

# 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

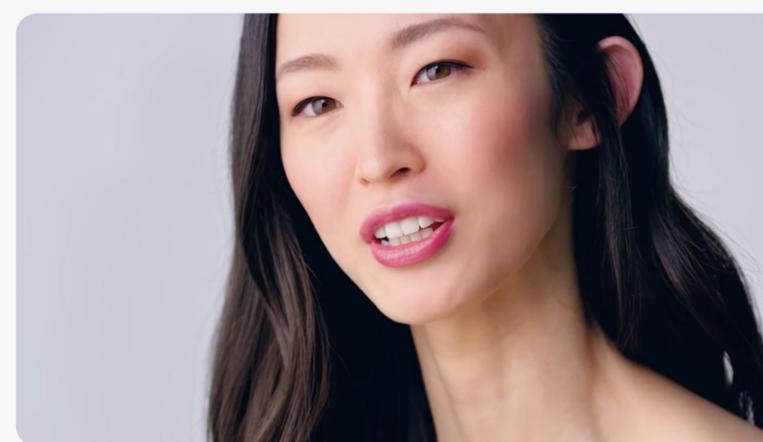
### Connection (Connessione)

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.

