

Nội dung tóm tắt về bộ nguyên tắc **ABCD** cốt lõi

Những quảng cáo hiệu quả đều dựa trên bộ nguyên tắc ABCD cốt lõi:

A

Attention (Thu hút)

Thu hút và duy trì sự chú ý bằng câu chuyện hấp dẫn.

Đi thẳng vào vấn đề: Nhanh chóng đi thẳng vào trọng tâm của câu chuyện, sử dụng nhịp độ dồn dập và góc quay cận cảnh để thu hút người xem.

Thêm âm thanh và lớp phủ văn bản cho câu chuyện: Sử dụng âm thanh và văn bản để nhấn mạnh thông điệp. Tránh sử dụng những yếu tố đối nghịch nhau.

Sử dụng hình ảnh tươi sáng và có độ tương phản cao: Đảm bảo hình ảnh được tối ưu hoá cho mọi kiểu thiết bị.



B

Branding (Xây dựng thương hiệu)

Xây dựng thương hiệu từ sớm, thường xuyên và bằng nhiều cách.

Xuất hiện từ sớm và xuyên suốt: Giới thiệu thương hiệu hoặc sản phẩm của bạn ngay từ đầu và duy trì sự hiện diện đó.

Nhấn mạnh bằng âm thanh: Việc đề cập đến thương hiệu bằng âm thanh giúp tăng hiệu quả của hình ảnh thương hiệu trên màn hình (thính giác và thị giác).

Khai thác mọi thành phần thương hiệu: Sử dụng nhiều thành phần thương hiệu để truyền đạt mục tiêu và thông điệp của bạn.



C

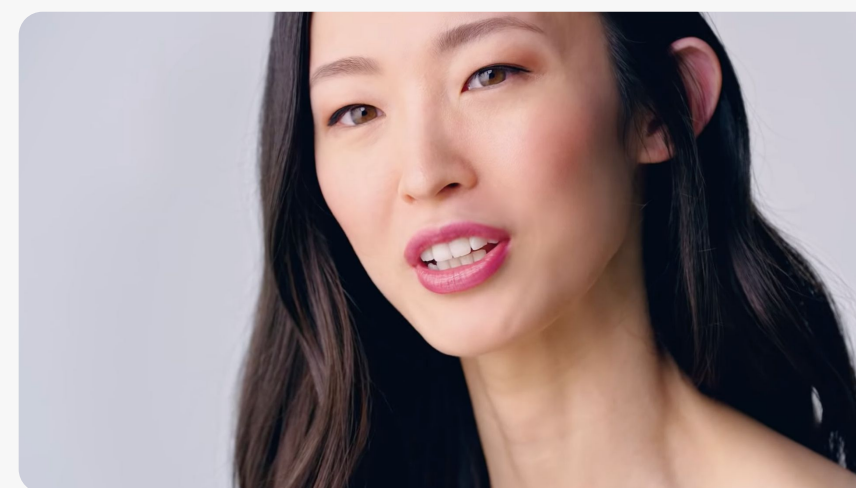
Connection (Kết nối)

Khơi gợi suy nghĩ hoặc cảm xúc của người xem.

Nhân hoá câu chuyện: Việc làm nổi bật con người có thể giúp câu chuyện về sản phẩm trở nên thuyết phục và gần gũi hơn với người tiêu dùng.

Tập trung vào thông điệp: Tránh đưa quá nhiều nội dung vào quảng cáo. Đảm bảo thông điệp và ngôn từ phải đơn giản và tập trung vào trọng tâm.

Thu hút: Khai thác những yếu tố thúc đẩy cảm xúc và kỹ thuật kể chuyện, chẳng hạn như gây hài, gây bất ngờ và khơi gợi trí tò mò.



D

Direction (Hướng dẫn)

Đề nghị người xem hành động.

Thêm lời kêu gọi hành động: Thêm lời kêu gọi hành động có chủ ý rõ ràng nhằm đạt được một mục tiêu cụ thể. Cho biết hành động mà bạn muốn người xem thực hiện.

Tăng hiệu quả cho lời kêu gọi hành động bằng âm thanh: Nhấn mạnh lời kêu gọi hành động trên màn hình bằng giọng lồng tiếng để đảm bảo bước tiếp theo được rõ ràng.

