



№1 КАК НАЙТИ ИДЕЮ

шпаргалка
копирайтера

Как найти сильную рекламную идею? Воспользуйтесь списком 50 вопросов. Применяйте буклет для обучения сотрудников, в работе над рекламой и просто для развлечения. Проверено – работает!

Задавая себе эти вопросы, вы работаете с общественными табу, самоограничениями, стереотипами, залезаете в бессознательное, сопоставляете далекое и разрушаете очевидное. Тратьте на задания по 10–20 минут.

1. ■ Сделайте героем рекламы создателя товара (или испытателя товара). Придумайте для него легенду.
2. ■ Маньяк – страстный любитель вашего продукта. Он проявляет супер-жадность, чтобы не делиться с другими. Ваш продукт везде мерещится ему! Чем он пожертвует ради продукта? В какие глупые ситуации попадет?
3. ■ Вспомните маленькие происшествия, которые были с вами недавно. Или то, что вам рассказали. Сделайте из них сценарии рекламы.
4. ■ Что, если персонажа рекламы назвать именем вашего бренда?
5. ■ А что, если имя вашего бренда зашифровать в рекламе, сделать из него ребус? Или построить сюжет на одном из значений имени вашего бренда?
6. ■ Положите перед собой часы. За 10 минут напишите 10 рекламных идей. Скорость – хороший помощник, не остается времени на самокритику.
7. ■ Напишите бриф. А теперь сократите его до трех слов. До двух. До одного!
8. ■ Сформулируйте рекламное послание.

Перескажите его стихами: будет ритм – появится и новый смысл!

9. ■ Напишите все возможные рифмы к имени бренда. То же самое сделайте с названием товара. Так играя, вы найдете идею.

10. ■ Воспользуйтесь результатом 9 упражнения. Сочините несколько простых забавных стишков, в которых рифмуется имя вашего бренда – строго по одинаковой модели. И предложите аудитории продолжить эту серию! Можно также придумать модель забавной фразы – и предложить публике сочинять вариации.

11. ■ А что, если из имени вашего бренда сделать глагол? Прилагательное? Наречие? Или новый «профессиональный термин»?

12. ■ Что сказал бы про ваш товар пожарник, старушка из соседнего подъезда, молодая мамаша, безвылазно сидящий за компом геймер, президент страны, итальянский мафиози?

13. ■ Человек, который ненавидит ваш продукт. Что он говорит о продукте? Представьте, какие у него могут быть приключения. И конечно, каждый раз товар выручает его!

14. ■ Придумайте персонажей, которые похожи между собой – этаким народцем. Например, их имена – это переделанное имя бренда. Или они окрашены нестандартно. Или у них какая-то физическая особенность. Теперь вы можете делать рекламный сериал.

15. ■ Представьте, что чистый лист бумаги – это ваш плакат. Какой предмет вы мысленно поместите в центр? Запишите 5 предметов, которые вы УВИДИТЕ на белом листе. Что общего у каждого из них с вашим товаром? Сделайте по 3 идеи на каждый предмет. Итого 15 идей – есть из чего выбирать!

16. ■ Пусть на вашем плакате или в ролике будет все-все красное! Не нравится красный? Тогда пусть будет желтое!

17. ■ Посмотрите на рекламу других товарных категорий – вам что-то нравится? Сформулируйте суть идеи общими словами, убрав конкретику о товаре и бренде. Посмотрите на формулу внимательно, осознайте ее – и придумайте по ней другую идею для себя.

18. А что если подать в рекламе ваш продукт как косметику? Или так, как обычно рекламируют пиво? Мобильную связь?

19. Вместо рекламы воспользуйтесь одним из альтернативных каналов коммуникации: дизайн, спорт, пресса, политика, религия, кино, поп-музыка, театр, фото, видео.

20. Сделайте на базе вашего товара модный показ. Только не фрик-шоу, а чтобы действительно захотелось надеть футболку или взять в руки сумочку. Для успеха нужно немного – смелость и хорошие модельеры.

21. Попробуйте сделать рекламу в классическом жанре: детектив, квест с кладом, триллер, сказочное приключение, любовная драма.

22. Какое самое главное потребительское свойство вашего товара? Не смущайтесь, что оно общее с конкурентами. А теперь заявите, что это главное свойство потребитель может получить НАВЕРНЯКА, выбрав ваш товар. И что все остальные свойства – это рекламная чепуха!

23. Придумайте необычный способ продажи вашего товара. Может быть, это станет темой рекламы?

24. Как бы ругали ваш товар угонщики автомобилей? Зимние рыбаки на льдине? Гламурные модели? Дамы за рулем, застрявшие в пробке? Депутаты Госдумы?

