

Dr. Papp-Váry Árpád

A díjnyertes reklámok titka

**6 kreatív módszer, amiket ismerve
máris könnyebb bejutnod egy ügynökséghez**

I. Kommunikációs Nap, Gödöllő, SZIE, 2008. nov. 19.



Szövegíró
(copywriter)

Kreatívigazgató

Grafikus
(art director)

Kik csinálják a reklámokat?

Ügyfélkapcsolatis
(account)

Hogyan lehet bekerülni egy ilyen ügynökséghez?

Legyünk felkészültek!

Ma megismerünk 6 módszert

Mitől jó egy reklám?



A díjnyertes reklámok csoportosítása

The Fundamental Templates of Quality Ads

Jacob Goldenberg • David Mazursky • Sorin Solomon
The Jerusalem School of Business Administration, The Hebrew University of Jerusalem, Mt. Scopus,
Jerusalem 91905, Israel
msgolden@mscc.huji.ac.il • msmazur@mscc.huji.ac.il • sorin@oms.huji.ac.il

MARKETING SCIENCE © 1999 INFORMS
Vol. 18, No. 3, 1999, pp. 333-351

3 csoportnak ugyanaz a feladat

1. Csak a feladat
2. Brainstorming tréning, majd a feladat
3. Kreatív sémák, majd a feladat

6 alapséma

1. Extrém erőfeszítés
2. Abszurd alternatíva
3. Extrém következmény
4. Inverzió
5. Egyesítés
6. Metafora

1. Extrém erőfeszítés

Valaki végtelen erőfeszítéssel próbálja megszerezni az adott terméket, de akadályba ütközik.

Abba Kales Seafood

Akadály: „a halkrém tubus kiürült”

Legyőzése:
trükkök, ahogy még kipréselhetsz a tubusból

John West

Akadály: „a legjobb lazacra más is vadászik”

Legyőzése:
mindent bevetünk, ha kell, bunyóznak a termékért

2. Abszurd alternatíva

*Semmi gond, ne használd a mi termékünket,
már megtaláltad a tökéletes megoldást a problémára.*

Crisan Sampon

Fogyasztói előny: „megoldja korpásodási gondjaidat”

Abszurd megoldás:

Rendszeresen fésüld ki a hajadból a korpát.

1. Mennyiségi túlzás:

Mutass valakit, aki állandóan a haját fésüli: autóvezetés közben, megbeszéléseken, szeretkezés közben.

2. Találj ki egy szerkezetet:

Köss össze egy fésűt a porszívóval, így a kifésült korpa azonnal eltűnik.

Crisan Sampon

Fogyasztói előny: „megoldja korpásodási gondjaidat”.

Abszurd megoldás:

Rejtsd el a korpát valahogy!



Sealect Tuna

Fogyasztói előny: „segít megőrizni az alakodat”

Abszurd problémamegoldás:

- Hosszú ideig nem eszel
- Étkezések után hányasz
- Elmész zsírleszívásra
- Állandóan tornázol
- Behúzott pocakkal jársz
- Rátalálsz a pasira, aki kövéren szeret

3. Extrém következmény

Az esemény bekövetkezése termékünk
(túlzott) használatának eredménye.

Tabasco

Terméktulajdonság: „nagyon erős és csípős”

Túlzott fogyasztásának **valós következményei:**

- Forrón ég a szád
- A fájdalomtól fetrengsz
- Forró levegőt lehelsz

Tabasco

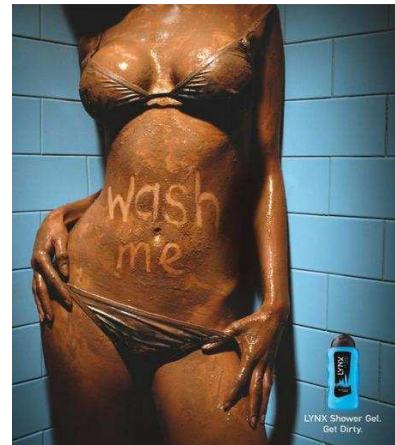
Terméktulajdonság: „nagyon erős és csípős”

