**Секреты успешной рекламы**

На протяжении жизни, мы видим миллиарды реклам. Некоторые из них хорошие, а некоторые плохие. Поскольку реклама стоит дорого, важно знать, как делается успешная реклама, чтобы не тратить деньги на плохую рекламу. Данная статья раскроет секреты производства успешной рекламы.

**Секрет № 1 – простота**

Это очень важное, но, не смотря на это, наиболее часто не принимаемое во внимание правило дизайна. Секрет кроется в том, что простая, не перегруженная информацией в виде текстов и изображений реклама намного легче воспринимается. Основная цель рекламы заключается в том, чтобы подтолкнуть людей к покупке товара или услуги. Следующая по важности цель - стимулирование интереса потребителей к продукту или услуге.

**Секрет № 2 - сосредоточьтесь на пользе**

Польза от товара повышают продажи, но не делают товар особенным! Люди хотят знать, какую пользу принесет им использование именно этого товара. Потребителей больше интересует польза от товара, а не его характеристики. Например, предположим, что товар получил престижную премию. Вы гордиться этим, но, не делайте основной упор в рекламе на этот факт. Люди, быстрее приобретут именно тот товар, который принесет им больше пользы и поможет сэкономить время.

**Секрет №3 - обращение к целевой аудитории**

Не пытайтесь делать широконаправленную рекламу. Составляйте рекламу таким образом, чтобы она была направлена на целевую аудиторию. Благодаря этому реклама будет более эффективной и соответственно успешной. Помните, все люди находятся на различных этапах своей жизни, и всем нужны разные вещи. После того как было определено, на каком этапе жизни находится целевая аудитория, можно сделать рекламу, которая наиболее хорошо отражает ее эмоциональное состояние.

**Секрет № 4 - эмоциональный призыв**

Дизайн рекламы нужно выстраивать таким образом, чтобы показать потребителям, какие чувства вызывает товар или услуга. Это очень эффективный маркетинговый ход, поскольку реклама действует на подсознательном уровне и создает в сознании потребителей определенный образ товара или услуги. В подобных рекламах показывают счастливых, обнимающихся и целующихся людей, которые приобрели товар или воспользовались какой-либо услугой. После того как потенциальный потребитель несколько раз просматривает, слышит или видит подобную рекламу, рекламируемый товар или услуга начинает ассоциироваться со счастьем, любовью, радостью. Такая реклама чаще всего становится успешной.

**Секрет № 5 – привлечение внимания и уникальность**

В рекламе не нужно делать все так, как это принято в реальной жизни. В детстве всем говорили, что вишня красная, а лимон желтый. И если кто-то раскрашивал их “неправильным” цветом, то на это обращали внимание и исправляли на “правильный” красный и желтый цвет. Но как только все было нарисовано “так как надо”, рисунок сразу, терялся среди огромного множества таких же “правильных” рисунков. В рекламе нужно мыслить шире. Для того чтобы на рекламу обратили внимание, чтобы реклама стала успешной, она должна быть неординарной, уникальной, не такой как все остальные. Некоторые лучшие рекламы настолько эффективны, именно благодаря своей уникальности и тому, что они полностью отличаются от всех других. Решите, что является самой важной частью рекламы. Затем найдите способ выделить это среди всего остального. Составьте рекламу так, чтобы глаз останавливался сначала на наиболее важном моменте, затем на втором по важности моменте, и так далее.

**Секрет № 6 – цвет**

Успешность рекламы напрямую зависит от применяемого в ней цвета и сочетания цвета друг с другом. Согласно исследованиям психологов, 60% впечатления от рекламы товара или услуги приходится именно на цвет. В первую очередь человеческий глаз привлекают красный и желтый цвет и только потом идут все остальные цвета. Черный текст на желтом фоне представляет собой наиболее эффективную комбинацию цветов. В разных культурах один и тот же цвет имеет различное значение, и это нужно учитывать при создании рекламы. Для рекламных целей, крайне важно, чтобы дизайн привлекал целевую аудиторию. Попробуйте подобрать цвета, которые будут соответствовать рекламному сообщению.

**Секрет № 7 – кальки**

Используйте как можно меньше слов. Пытайтесь использовать слова, которые привлекают внимание, такие как мощный, удивительный, шокирующий, и показательный. Убедитесь, что кальки, которые используются в рекламе, будут понятны аудитории. Используйте четкие, легко читаемые и достаточно большие шрифты. Также убедитесь, что в рекламе достаточно плавные переходы. Аудиторию могут смутить, постоянные переходы с одной темы на другую.

**Секрет № 8 - правдивость**

Реклама не будет успешной, если ей никто не верит. Даже самая креативная, красочная и привлекающая внимание реклама будет неэффективной, если люди не верят тому, что в ней говорится. Правдивость имеет огромное значение, и это никак нельзя забывать!

**Секрет № 9 - акцент на проблемах потребителей**

Люди всегда ищут пути сделать что-то как можно легче. Делайте рекламу, которая поможет решить определенные проблемы потребителей. Попробуйте начать рекламу с вопроса, решить который было бы легко при помощи рекламируемого товара или услуги. Вот несколько общих примеров:

“Устали следить за собственным весом?” “Хотите быть сами себе начальником?” “Хотите, чтобы счет за сотовый телефон был меньше?” “Недовольны своим внешним видом?”

**Секрет № 10 - призыв к действию**

Не забудьте рассказать людям, что же вы от них хотите. Не бойтесь в конце рекламы сказать: “Купите прямо сейчас”, “Звоните сегодня!” или “Посетите наш магазин.” и т.п.

**Секрет № 11 - признание рекламодателей**

Не забудьте указать свое имя и / или логотип на всех рекламах. Убедитесь в том, что они написаны достаточно крупным шрифтом, чтобы быть видными. Нет ничего плохого в том, что увидев хорошую рекламу, вам интересно, кто ее сделал.

**Секрет № 12 – совместимость**

Убедитесь в том, что использующиеся графика, слова, слоганы, и т.д. хорошо сочетаются, и не противоречат друг другу. Если после просмотра рекламы у потребителей остаются невыясненные вопросы, то реклама не будет эффективной.

**Секрет № 13 - запоминаемость**

Успешная реклама производит неизгладимое впечатление на всех. Сделайте в рекламе что-то особенное и уникальное, это поможет сделать рекламу запоминающейся. Запоминающаяся реклама начинает действовать на подсознательном уровне.

**Секрет № 14 - повторение**

Реклама будет выглядеть более профессиональной, если использовать одни и те же шрифты и цвета, так часто, насколько это возможно. В среднем человек должен увидеть рекламу 7 раз, прежде чем ее запомнить. После того как вы создали одну успешную рекламу, используйте ее как можно чаще и везде где это представляется возможным. Это прочно свяжет рекламу и товар в сознании потребителей, отчего в свою очередь зависит успех рекламы.