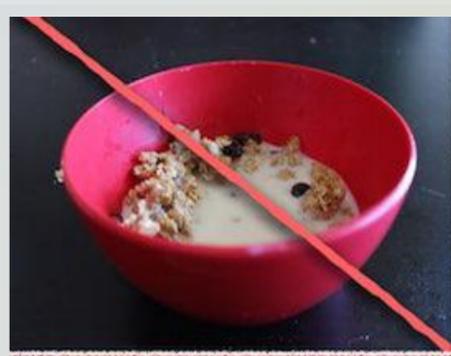
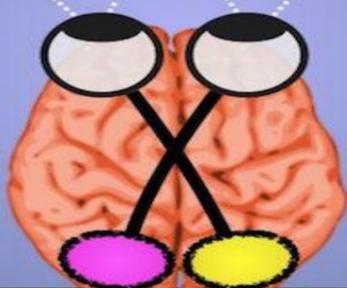


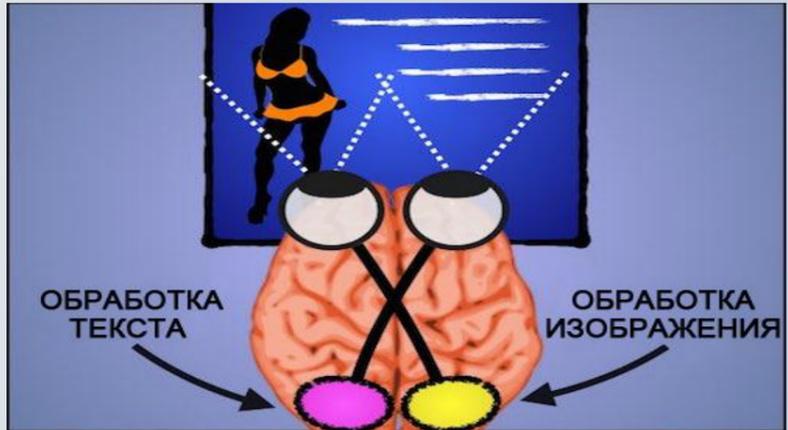
ЛЕВОЕ ПОЛЕ ЗРЕНИЯ ПРАВОЕ ПОЛЕ ЗРЕНИЯ



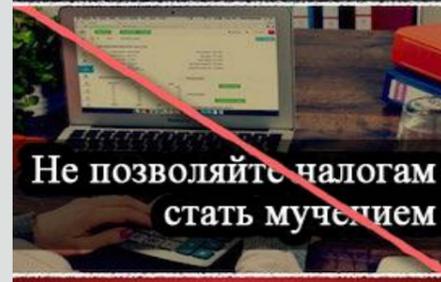
Неправильно



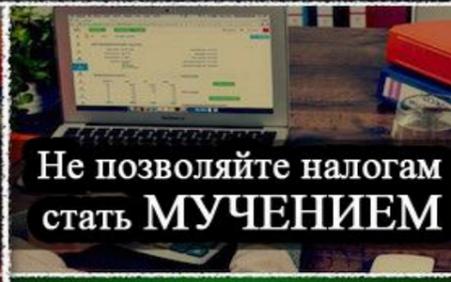
Правильно



Тактика 5: Увеличение слов, которые передают эмоции



Неправильно



Правильно

Тактика 1 Расположение изображений и графиков слева

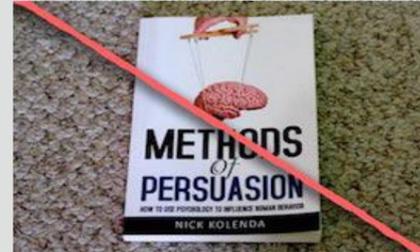


Неправильно

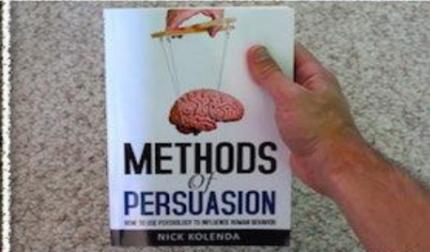


Правильно

Тактика 2 Располагайте товар так, чтобы поощрять ментальное взаимодействие.