Túlzott fogyasztásának **másodrendű következményei:**

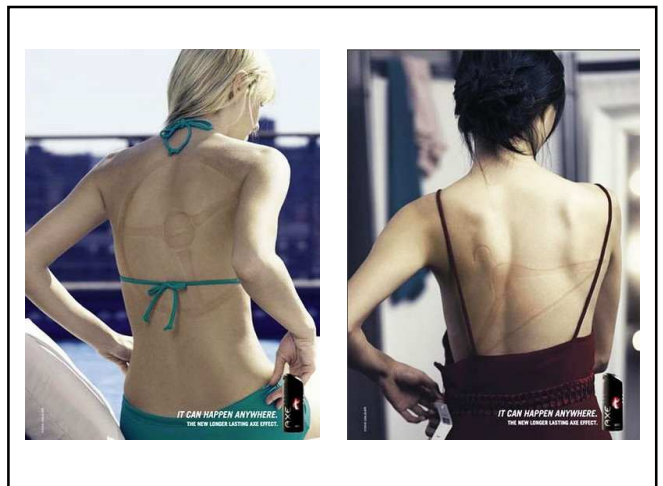
- Megégeti magát mindenki, akit megérint
- A vizeleted égetően forró, meggyújt bármit
- A verejtéked forr a bőrödön

AXE

Fogyasztói előny: „hódítani fogsz”

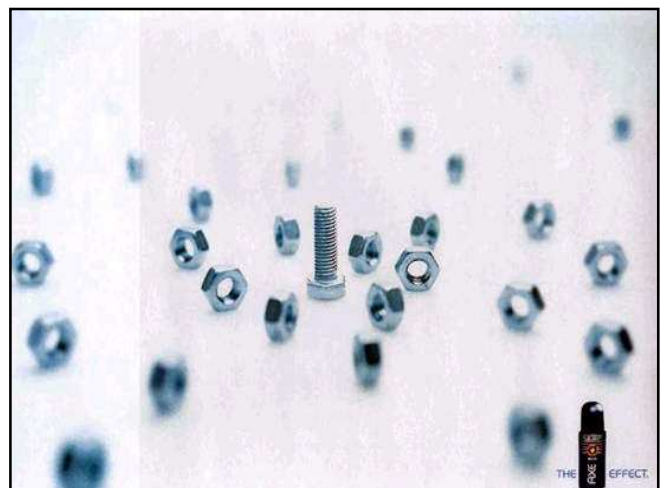
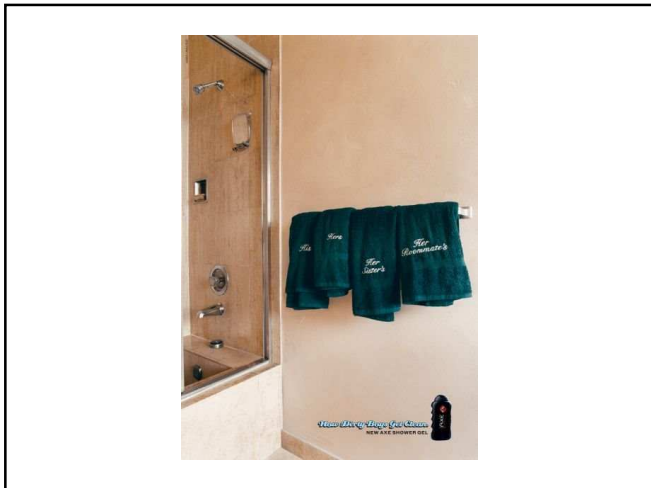


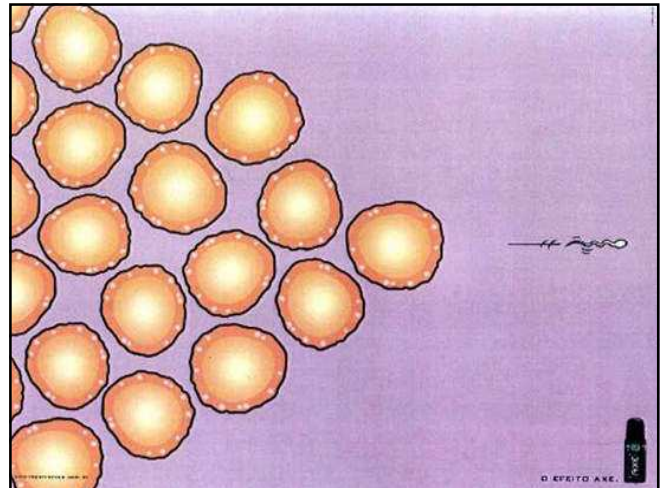
LYNX Shower Gel.
Get Dirty.



