

# Огляд основних принципів **ABCDs**

 YouTube Advertising

Ефективні оголошення створюються за основними принципами ABCD.

## A

### Attention (Увага)

Приверніть і утримуйте увагу користувачів за допомогою захопливої історії.

**Переходьте відразу до справи.** Швидше викладайте суть історії, дотримуйтеся захопливого темпу й чітко фокусуйтеся на основній думці, щоб привернути увагу глядачів.

**Зробіть історію привабливішою за допомогою аудіо й накладень.** Донесіть своє повідомлення через звук і текст. Не використовуйте елементи, що конкурують між собою.

**Створіть яскраві й контрастні візуальні матеріали.** Переконайтеся, що їх оптимізовано для всіх пристроїв.



## B

### Branding (Елементи бренду)

Представте бренд на початку й регулярно про нього нагадуйте.

**Відразу заявіть і постійно нагадуйте про себе.**

Представте свій бренд або товар на початку й надалі регулярно його згадуйте.

**Додайте аудіо.** Згадки про бренд у звуковій доріжці підвищують ефективність візуальних матеріалів про нього. Завдяки цьому ваш бренд запам'ятається на слух і на вигляд.

**Використовуйте всі наявні елементи бренду.** Застосовуйте широкий спектр елементів фірмової символіки, що відповідають вашому повідомленню й цілі.



## C

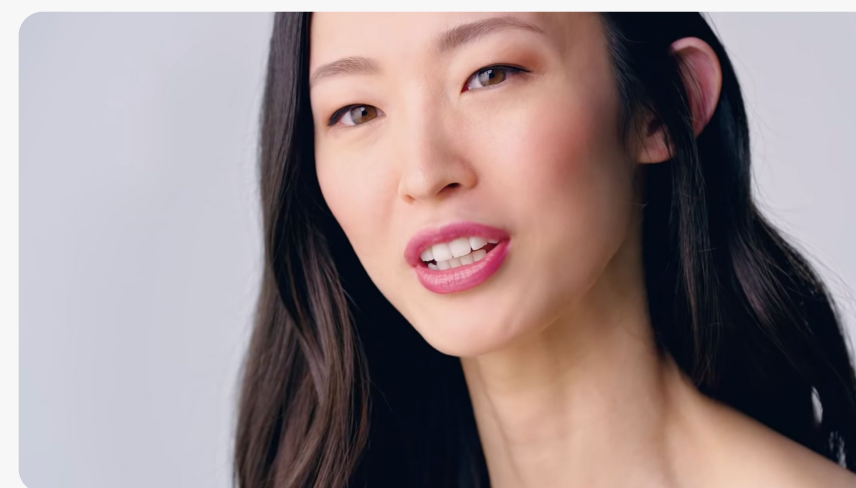
### Connection (Зв'язок)

Спонукайте користувачів до роздумів і викликайте в них емоції.

**Розвивайте свою історію навколо людей.** Так ви зможете розповісти цілісну історію про свій товар і зачепити споживачів.

**Зосередьтеся на основному повідомленні.** Не "засмічуйте" оголошення. Використовуйте прості й чіткі формулювання.

**Залучайте користувачів.** Застосовуйте емоційні важелі й прийоми створення візуальних історій, наприклад гумор, несподіванку й інтригу.



## D

### Direction (Спрямування)

Скеровуйте користувачів до дії.

**Розмістіть заклик до дії.** Спробуйте прорахувати наміри користувачів і додайте заклик до дії, що допоможе вам досягти своєї цілі. Розкажіть користувачам, що вони мають зробити.

**Підсильте заклики до дії за допомогою аудіо.** Озвучте заклик до дії, який з'являється на екрані, щоб користувачі розуміли, що їм робити далі.

