

В ЧЕМ СИЛА КРЕАТИВА?

Используя креативные идеи для продвижения проекта, вы:

- Делаете свои послания интересными и помогаете им пробиться сквозь информационный шум.
- Можете показать тему под разными углами и привлечь тех, кто раньше ей не интересовался.
- Избегаете шаблонов и излишней прямолинейности.
- Рассказываете о серьезных проблемах, не пугая людей.



В рекламе приходится балансировать между креативностью и понятностью. Используйте интересные, но не сложные ассоциации. Проявляйте креативность в чем-то одном: либо в слогане, либо в визуальной части. Одно работает на запоминание или привлекает внимание, а другое объясняет суть.

КАК СОЗДАТЬ ХОРОШУЮ КРЕАТИВНУЮ ИДЕЮ?

Нужно понять свою ЦА, найти инсайт, «крючок», за который можно зацепиться.

- Используйте информацию, которую вы собирали перед запуском проекта (через исследования, опросы, онлайн-инструменты).
- Попробуйте прожить хотя бы один день как ваша ЦА (тот же общественный транспорт, те же места отдыха, просмотр такого же контента на youtube).

При таком погружении вы сможете придумать достойную идею и поймете, какие каналы и инструменты коммуникации лучше всего вам подойдут.



Чтобы развивать свою креативность, изучайте успешные кейсы (социальные и коммерческие), читайте профильные ресурсы, ходите на рекламные фестивали.

КРЕАТИВ В ТРАДИЦИОННЫХ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛАХ. ПРОСТОЕ ПРАВИЛО

Не рисуйте то, о чем пишете.

Не описывайте то, что нарисовали.

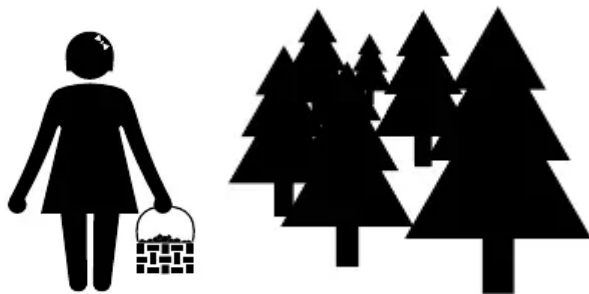
Это правило будет полезно, если вы решили использовать баннер или видеоролик.

Здесь мы хотим сказать, что важно беречь лес.

ВАРИАНТ 1

Маленькая милая девочка, которая собирает ягоды.

Слоган: «Сохраним лес для будущих поколений».



Вроде бы все логично, но вместо запоминающейся игры слов и смыслов, мы просто продублировали информацию.

ВАРИАНТ 2

Разделено на две части. В одной – девочка в лесу, а в другой – молодая женщина (та же девочка, но годы спустя). Лес не изменился. О наступившем будущем говорит только футуристичный дрон, пролетающий мимо.

Слоган: «Хочу, чтобы лес не исчез».



Короткое, ритмичное, информативное сообщение, и картинка с понятными ассоциациями. Текст и визуал связаны, но не повторяют, а дополняют друг друга.

ОМНИКАНАЛЬНАЯ КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Современная креативная концепция должна быть **омниканальной**, т.е. проецироваться на любые медиа и связывать их.

В последние годы практически нет случаев, когда проект продвигается только в инстаграме или только на ТВ.

Присутствие во всех каналах – вот правильная стратегия.

Часто один канал может переводить пользователя в другой.

Канал 1	Канал 2	Канал 3	Канал 4
Пользователь увидел постер	Через мобильное приложение дополненной реальности сфотографировал его	Автоматически перешел на сайт проекта	На сайте воспользовался функцией «поделится в соцсетях»