IT CAN HAPPEN ANYWHERE.
THE NEW LONGER LASTING AXE EFFECT.

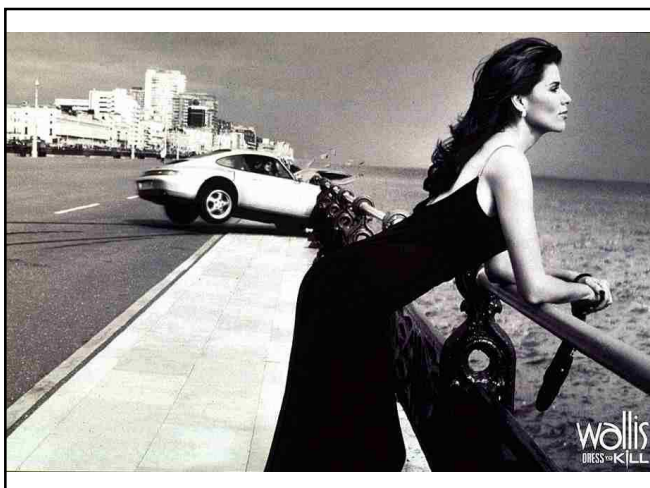
IT CAN HAPPEN ANYWHERE.
THE NEW LONGER LASTING AXE EFFECT.

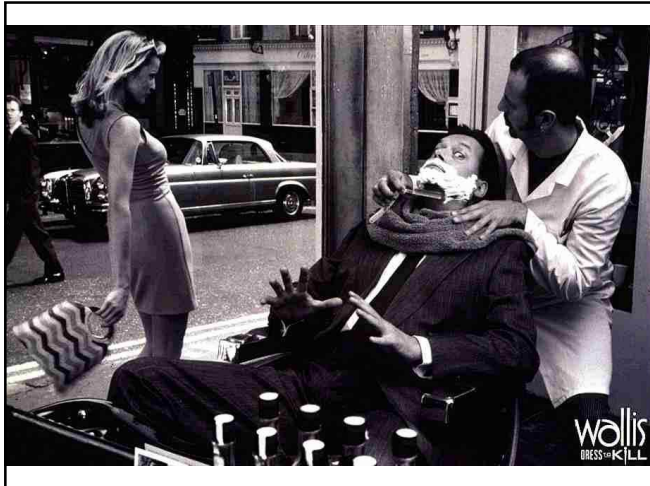




Wallis

Fogyasztói előny: „megfordulnak utána a férfiak”





4. Inverzió

(Extrém) helyzet, ahol a terméket nem használják és hiánya komoly problémát okoz.

Banki átutalással fizetett közműszámlák

Előny: „nem kerülsz kellemetlen helyzetbe”

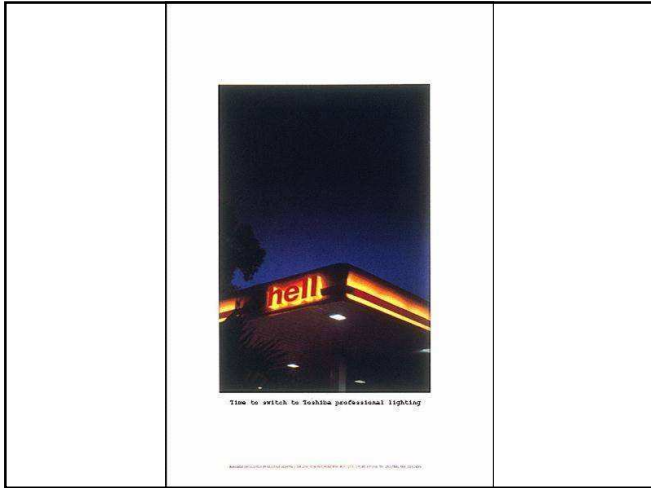
A kellemetlen helyzet, következmény kialakulása:

1. Elfelejtetted a fizetési határidőt.
2. A közművek kikapcsolják a telefont, a villanyt, a vizet stb.
3. Ezzel azonnal óriási bajba kerülsz.