Неправильно



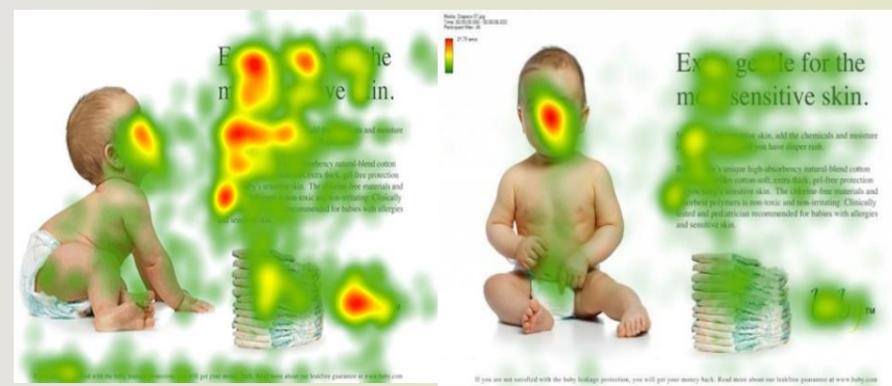
Правильно



Неправильно



Правильно



Тактика 4: Демонстрация привлекательных моделей (когда это уместно)

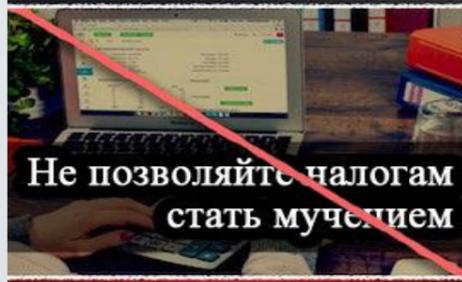


Неправильно

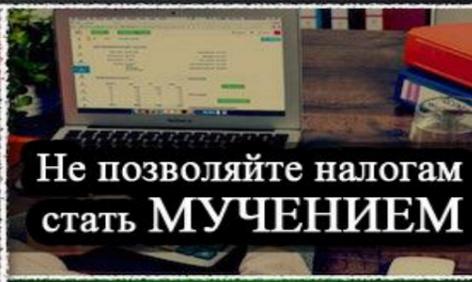


Правильно

Тактика 5: Увеличение слов, которые передают эмоции



Неправильно



Правильно

Тактика 6: Упоминание многофункционала (но не способов использования)

ВЫ БУДЕТЕ ЧАСТО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ФУНКЦИЕЙ X

Неправильно

НАШ ТОВАР ОБЛАДАЕТ ФУНКЦИЕЙ X

Правильно

Тактика 7: Использование утвердительных формулировок для гедонических продуктов



Неправильно



Правильно

Тактика 8:
Рифмованный лозунг или СТА (Call-to-Action)

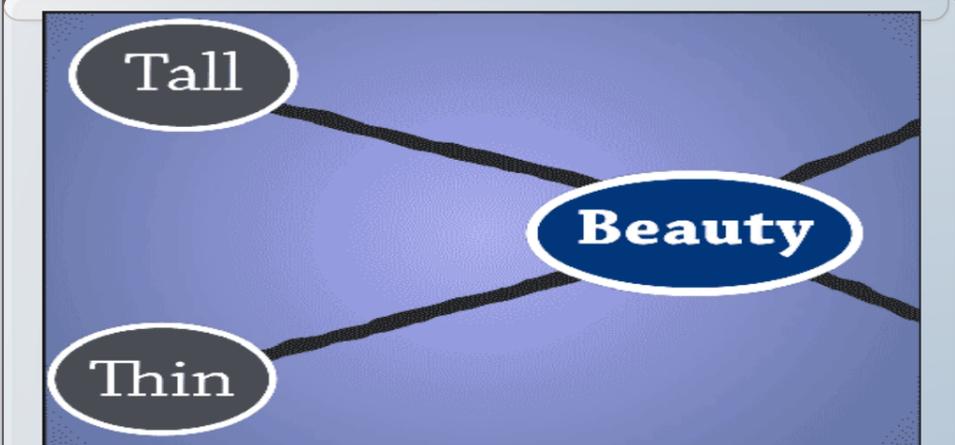
СКАЧАЙ ПРИЛОЖЕНИЕ УЖЕ СЕГОДНЯ	ХОЧЕШЬ БЕСПЛАТНО ИГРАТЬ? ТОГДА НАЧИНАЙ ЗАГРУЖАТЬ!
Неправильно	Правильно

