

Ringkasan inti **ABCDs**

Iklan luar biasa dibuat dengan prinsip inti ABCD:

A

Attention (Perhatian)

Tarik dan pertahankan perhatian dengan cerita yang imersif.

Langsung pada intinya: Sampaikan inti cerita dengan lebih cepat, serta gunakan tempo yang dinamis dan framing yang pas untuk menarik perhatian penonton.

Dukung cerita dengan audio dan superimposisi:

Perkuat pesan Anda dengan audio dan teks. Hindari elemen yang bersaing.

Pertahankan visual yang cerah dan sangat kontras:

Pastikan visual dioptimalkan untuk semua perangkat.



B

Branding (Pemberian merek)

Tampilkan merek yang mumpuni dari awal dengan sering.

Munculkan merek sejak awal dan di sepanjang iklan:

Perkenalkan merek atau produk Anda dari awal dan pertahankan kehadirannya.

Perkuat dengan audio: Audio penyebutan merek akan memperkuat performa visual merek di layar (perlihatkan dan sebutkan).

Manfaatkan semua aset merek Anda: Gunakan unsur merek yang cocok dengan pesan dan tujuan Anda.



C

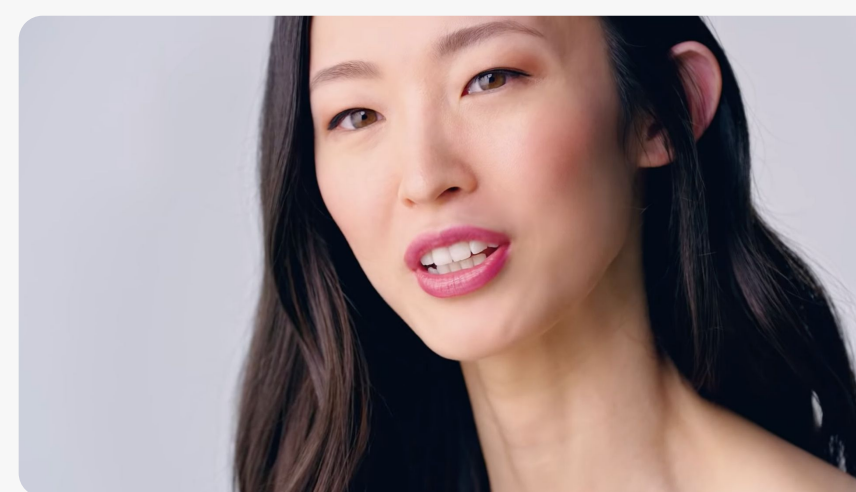
Connection (Hubungan)

Bantu orang memikirkan atau merasakan sesuatu.

Buat cerita yang manusiawi: Menampilkan orang dapat membantu Anda menyampaikan cerita produk yang lebih baik dan terhubung dengan konsumen.

Fokuskan pada pesannya: Jangan menampilkan terlalu banyak unsur dalam iklan Anda. Jaga agar pesan dan bahasanya tetap fokus dan sederhana.

Berinteraksi: Manfaatkan faktor emosional dan teknik bercerita seperti humor, kejutan, dan intrik.



D

Direction (Arahan)

Minta penonton untuk mengambil tindakan.

Sertakan CTA: Tunjukkan maksud yang jelas dan tambahkan CTA yang mendorong tujuan tertentu. Katakan apa yang Anda ingin audiens lakukan.

Dukung CTA dengan audio: Perkuat CTA di layar dengan voice-over untuk memastikan langkah selanjutnya disampaikan secara jelas.