Energizer

Fogyasztói előny: „hosszú élettartam”

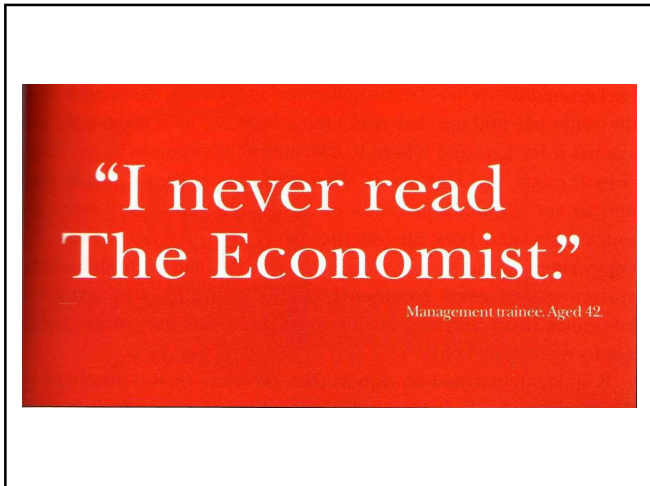






Economist

Fogyasztói előny:
„Okos leszel,
lépést tudsz tartani a világgal,
építed a karriered”



5. Metafora

A fogyasztó, a termék vagy a termékkelőny bemutatása helyett metaforát használunk.

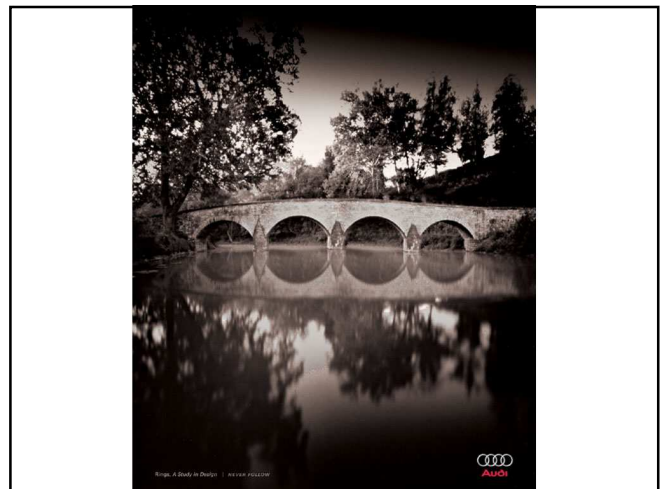
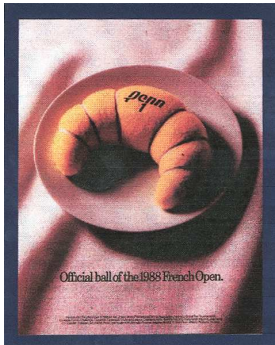
Levi's Engineered Jeans

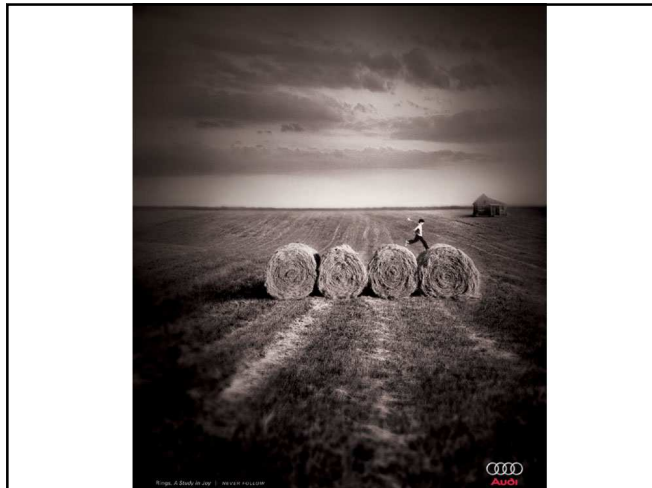
Fogyasztói előny: „a mozgás szabadsága”



