



# די אונטערשטע שורה

געשריבן דורך: יצחק סאָפּטלעס פון Bottom Line Marketing Group  
איבערגעזעצט און באַרבעט דורך: ק. הענדלער

20

דיין געשעפט, וועלן זיי (האָפּטליך!) אַנציקט ווערן און זיי וועלן צוריקקומען נאָכאַמאָל און נאָכאַמאָל. קיפּאַנס זענען אויך דער בעסטער וועג פון מעסטן די ווירקזאַמקייט פון די אַדווערטייזמענט: ווען די קאַסטומערס ברענגען אַריין די קיפּאַנס אין געשעפט, קענסטו זען פון וועלכע צייטשריפט עס קומט; און דו האָסט תיכף די אינפֿאַרמאַציע וועלכע אויסגאַבע עס ברענגט די מערסטע רעזולטאַטן.

**סעיל רעקלאַמע.** וואָס איז די איינציגסטע זאַך וואָס איז בעסער פון געבן אַן הנחה פֿאַר אַ יחיד? אַ סעיל פֿאַר די גאַנצע וועלט! אַ סעיל עד איז ווי אַן אַפֿיציעלע איינלאָדונג מען זאָל קומען צו דיין געשעפט און באַקומען אַן הנחה אויף אַ פּראָדוקט אָדער אויף אַ גאַנצן דעפּאַרטמענט. דער מעטאָד אַרבעט דאָס בעסטע אין געוויסע סעזאָנען, ווי למשל, ווען דער עולם קומט צוריק פון קאַנטרי און קעמפּ אָדער פֿאַר אַ יום טוב.

**ספּאַטלייט אַדווערטייזמענט.** אַזאַ אַדווערטייזמענט לייגט אַ דגש אויף אַ געוויסן פּראָדוקט אָדער אַ מיטגליד פון דיין ביזנעס. עס אַרבעט אויפֿצוקלערן מענטשן וועגן אַ געוויסע מעלה וואָס דו האָסט, און עס קען האָבן אַ שטאַרקע ווירקונג צו פּאַרעמען אַ מענטש'ס בליק אויף דיין ביזנעס. עס ברענגט אַרויס די פרטיות'דיגע איינצלהייטן וואָס מאַכט דיין פירמע אָדער פּראָדוקט אַנדערש. אָבער אויב ווילסטו סתם אויפֿקלערן מענטשן וועגן דיין ביזנעס איז כדאי זאָלסט נעמען אין באַטראַכט דעם קומענדיגן מעטאָד.

**אינפֿאַרמאַציע עד.** דער הויפט ציל פון אַזאַ אַדווערטייזמענט איז צו געבן אינפֿאַרמאַציע וועגן דיין קאַמפּאַני אָדער צו צייגן די ערפֿאַרונג וואָס דו האָסט איינגעקויפט אין דיין פעלד פון אַרבעט. ס'קען זיין געשריבן אין פּאַרעם פון שאלות און תשובות, אָדער קען עס זיין געשריבן אין פּאַראַגראַפֿן, מאַכנדיג דעם רושם פון אַן אַרטיקל אַנשטאַט אַן אַדווערטייזמענט. און אוודאי קען מען צושטעלן בילדער אָדער טשאַרטס עס צו מאַכן אינטערעסאַנט און ווירקזאַם.

ווען ס'קומט צו פרעזענטירן דיין פּראָדוקט, דאַרפסטו נאָר טראַכטן פון "אַ מעשה פון צוויי דאַקומענטן."

אַלעס ווענדט זיך אין דער אופן וויאָזוי מען שטעלט עס אַרויס... אָדער וויאָזוי מען שטעלט עס אויס.

לייענט ביידע וועגן, וועגן ביידע לייענט: ווייסט מען וויפיל עס איז ווערד? ווערד איז עס וויפיל מען ווייסט!

\*

## אַ מעשה פון צוויי דאַקומענטן

אופן וויאָזוי דער חפץ איז פרעזענטירט געוואָרן, איז פשוט נישט געווען אין איינקלאַנג מיט די ווערד דערפון.

