

*Моей дорогой супруге,  
которая героически расшифровала лекции автора*

# Маленькое, но гордое

## предисловие

---

---

А вот послушайте сказку. В одной прекрасной, но сказочной стране стояли по соседству две крутые горы. Все знали, что это не какие-то обычные горы, а заветные. И живут где-то там колдуны, которые исполняют любые желания. И вот как-то раз туда решил забраться... ну, скажем так, “очередной герой”. Потому что была у него крайняя нужда. Карабкался он долго, весь запарился, но забрался на самый верх. Глянул — кругом пусто. Никаких чудес. Под ногами бездонная пропасть, моста нет. А вокруг глухой туман, не видать ни зги. По всему, волшебники обитают на другой вершине.

Что делать? Не долго думая, парень выхватывает из штанов мешок денег и швыряет с размаху. Купюры исчезают в тумане со свистом. Течет время, мужик томится ожиданием, переминается. И вдруг, о чудо, из мутного облака выплывает пластиковая коробочка, а в ней — видеокассета! Та самая, воплощение всех мечт. Счастливый герой хватается ее, издает победный клич и тут же пуляет на дно пропасти. Туда, где копошится народная масса. На том и сказке конец.

Что дурацкая побасенка?

Да это ж чистая правда! Так в России до сих пор делают рекламные ролики. Причем герой “сказочки” уверен, что уж его ролик врежет по головам покупателей так, что искры посыпятся. А на самом деле, скорее всего, он свалится в кучу бесполезного рекламного мусора.

Редкий ролик долетит до середины вложенных в него денег!

Персонажи сказки, конечно, знают правду, но предпочитают помалкивать.

Почему?

Рекламодатели надеются на авось и не желают разбираться в трудностях создания роликов. А спецов-волшебников, которые ваяют ролики, не колышут проблемы тех, кто платит. Только вот зрителей все сильнее тошнит от рекламных блоков...

Как-то раз, кажется в пятницу, автор решил: так жить нельзя. Пора строить мост и рассеивать туман. Сам-то он поработал по обе стороны пропасти и на собственной шкуре узнал, как тяжело родить настоящий рекламный продукт. И тем, и другим. Поэтому начать стройку он предлагает вам — энергичным людям в черном, именуемым на межгалактическом языке Заказчиками. Для этого полистайте сию книжку. Она “заточена” исключительно под вас.

Зачем читать, спрашиваете?

Как минимум, вы перестанете путать производство ролика с уборкой офиса. И узнаете, что в телевизоре проще посеять деньги, чем снять урожай.

Честно скажу: вы не сможете разбираться в производстве роликов до тонкостей, делать их своими руками и всегда получать только успешный результат. Даже вызубрив эту Великую Книгу<sup>1</sup>, нормальный рекламодатель обязательно допустит ошибки. Собственные. Но от простейших и примитивных будет застрахован.

К тому же, оригинальный опыт, выложенный здесь, не найти больше нигде. Во всяком случае, на русском языке. Автор решительно раздает все, чему научился за пятнадцать лет работы в рекламе. Берите, не стесняйтесь, господин рекламодатель!

Ну, как, готовы пройти сквозь туман?

Тогда загибайте страницу...

## От издательского дома “Вильямс”

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересны любые ваши замечания в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится ли вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Отправляя письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также свой обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию новых книг.

Наши электронные адреса:

E-mail: [info@williamspublishing.com](mailto:info@williamspublishing.com)

WWW: <http://www.williamspublishing.com>

Наши почтовые адреса:

в России: 115419, Москва, а/я 783

в Украине: 03150, Киев, а/я 152

Вы можете высказать свое мнение также автору этой книги:

E-mail: [gavrilinfo@mail.ru](mailto:gavrilinfo@mail.ru)

---

<sup>1</sup> Спокойно, это — реклама! ☺