣的朋友請聯絡:

 **學聯海外升學中心**
九龍尖沙咀星光行1020室 3-693282

本人有興趣於美國 E. S. 英語課程,請寄給我資料。

姓名	年齡
地址	
電話	美國() 郵政信箱