**Практическая работа**

**По дисциплине «Рекламный текст»**

**Тема:** Составление рекламного текста по формуле AICDA

**Цель работы**: научиться применять формулу AIDA на практике

**Оборудование**: Компьютер типа IBM PC

 Программное обеспечение: Документ (Р7)

**Задание:** Рассмотреть, используя Интернет, любые пять видов наружной рекламы.

Описать составляющие формулы AIDA по каждому из выбранных реклам

## Основные сведения и определения

A — Attention (внимание),

I — Interest (интерес),

D — Desire (желание),

C –– Confidence (доверие),

A — Action (действие).

**Практическая часть**

Образцы:

По представленному примеру разобрать выбранную вами рекламу

**Пример:**

Для примера выбрана реклама банка Тинькофф

**Внимание**

Внимание привлекает артист Сергей Светлаков, который представлен в центре рекламного щита. Правая рука артиста указывает на небольшой размер.

**Интерес**

Чего? Например, в данной работе хотят заинтересовать маленьким процентом от банка. Интерес представляет и мимика артиста, и представленный интересный слоган

**Желание**

Использована классическая уловка — низкие проценты банка.

**Действие**

Реклама предлагает дешевые кредиты. Также, чтобы быстро и хорошо запомнить данные банка, в правом нижнем углу, в специальной выноске представлены адрес, телефон и сайт банка.

**Внимание**

В данном билборде внимание привлекает нестандартное расположение рекламируемого товара. Изображение кажется реалистичным из-за объема, который придали каждому элементу, изображенному на щите.

**Интерес**

В данной работе нас хотят заинтересовать декоративными вещами на каждый день, которые необходимы в быту.

**Желание**

Несмотря на то, что композиция данной рекламы выглядит немного странно, но передает некий домашний уют, тем самым и вызывает желание обустроить свою квартиру подобным образом.

**Действие**

Так как в нижнем правом углу расположен логотип магазина, предлагающего данные услуги, учитывая тот факт, что он очень популярен – найти его местоположение не составит труда.

**Доверие**

Доверие вызывают силуэты молодых людей. Они будто расслаблены и создают впечатление удовлетворенности от нахождения в уютных креслах.

**Внимание**

Внимание в данном билборде привлекает дерево, которое будто бы выходит за пределы разумного. А также, необычайно красиво выглядит цветовое сочетание цветов.

**Интерес**

Интересом в этой работе выступает надпись «Осталось завести ребенка». Тем самым нас призывают купить квартиру, подготовленную и для изни детей, поэтому нам необходимо приобрести жилье именно у них.

**Желание**

Из-за опрятной картинки и правильно выстроенной композиции появляется желание побывать в тех квартирах, хотя бы для осмотра.

**Действие**

Реклама предлагает нам различного рода апартаменты, завлекая нас необычной надписью, а также предоставляет нам свои координаты, чтобы мы могли быстро и без особых усилий связаться с ними.

**Доверие**

Наличие выступающего дерева вызывает доверие, так как элементы природы всегда располагают к себе.

**Внимание**

Несомненно, использование красного и черного цвета всегда привлекают внимание. Применение же этих двух цветов вместе останавливает на себе взгляд почти каждого человека, даже самого равнодушного к рекламам.

**Интерес**

Интересно смотрится сам продукт, который рекламируют. Выключатель подсвечен и это дает возможность визуализировать описание товара «Достоен вашего прикосновения!».

**Желание**

Именно визуализация к описанию вызывает желание прикоснуться к выключателю. Также, из-за цветовой обстановки создается ощущение, что после нажатия на кнопку произойдет что-то необычное, загадочное.

**Действие**

Минимум текста, изображений и ограничение несколькими цветами завораживает покупателя, поэтому уверенность в заинтересованности подтолкнула рекламодателя разместить данные о местонахождении его магазина, а также поделиться ссылкой на сайт, где можно подробнее ознакомиться с услугами до приезда в магазин.

**Доверие**

Реклама вызывает доверие своим качественно выполненным продуктом.

**Практическая часть**

По примеру сделать анализ любых пяти реклам, подобранных в Интернете.

Ответить на контрольные вопросы:

**Контрольные вопросы**

1. Какими приемами можно еще обратить внимание покупателей?
2. Чем еще можно заинтересовать?
3. В каких ситуациях люди отнесутся к рекламе с доверием? А в каких нет?
4. Как действие проявляется в рекламе?