און דאָס ברענגט אונז צו פאַרשטיין אַז דו קענסט האָבן די בעסטע ביזנעס אין די גאַנצע וועלט, אָבער אויב דיין רעקלאַמעס קומען אויפֿן נישט ריכטיגן אָרט אָדער נישט אין די ריכטיגע צייט - וועט דיין פּראָדוקט אויסזען ווי אַ טייערער בוך וואָס ליגט פאַרשטויבט און פאַרשטופט און עס אינטערעסירט נישט קיינעם.

ווען עס קומט צו אַדווערטייזינג, זענען דאָ פאַרשידענע אויסוואַלן וואָס קענען ברענגען די געוואונטשענע רעזולטאַטן. עס ווענדט זיך לויט דיין ביזנעס אָדער פּראָדוקט:

**ביזנעס קאַרטל אַדווערטייזמענט.** אַ קאַרטל שניידט גראַד צום פונקט. עס צייגט ווער דו ביסט, וואָס דו ביסטו, און וואו דו ביסט; און אוודאי האָט עס דיין ביזנעס לאַגאַ. אַ ביזנעס קאַרטל איז עפעס וואָס האָט אַ ווערד שטענדיג, אַ גאַנץ יאָר. קאַסטומערס זענען עס כסדר פאַר די אויגן. עס אַרבעט ספּעציעל גוט פאַר פירמעס וואָס געבן סערוויסעס, ווי למשל פּלאַמבערס, פּאַטאַגראַפֿיסטן, און קאַר סערוויס דרייווערס.

**קיפּאַנס.** ס'איז אַ פּאַרעם פון אַדווערטייזינג וואָס איז גלייכצייטיג אַ געוואָלדיגער טאַקטיק צו ציען נייע קאַסטומערס. דורך אָנבאַטן אַראַפּצורעכענען אַ געוויסן פּראָצענט פון די פרייז פון דיין סחורה, גיסטו דיין קליענטן אַ ממשות'דיגע טרייב-קראַפט אַז זיי זאָלן קומען קויפן ביי דיר. און איינמאָל זיי טרעטן אַריין אין

ס'איז לעצטנס פאַרקויפט געוואָרן אַן אַלטער און גאָר ווערדפולער דאַקומענט וואָס איז געדרוקט געוואָרן אין פּילאָדעלפיע אין יאָר 837'. טרעף צו וויפיל מ'האַט געצאָלט דערפֿאַר? \$47,000!

ס'איז מורא'דיג, נישט אזוי? יעצט לייען גוט: אַ חודש שפּעטער איז אַן ענליכער כתב פאַרקויפט געוואָרן אין ניו ענגלאַנד, אין אַ געשעפט פון גענוצטע ביכער, פאַר די אויסטערלישע פרייז פון... עטליכע הונדערט דאָלער!

וואָס עס וואונדערט מיך דאָס מערסטע, און איז מסביר דעם פּאַנטאַסטישן חילוק אין די פרייזן, איז דער וועג וויאָזוי די דאַקומענטן זענען פאַרקויפט געוואָרן.

דאָס ערשטע איז פאַרקויפט געוואָרן ביי אַ הויכראַנגיגע ליציטאַציע פאַר כמעט אַזויפיל וויפיל ס'קאָסט אַ נייע לעקסיס. אוודאי האָבן אַלע אָנווענדע פאַרשטאַנען אַז דער דאַקומענט איז גאָר זעלטן און טייער - אפילו זיי האָבן נישט געוואוסט די פרטיות'דיגע היסטאָריע דערפון. דער פּאַקט אַליין אַז ס'איז געווען אויסגעשטעלט אין אַ פּאַרפֿאַנצערטע גלאַז האָט אויטאָמאַטיש גערעדט צו די אַנטיק סוחרים און געכאַפט זייער אינטערעסע.

אַנדערש איז געווען די אויסשטעלונג פאַר די קליענטן אינעם געשעפט אין ניו ענגלאַנד. באַטראַכטנדיג די פאַרגעלטע דאַקומענטן אויף אַ שטויביגע פּאַליצע אין דעם איינפאַכן געשעפט, איז זיי נישט איינגעפאַלן אין ווילדסטן חלום אַז דער דאַקומענט איז אַ זעלטענער אוצר. ס'האַט נישט גערעדט צו זיי. די אַטמאָספּערע, און דער

## די אונטערשטע שורה:

**די ווערד פון אַ פּראָדוקט ווענדט זיך גאָר שטאַרק אין די פרעזענטאַציע ווי מען שטעלט עס פאַר!**