

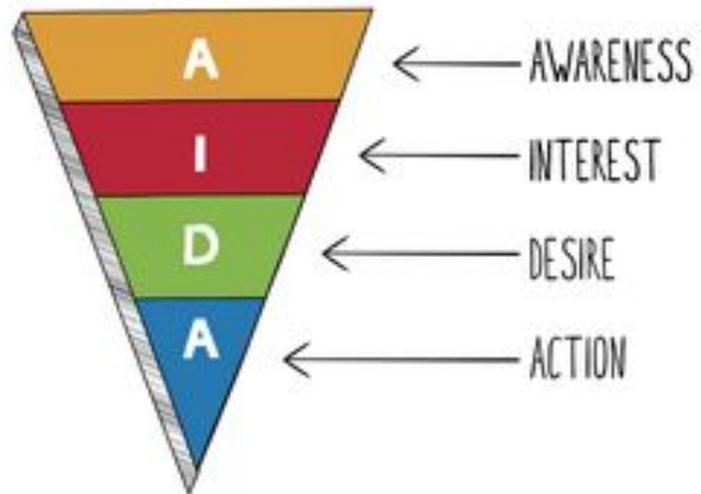
КОНЦЕПЦИЯ AIDA

выполнила студентка

Макарова Юлия

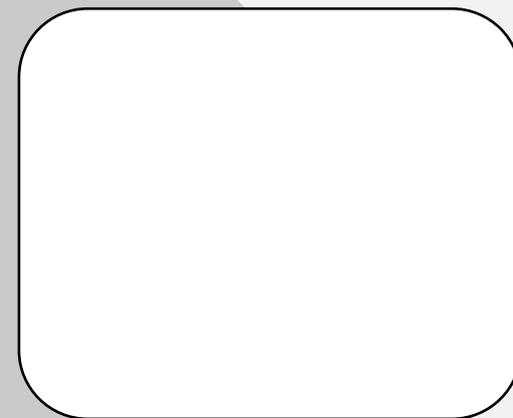
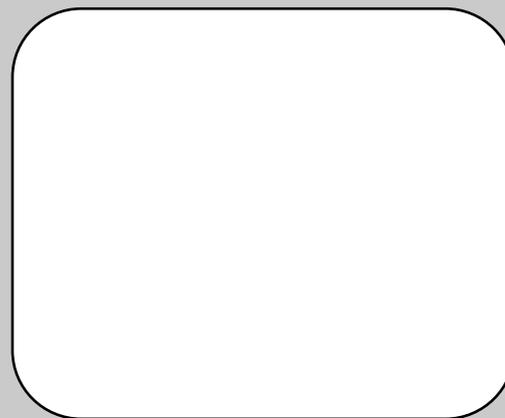
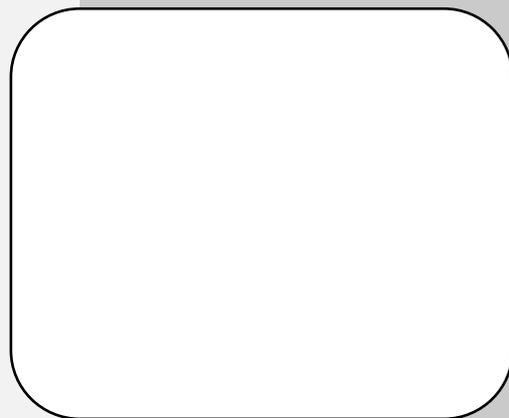
группа 3-15-02

