

סיכום העקרונות המרכזיים של שיטת ABCDs

הדרך ליצירת מודעות מעולות מתחילה בעקרונות המרכזיים של שיטת ABCD:



קפצו ישר פנימה: נסו להגיע לפואנטה של הסיפור מהר יותר, מקדו את הצילום באובייקט הראשי והשתמשו בקצב שמתאים לרוח הסיפור כדי למשוך את הצופים פנימה.

הוסיפו אודיו ו-Supers כדי לתמוך בסיפור: חזקו את המסר שלכם באמצעות אלמנטים של אודיו וטקסט. הימנעו משימוש באלמנטים שמתחרים זה בזה על תשומת הלב של הצופים.

השתמשו ברכיבים חזותיים בהירים ובעלי ניגודיות גבוהה: בדקו שהרכיבים החזותיים נראים טוב בכל המכשירים.

A

**Attention
(תשומת לב)**

משכו את תשומת הלב של הצופים והשאירו אותם מרותקים למסך באמצעות סיפור עשיר וסוחף.



הציגו את המותג בשלב מוקדם של הסרטון ולכל אורכו: הכירו לצופים את המותג או המוצר שלכם כבר בהתחלה והקפידו להמשיך להציג אותו לאורך הסרטון.

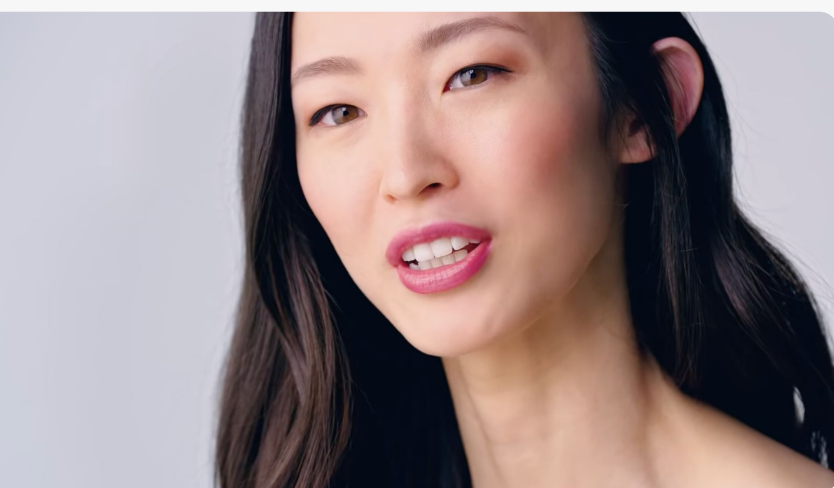
אמרו את שם המותג בקול: אזכורים קוליים של שם המותג משפרים את ביצועי הרכיבים החזותיים של המותג (להראות וגם להגיד).

מנפו את כל הנכסים שקשורים למותג: השתמשו במגוון רחב של רכיבי מיתוג שמתאימים למסר וליעד שלכם.

B

**Branding
(מיתוג)**

הציגו את המותג מוקדם, היטב והרבה.



האנישו את הסיפור: הצגת אנשים בסרטון עוזרת לצופים להתחבר לסיפור של המוצר ומאפשרת לכם לספר אותו בצורה טובה יותר.

התמקדו במסר: הימנעו משימוש ביותר מדי אלמנטים במודעה. המסר והשפה של המודעה צריכים להיות ממוקדים ופשוטים.

עוררו עניין בקרב הצופים: השתמשו בטכניקות שמעוררות רגשות בקרב הצופים, כמו הומור, הפתעה וסקרנות.

C

**Connection
(חיבור)**

עזרו לאנשים ליצור חיבור רגשי עם המותג.



הוסיפו קריאה לפעולה: התמקדו ביעד שהצבתם לעצמכם והוסיפו קריאה לפעולה שתעזור לכם להשיג אותו. ציינו מה שאתם רוצים שהצופים יעשו.

השתמשו באודיו כדי לשפר את הקריאה לפעולה: הוסיפו קריינות כדי לחזק את הקריאה לפעולה ולהבטיח שהצופים ידעו מהו השלב הבא.

D

**Direction
(הנעה לפעולה)**

עודדו את הצופים לבצע פעולה.