25. Как можно с помощью рекламы уменьшить продажи вашего товара? Как можно рекламируясь уменьшить знание марки?

26. Комическая пара – сильное решение. Двое друзей-врагов, которые постоянно ссорятся, и при этом не могут друг без друга – хорошая основа для бесчисленных историй.

27. Эксгибиционизм – страшная сила! Как ваш потребитель может показать свое лицо или тело в вашей рекламе? Продемонстрировать знания, способности, убеждения?

28. Ваш товар плох, он совсем никуда не годится... если его применять не по назначению!

29. Ваша аудитория ведь о чем-то мечтает? Мечтайте вместе с нею – и неважно, если это не будет напрямую связано с вашим товаром. Организуйте для людей возможность делиться мечтой.

30. Предложите аудитории сделать рейтинг товарного ассортимента, который выпускается под вашим брендом.

31. Устройте конкурс фотографий, на которых был бы запечатлен ваш товар. Для заправки сделайте десяток безумных фото в разных жанрах.

32. Конкурс по раскрашиванию вашего товара: узоры, граффити – годится все!

33. Пусть потребители поделятся хитростями использования вашего товара.

34. Смешной пример заразителен: покажите в рекламе смешных потребителей, которые странно, но весело используют ваш товар.

35. Пусть кто-то (или что-то) пропадет с вашего производства или фирмы. «Помогите найти пропавшего!»

36. Мистификация о научном открытии огромной важности. Только развязка должна быть с юмором!

37. Пусть аудитория подбирает фото к готовой интересной фразе (или фразу к забавному фото).

38. Придумайте необычную подвижную игру, новое спортивное состязание – с использованием вашего товара.

39. Уличное шествие людей, которые НЕ пользовались вашим товаром.

40. Выступите в защиту какой-нибудь человеческой слабости.

41. Пародия на типичную рекламу вашей товарной категории.

42. Попробуйте сочинить очень глупую рекламу. Настолько запредельно глупую, чтобы она выделялась на фоне общей рекламной серости.

43. Мы в рекламе всегда немного хитрим: когда говорим, что мы прекрасные – забываем о конкурентах, когда даем скидку – думаем о прибыли, и так далее. А что, если признаваться в хитрости? Предельный цинизм – подкупает!

Журнал “Рекламные Идеи”

www.advi.ru,

телефон редакции (812)-273-97-10.

44. Повторите в рекламе несколько раз одну и ту же фразу (предмет, цифру).

Повтор гипнотизирует и создает комизм.

45. Что такое приключение? Это необычное место, малое количество персонажей, героическая профессия, узнаваемая лексика, романтическая тайна, энергичное действие и неожиданные повороты сюжета!

46. Неожиданная точка зрения – глазами самого продукта, ребенка, животного, любого предмета из вашего обихода.

47. Представляете себе школьное наглядное пособие? Все крупно, четко и доходчиво.

Сделайте такую рекламу!

48. А что если сделать модель продукта: уменьшенную или увеличенную, в качестве отражения, в необычном материале, в виде произведения искусства, игрушки?

49. Ищите подходящие глаголы действия: жечь, двигать, ломать, сиять... Они помогают создать драматизм, доходчивей передать ситуацию.

50. Ничего не выходит? Разозлитесь и рубите с плеча: эмоция креативна!

Журнал “Рекламные Идеи” выходит 6 раз в год объемом 120 полос.

В каждом номере – россыпи идей создания компонентов бренда, нестандартных коммуникаций, яркого креатива. А также разговоры с мировыми профи рекламы и описания эффективных кампаний.

Кредо журнала – перспективный взгляд на рекламу. Никаких сплетен, новостей, ненужных цифр – только то, что может быть использовано в работе. Все изложено максимально просто.

Редакция входит в состав жюри конкурса Erika Awards с 1999 года, является официальным медиа-партнером конкурса Euro EFFIES.

Все подписчики журнала имеют доступ к электронному архиву, который включает более 500 описаний рекламных кампаний.

Подписаться можно на сайте www.advi.ru, телефон редакции +7-812-2739710.

Напишите нам на ola@paprika.ru – и мы пришлем вам вторую часть: КАК УСИЛИТЬ ИДЕЮ, 50 наводящих вопросов (pdf). В письме назовите ваше имя и фамилию, компанию и область ее деятельности. В теме письма напишите «КАК УСИЛИТЬ ИДЕЮ».

За идеи вопросов спасибо Леонардо да Винчи, Эдварду де Боно, Жану-Мари Дрю, Виталию Ильинскому, Андрею Логвину, Маргарите Васильевой.

