Šiuolaikinis reklamos vartotojas yra išrankus ir atkreipia dėmesį tik į originalias, šokiruojančias, efektingas reklamas. Saldus paviršutiniškas banalus reklamos pateikimas lieka praeityje, dabar reklamos kūrėjai turi pasitelkti savo kūrybiškumo galias, laužyti standartus, ieškoti neišmindžiotų kelių kaip pasiekti ir paveikti vartotoją. Vienas iš esminių veiksnių, į kurį būtina sutelkti daug dėmesio ir darbo, kuriant reklamą – tai reklamos tekstas.

Trečiasis reklamų konkurso *STARtuok!* seminaras su 15 metų patirtį rinkodaros srityje turinčia specialiste Daina Bytautaite Motiejūniene buvo būtent apie tekstą reklamoje: jo išdėstymą, šūkių kūrimą, žodžių žaismą, įvairias stiliaus priemones. Intriguojantis seminaro pavadinimas – „Pasakyk man tai, ko nežinočiau ir taip, kad nugriūčiau“ pritraukė daug jaunimo, norinčio pasisemti genialių idėjų ir patarimų, padėsiančių jiems kurti paveikų reklamos tekstą.

Taigi koks reklamos tekstas priverčia vartotoją stabtelėti ir pamatyti TAVO reklamą? Lektorė išskiria šiuos esminius kriterijus, kuriant reklaminį tekstą:

- SUDERINAMUMAS. Teksto ir vaizdo darna. Tekstas turi draugauti su vaizdu, abu šie elementai turi papildyti vienas kitą, padėti sustiprinti įspūdį.

- TIKSLINGUMAS. Reikia žinoti, kam ir ką norima pasakyti bei kaip tai padaryti minimaliausiomis žodžių sąnaudomis. Žodžių kruopštus ieškojimas ir atrinkimas, paliekant tik stipriausius ir įsimintiniausius žodžius, lemia reklamos efektyvumą.
- 50% - RACIONALUMO, 50% - EMOCIJOS. Kad reklama būtų suprantama ir paveiki tiek vyrams, tiek moterims, reikia išlaikyti pusiausvyrą – kuriant reklamos tekstą derinti logiką ir jausmingumą, nepamirštant nei vieno iš jų.
- VISADA PRISIMINTI, KAS DŽIUGINA ŽMONES. Žmonių psichologijos išmanymas ir pažinimas išlieka svarbiu kriterijumi, kuriant tobulą reklamos tekstą. Visais laikais žmonėms patiko ir patiks humoras, paslaptys, mįslės, mitai, citatos, patarlės. Panaudojus šiuos komponentus, pateikta reklama atrodo lengva ir žaisminga, sukelia vartotojo šypseną, o tai garantuoja pasisekimą.
- KITONIŠKUMAS. Kūrybiškumas ir fantazija – nuolatiniai reklamos tekstų kūrėjo palydovai! Reklamos patrauklumas slypi originalume, šoko efekte, stereotipų naikinime. Lektorė raginama drąsiai maišyti žanrus, naudoti kontrastingus, netikėtus žodžių junginius, specialiai daryti kūrybines klaidas, pateikti atvirkštines istorijas, semtis idėjų iš vaikų, kurie pasižymi ypač lakia fantazija.

Šį ketvirtadienį (gegužės 6 d. 18val.) duos startą ketvirtasis konkurso seminaras su lektoriumi animatoriumi-iliustratoriumi **Artūru Krištopaičiu, kuris besidomintiems virtualiąja reklama papasakos *Kaip pagaminti (ne)erzinantį banner'į (liet. reklaminį skydelį).***
Tad *STARtuok!* visų laukia VU Kauno humanitariniame fakultete (Muitinės g. 12., V aud.).

Būtina išankstinė registracija http://startuok.vukhf.lt/registracija

Aistė Žiauberytė

Trečiojo konkurso STARtuok! seminaro prezentaciją gali parsiųsti

čia










Kas patinka žmonėms?
Humoras,
paslaptys ir netikėtumai,
istorijos, legendos,
mitai, mįslės,
žymių žmonių minčių
citatos.
Ooh-la-la!














Kaip aprašyti prekę/ paslaugą
Savybės
Privalumai
Nauda