Penn teniszlabda

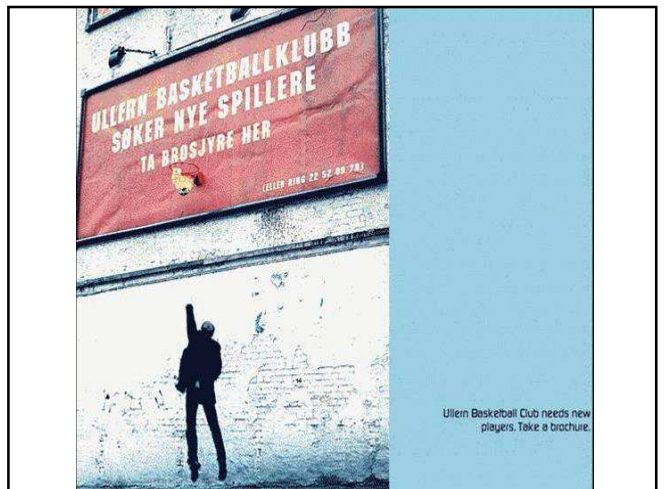
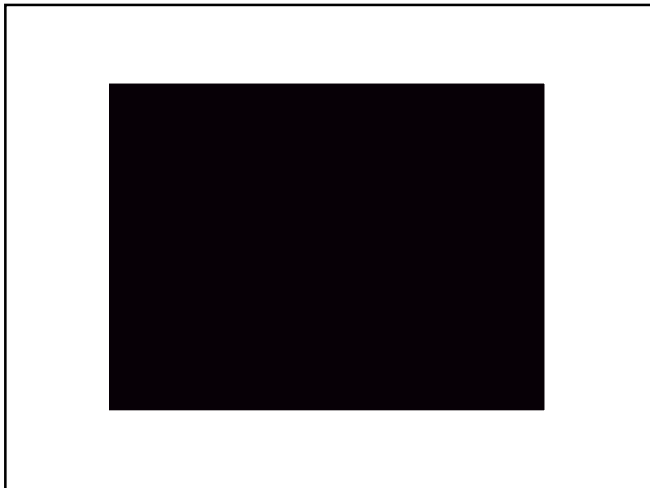
Alkalmom: a French Open

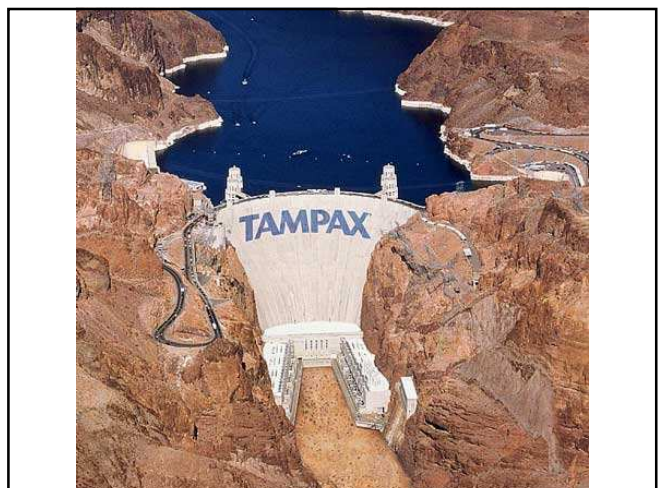


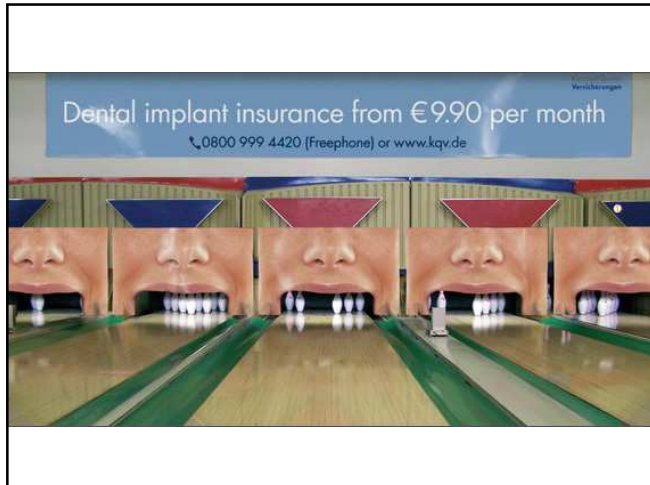


6. Egyesítés

Használj egy létező környezeti elemet
eredeti szerepétől eltérően!
(Különösen kültéri reklámok esetében)







A bemutatott 6 módszer segít, de
egy ügynökségnél mindenképp sokat kell dolgozni.

A bemutatott 6 módszer segít, de
rengeteget kell kérdezni

KÉRDÉSEK?

Dr. Papp-Váry Árpád
www.papp-vary.hu