

Temel ABCD özeti

YouTube Advertising

İyi reklamlar temel ABCD prensipleriyle başlar:

A

Attention (Dikkat)

Etkileyici bir hikayeye dikkat çekin ve ilgiyi canlı tutun.

Sözü dolandırmayın: Hikayenin can alıcı noktasına daha hızlı varın, ilgiyi canlı tutan bir ilerleme hızı ve dar bir kadraj kullanarak izleyicilerin dikkatini çekin.

Hikayeyi ses ve super'larla destekleyin: Vermek istediğiniz mesajı ses ve metinle pekiştirin. Birbiriyle çatışan öğeler eklemekten kaçının.

Parlak ve yüksek kontrastlı görseller kullanın: Görsellerin tüm cihazlar için optimize edildiklerinden emin olun.



B

Branding (Marka bilinci)

Markayı hemen gösterip sık sık hatırlatın ve diğer öğelerle pekiştirin.

Markayı ilk andan itibaren sürekli gösterin: Markanızı veya ürününüzü reklamın hemen başında tanıttın ve reklam boyunca görünmelerini sağlayın.

Sesi kullanarak etkiyi artırın: Markanın adını seslendirmek ekrandaki marka görsellerinin performansını büyük oranda yükseltiyor (gösterin ve seslendirin).

Tüm marka varlıklarınızdan yararlanın: Mesajınıza ve hedefinize uyacak geniş yelpazedeki marka öğelerini kullanın.



C

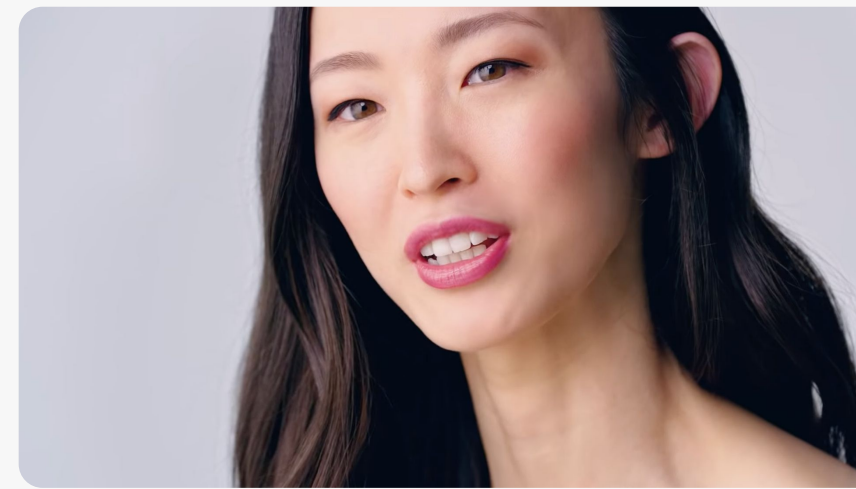
Connection (Bağlantı)

Kullanıcıların zihninde markanızla ilgili fikir oluşturun.

Hikayede insanlara yer verin: Reklamınızda insanlara yer vererek ürününüzle ilgili daha iyi bir hikaye oluşturabilir ve tüketicinizle bağ kurabilirsiniz.

Mesaja odaklanın: Reklamınızda gereksiz öğelere yer vermeyin. Mesajın ve kullandığınız dilin belirli bir konuya odaklanmasını ve sade olmasını sağlayın.

Etkileşim kurun: Duygusal unsurların yanı sıra mizah, şaşırtma, merak uyandırma gibi hikaye anlatma tekniklerine yer verin.



D

Direction (Yönlendirme)

Kullanıcıları harekete geçmeye yönlendirin.

Bir CTA ekleyin: Belirli bir hedefe yönelik CTA kullanın. İzleyicilerinizden ne yapmalarını beklediğinizi belirtin.

CTA'ları seslerle destekleyin: Ekrandaki CTA mesajınızı seslendirmeye pekiştirerek sıradaki adımın açıkça anlaşılmasını sağlayın.