Тактика 9:
Расположение бренда справа

LOGO	LOGO
Неправильно	Правильно

Тактика 10:
Увеличение размера площади бренда

LOGO	LOGO
Неправильно	Правильно



Тактика 11:
Использование длинных тонких линий, чтобы передать красоту

ХУДЕЙТЕ С НАШЕЙ ДИЕТОЙ	ХУДЕЙТЕ С НАШЕЙ ДИЕТОЙ
Неправильно	Правильно

Тактика 12:
Использование малоизвестных шрифтов для передачи уникальности

Kolenda's деликатесный сыр	<i>Kolenda's деликатесный сыр</i>
Неправильно	Правильно

Тактика 13:
Использование курсива, чтобы передать скорость

ОТВЕЧАЕМ НА ЗВОНКИ КРУГЛОСУТОЧНО	ОТВЕЧАЕМ НА ЗВОНКИ КРУГЛОСУТОЧНО
Неправильно	Правильно

Знаки Стоп	Оценки/ Ошибки	Не входите	Уровень опасности

Тактика 14:
Использование красного для оформления сообщения-предостережения

НАШ ТОВАР РЕШИТ XYZ	НАШ ТОВАР РЕШИТ XYZ
Неправильно	Правильно

Тактика 15:
Использование синего для оформления сообщения о выгодном предложении

НАШ ТОВАР ДАСТ ВАМ ABC	НАШ ТОВАР ДАСТ ВАМ ABC
Неправильно	Правильно

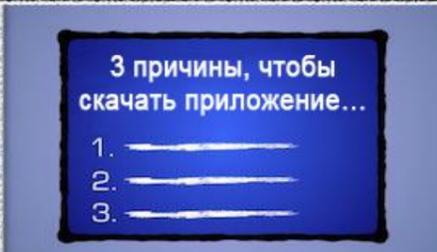
Тактика 16:
Уменьшение цветовых уровней в сообщениях с большим количеством информации

HEADLINE Logo	HEADLINE Logo
Неправильно	Правильно

Тактика 17:
Использование рациональных обращений на новых рынках



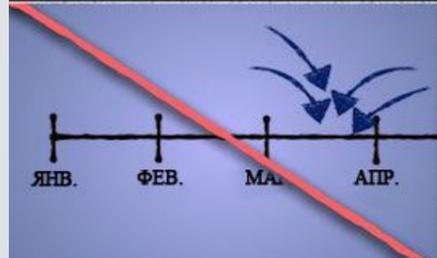
Неправильно



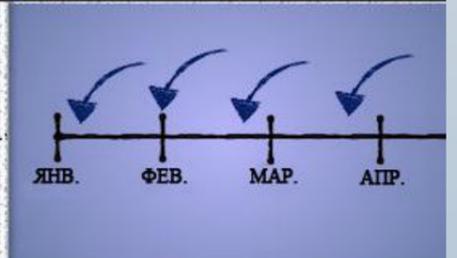
Правильно

Тактика 23:

