

ОГИЛВИ о рекламе

David Ogilvy



ЭКМО

УДК 820(73)
ББК 76.006.5
О-36

David OGILVY
OGILVY ON ADVERTISING

Перевод с английского *А. Гостева и Т. Новиковой*

Огилви Д.
О-36 Огилви о рекламе / Д. Огилви ; пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой. —
М. : Эксмо, 2010. — 232 с. : ил. — (Академия рекламы).

ISBN 978-5-699-37357-4

Дэвид Огилви — один из патриархов рекламной индустрии, основатель рекламного агентства Ogilvy & Mather с годовым оборотом свыше 10 миллиардов долларов, классик теории рекламы, признанный «лучшим копирайтером мира», человек, включенный French Magazine в список гигантов, которые внесли самый весомый вклад в Мировую Индустриальную Революцию наряду с Адамом Смитом, Томасом Эдисоном, Карлом Марксом, Дж. Д. Рокфеллером-старшим и другими.

УДК 820(73)
ББК 76.006.5

ISBN 978-5-699-37357-4

Text © 1983 David Ogilvy
Design © Prion Books Ltd [formerly Multimedia Books Ltd.], 1983
© А. Гостев. Перевод, 2002
© Т. Новикова. Перевод, 2009
© ООО «Издательство «Эксмо», 2010

Содержание

1	Увертюра	7
2	Как создавать эффективную рекламу	9
3	Профессии в рекламном бизнесе — и как ими овладеть	31
4	Как управлять рекламным агентством	45
5	Как завоевывать клиентов	58
6	Открытое письмо клиентам, ищущим хорошее рекламное агентство	68
7	Срочно требуется возрождение печатной рекламы	73
8	Как производить эффективные телевизионные ролики	107
9	Как рекламировать корпорации	123
10	Как рекламировать туристические путешествия	134
11	Секреты успеха рекламы «внутри бизнеса»	145
12	Прямая почтовая рассылка — моя первая любовь и секретное оружие	152
13	Социальная реклама. Как собирать пожертвования на благотворительность	160
14	Соревнуемся с «Проктер энд Гэмбл». Нам не страшен серый волк?	165
15	18 чудес исследования	169
16	Немного о маркетинге	179
17	По-прежнему ли Америка является первой державой мира?	185
18	Ласкер, Резор, Рубикам, Барнетт, Хопкинс и Бернбах	201
19	Что плохого в рекламе?	218
20	Я предсказываю 13 перемен	229