

Riepilogo dei principi **ABCD** fondamentali

I grandi annunci iniziano con principi ABCD fondamentali:

A

Attention (Attenzione)

Cattura e mantieni alta l'attenzione con una storia coinvolgente.

Vai a fondo: arriva al cuore della storia più velocemente e usa un ritmo accattivante e un'inquadratura stretta per attirare gli spettatori.

Supporta la storia con audio e testo in sovrapposizione: rafforza il messaggio con audio e testo. Evita elementi in competizione tra loro.

Mantieni le immagini luminose e con un alto contrasto: assicurati che le immagini siano ottimizzate per tutti i dispositivi.



B

Branding (Branding)

Fai branding subito, abbondantemente e spesso.

Presenta subito e mantieni visibile il brand: introduci il tuo brand o il tuo prodotto fin dall'inizio e mantieni la sua presenza.

Rafforza il video con l'audio: le menzioni audio del brand potenziano la performance delle immagini del brand sullo schermo (vedere e dire).

Sfrutta tutti gli asset del brand: utilizza un'ampia tavolozza di elementi distintivi del brand che si adattino al tuo messaggio e obiettivo.



C

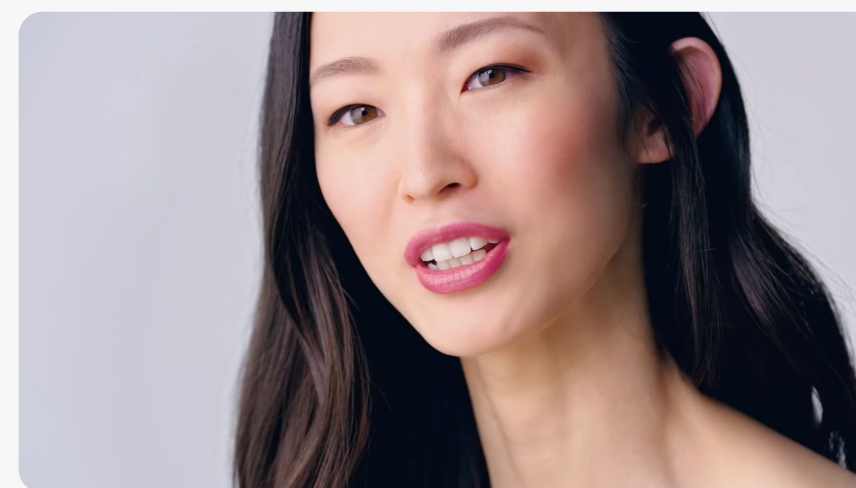
Connection (Connessione)

Stimola la riflessione o il coinvolgimento emotivo.

Dai un volto umano alla storia: includere persone può contribuire a raccontare una storia più efficace sul tuo prodotto, in cui il consumatore possa immedesimarsi.

Trasmetti un messaggio mirato: evita di strafare nel tuo annuncio. Mantieni la messaggistica e il linguaggio semplici e incentrati.

Coinvolgimento: sfrutta aspetti emotivi e le tecniche dello storytelling come l'umorismo, la sorpresa e il mistero.



D

Direction (Direzione)

Chiedi agli utenti di agire.

Includi un invito all'azione: aggiungi un invito all'azione per promuovere in maniera attiva l'obiettivo specifico che intendi raggiungere. Esplicita le azioni che gli spettatori dovrebbero compiere.

Usa l'audio per sottolineare il messaggio degli inviti all'azione: rafforza il tuo invito all'azione sullo schermo con una voce fuori campo per assicurarti che il prossimo passo sia chiaro.

