

Разработка key visual с
использованием креативных
приемов, разработка
ключевого сообщения:
задания

- Объект рекламы – экономический журнал (B2B)
- ЦА – специалисты-экономисты, руководители среднего и высшего звена
- Инсайт – Я хотел бы развиваться, получать новые профессиональные знания, быть в курсе новых событий, и сейчас много информации, но она не всегда качественная и полезная
- Ключевое сообщение – журнал дает потребителю новое знание, новое видение, открывает новые горизонты
- Требования к ключевому образу: лаконичность, символичность, отражение КС
- Носители: журнальная реклама, сити-формат

- Объект рекламы – зубная нить
- ЦА – 18+, женщины и мужчины, которые заботятся о своем здоровье и красоте, предпочитают все натуральное, беспокоятся о своем внешнем виде
- Инсайт – я забочусь о своих зубах, поддерживаю их чистоту, но в течение дня щетка не всегда доступна
- Ключевое сообщение – зубная нить позволяет полностью очистить зубы после еды
- Требования к ключевому визуальному образу: лаконичность, символичность, отражение КС, использование приема серийности
- Носители: журнальная реклама

Задание повышенной СЛОЖНОСТИ

- Объект рекламы – банковские услуги немецкого банка
- ЦА – руководители высшего звена, м/ж, принимающие решение о выборе банка, о покупке банковских услуг, 35+
- Инсайт – банковские услуги очень важны для предприятия, но зачастую банки предлагают обслуживание не самого высокого качества
- Ключевое сообщение – особый – «немецкий» – характер продукта позволит наилучшим образом организовать работу предприятия, навести порядок
- Требования к ключевому визуальному образу: лаконичность, символичность, отражение КС
- Носители: журнальная реклама, биллборды 3Х6

Задание повышенной сложности

- Объект рекламы – разновидность аспирина, действует сильнее, чем аспирин
- ЦА – м/ж, 35+, имеющие семью, городские жители, по роду занятий офисные служащие, руководители среднего звена
- Инсайт – обезболивающие мне помогают, но действуют слишком слабо и медленно; я люблю своих детей, но в подростковом возрасте они просто ужасны.
- Ключевое сообщение – способность разновидности аспирина снимать боль эффективнее, чем обычный аспирин, следовательно, решать проблемы потребителя – и не только физические, связанные со здоровьем, эффективнее, чем обычный аспирин
- Требования к ключевому визуальному образу: лаконичность, наглядность, отражение КС
- Носители: журнальная реклама, биллборды 3Х6
- *Подсказка рассмотрите переносные значения выражения

Разработка инсайта

- Объект рекламы – джинсы Wrangler
- ЦА – женщины, 30-60, заботятся о своем внешнем виде, хотят хорошо, молодо, стройно выглядеть
- Инсайт – я хотела бы выглядеть стройной, красивой, ухоженной, но возрастные изменения ведут к появлению целлюлита, лишнего веса
- Ключевое сообщение – должен представлять инновационные свойства продукта (какие?), соответствовать характеристикам и потребностям целевой аудитории

Разработка инсайта

- Объект рекламы – джинсы
- ЦА – мужчины, 18+, ведут активный образ жизни, следят за модой, ценят все новое, активно используют компьютерные и Интернет-технологии
- Инсайт – я люблю пользоваться современными гаджетами, но их столько! И они все время теряются
- Ключевое сообщение – должен представлять инновационные свойства продукта (какие?), соответствовать характеристикам и потребностям целевой аудитории

- Объект рекламы – корм для кошек
- ЦА – кошковладельцы, мужчины и женщины, 18-45, готовые тратить на корм, который нравится питомцу
- Инсайт – я хотел бы кормить кота полезной едой, но часто кот отказывается от купленного корма
- Ключевое сообщение – Irresistible (притягательный, неотразимый, непреодолимый)
- Требования к визуальному образу: законичность, отражение КС