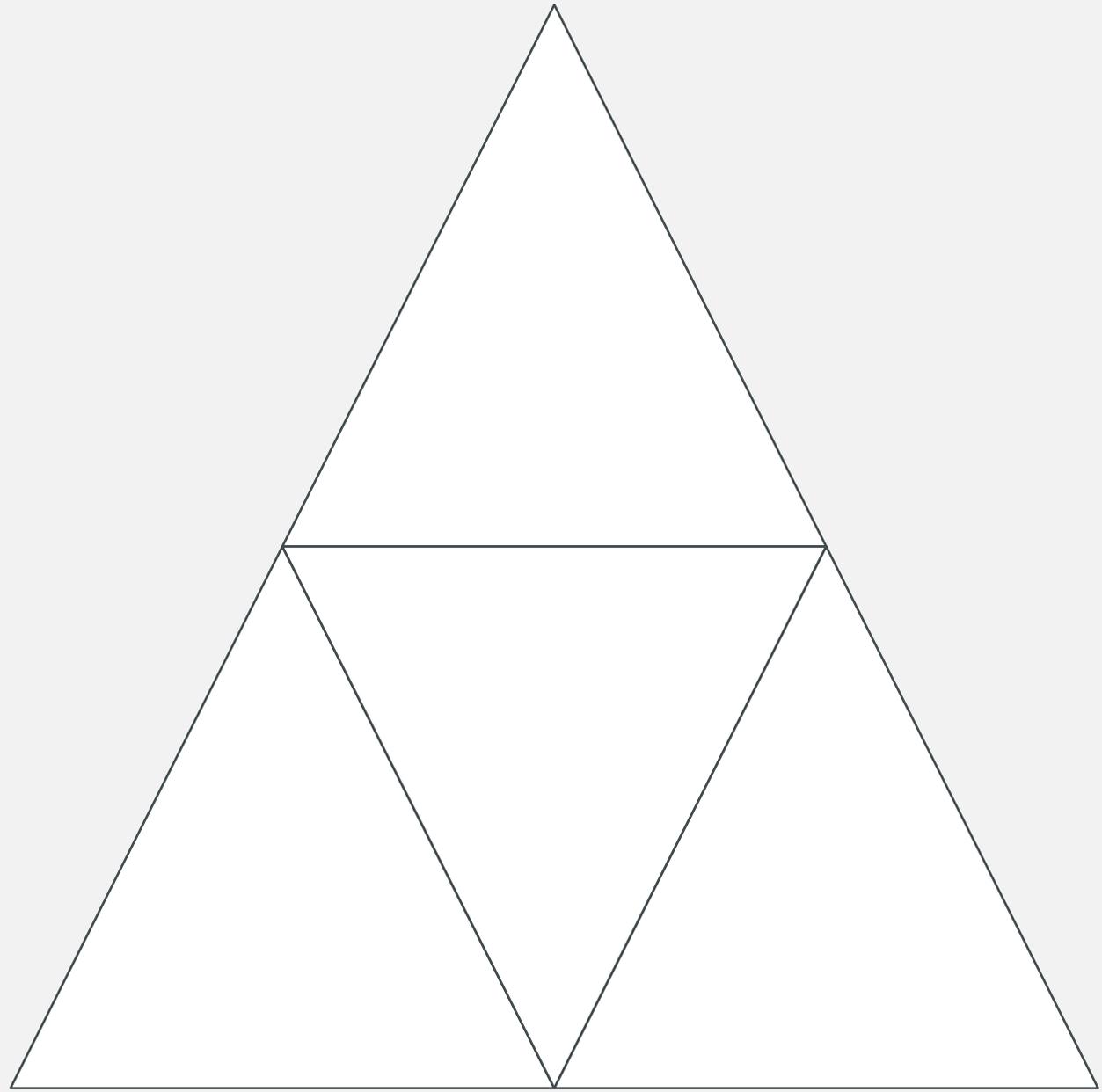
THE AIDA MODEL



- 1) МОДЕЛЬ AIDA ОСНОВАНА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРИЕМАХ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ НЕЗАВИСИМО ОТ НАШЕГО ЖЕЛАНИЯ И РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ НА ВСЕ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
- 2) ГРАНИЦЫ КАЖДОГО ЭТАПА ЧЕТКО ОБРИСОВАНЫ
- 3) РЕКЛАМНАЯ МОДЕЛЬ AIDA УНИВЕРСАЛЬНА

МИССИЯ РЕКЛАМЫ СОСТОИТ В ТОМ, ЧТОБЫ
ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ЧЕЛОВЕКА





ATTENTION - ВНИМАНИЕ

Эффективными методами привлечения внимания являются: цитирование малоизвестных фактов, использование пробников и демо-версий, промо-предложения, яркий образ, сильный слоган.



INTEREST - ИНТЕРЕС

БЛОГИ КОМПАНИЙ



Как правильно анализировать своих конкурентов. Часть 1

 Biplane
11.07.2017 в 12:00  83  0



Законы, платный контент и гонка за данными: история блокировки рекламы — 3

 AdGuard
03.07.2017 в 15:13  26  0



Интернет вещей: светлое будущее или дистопия?

 Ingate
15.06.2017 в 15:32  41  0

Если на первом этапе Вам удалось привлечь внимание к своему продукту, то не менее важной является способность удержать и подогреть первоначально возникшую заинтересованность. Именно в этот момент покупатель и решит, насколько Ваше предложение для него интересно и необходимо. И для того, чтобы клиент остался доволен, он должен получить максимально полную информацию о продукте, который Вы презентуете.

DESIRE - ЖЕЛАНИЕ

Важно вызвать у покупателя такое желание приобрести продукт, которое заставит его незамедлительно это сделать. Для этого можно убедить покупателя в своей эксклюзивности, либо показать всю свою солидность, мощь предприятия, свои ресурсы. Кроме того, можно сообщить о том, что предложение имеет ограниченный срок действия, предложить дополнительную услугу или бонус, подарить образец пробной продукции, убедить в минимальности рисков при сотрудничестве с Вами, предложить отзывы других клиентов.

Арт. 112115308



48⁹⁷

ВМЕСТО 69⁹⁵

Арт. 058000331



89⁹⁵

=

скидка 30%
на вторую покупку!

138⁹²

ВМЕСТО 159⁹⁰

Экономия 20⁹⁸

ОТЛИЧНЫЙ
ВЫБОР



-20%

ТОЛЬКО 15 СЕНТЯБРЯ!

СКИДКА ПО КАРТЕ
НА ВСЮ ВАРЕНУЮ КОЛБАСУ

АКЦИОН - ДЕЙСТВИЕ

Чтобы в последний момент всё не сорвалось и труды не пошли насмарку, процесс покупки должен быть максимально быстрым и комфортным. В редких случаях, конечно, можно затянуть процесс покупки для того, чтобы показать всю уникальность продукта, но злоупотреблять этим не следует.



S – SATISFACTION - УДОВОЛТВОРЕННОСТЬ

- В более поздних вариантах данной модели произошла трансформация и вместо AIDA можно видеть AIDAS. В новой аббревиатуре S означает Satisfaction (удовлетворенность). Очень важный момент, поскольку удовлетворённый клиент практически всегда тождественен слову постоянный клиент и, как следствие, хорошая реклама и рекомендация для Вас. Он становится поклонником вашей фирмы.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!