Распределение влияния рекламы во времени



Неправильно



Правильно

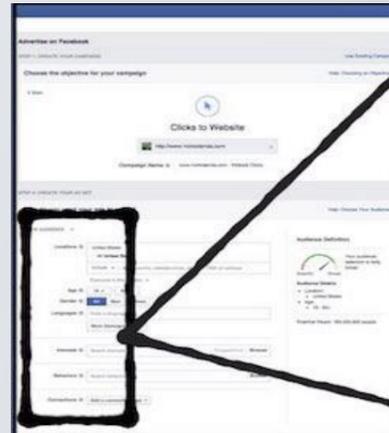
Тактика 18:
Использование эмоциональных обращений на уже освоенных рынках



Неправильно

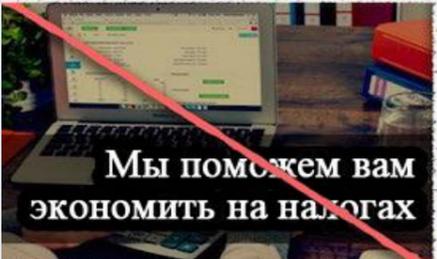


Правильно

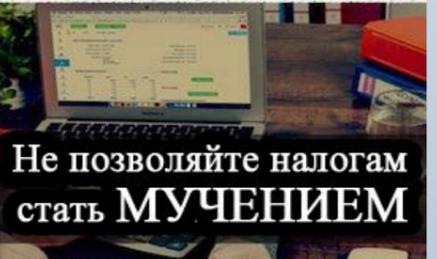


- Местоположение
- Возраст
- Пол
- Языки
- Интересы
- Поведение
- Контакты

Тактика 19:
Использование негативного оформления для спонтанного действия



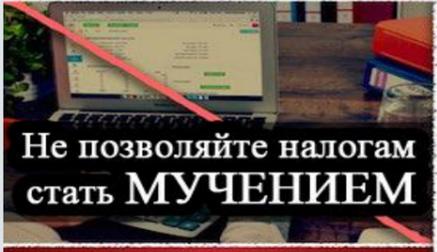
Неправильно



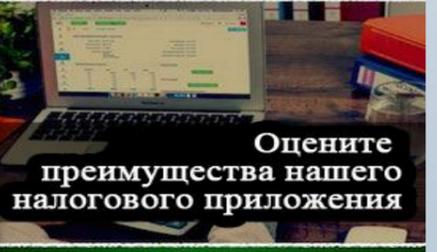
Правильно



Тактика 20:
Использование позитивного оформления для длительного запоминания



Неправильно



Правильно

Тактика 25:

Выбор пространства с учетом семантического соответствия



Неправильно



Правильно

Какое рекламное оформление лучше?

ЦЕЛЬ

Побудить к действию

Запомниться

Негативно оформленные аргументы

Позитивно оформленные аргументы

Негативно оформленные эмоции

Позитивно оформленные эмоции

РЫНОК

Новый

Освоенный

Тактика 26:

Избегайте пространств, где сообщается, что сообщение «Оплачено»/«Реклама»



Неправильно



Правильно

Тактика 22:

Смена моделей в соответствии с выбранным сегментом рынка



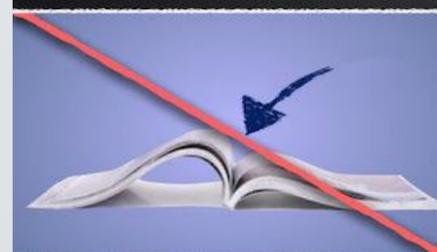
Неправильно



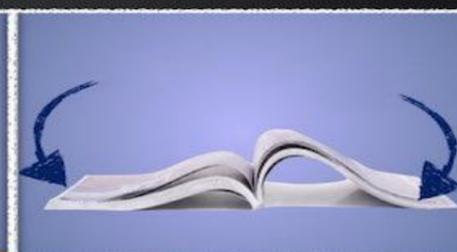
Правильно

Тактика 27:

Размещение рекламных сообщений ближе к краям



Неправильно



Правильно