

ДИЗАЙН В СМК

“РЕКЛАМА КАК ИСКУССТВО”: АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ
РОЛИКОВ

ПОДГОТОВИЛ ФЁДОРОВ АНДРЕЙ СЕРГЕЕВИЧ
УЧЕБНАЯ ГРУППА РСО-3-18-01

КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

HEAD&SHOULDERS: “Нанеси ластхит по перхоти”

СЮЖЕТ: Наглядная демонстрация эффекта от применения шампуня HEAD&SHOULDER, - чистые волосы и всеобщее одобрение

Ссылка: <https://www.youtube.com/watch?v=DaCp7L5amHQ>

ПРЕИМУЩЕСТВ

А:

- Привлечение близкой к ЦА персоны
- Попытка адаптации ролика для конкретной субкультуры

НЕДОСТАТКИ:

- Неуместное и некорректное употребление сленга
- Использование неоднозначной личности в ролике
- Карикатурное и оскорбительное изображение представителей ЦА



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

“Пьёшь? Куришь? Не надо”

СЮЖЕТ: В видео демонстрируется алкогольная и табачная продукция, картинку сопровождает мотивирующий текст

Ссылка на видео: <https://www.youtube.com/watch?v=ZmKcprm4PLgY>

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Короткое и лаконичное информационное сообщение
- Креативная идея
- Низкий бюджет
- Подходящий для всех платформ хронометраж

НЕДОСТАТКИ:

- Низкое качество картинки
- Плохо подобранные шрифты
- Непрофессиональный и низкокачественный монтаж



ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА

СЮЖЕТ: В серии коротких роликов разворачивается полная драмы, внезапных поворотов и непростых человеческих взаимоотношений история жевательных конфет Sakeru Gummy и порождённого ими любовного треугольника

Ссылка: <https://www.youtube.com/watch?v=wZZCTxZA1Rc>

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Целая серия тематических роликов, объединённых единым сюжетом
- Креативная идея
- Интересная реализация
- Захватывающая история, вызывающая неподдельный интерес аудитории
- Запоминающийся лейтмотив рекламной кампании

НЕДОСТАТКИ:

Отсутствие дальнейшего развития темы
Чрезмерное обилие роликов
Раздробленный и неудобный для дежурного просмотра сюжет



МОТИВАЦИОННАЯ РЕКЛАМА

SNOW DAY

СЮЖЕТ: Группа друзей собирается зимним утром чтобы поиграть в футбол, постепенно они собирают команду, которой предстоит схлестнуться в игре с не менее грозными соперниками.

Ссылка: <https://www.youtube.com/watch?v=2daSMYPKdVE>

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Качественный монтаж, красивая картинка
- Высокая динамика, бодрая музыка
- Ненавязчивая, своевременная и использованная к месту демонстрация продукции компании Nike
- Интересная задумка, увлекательный сюжет для короткого метра

НЕДОСТАТКИ:

- Отсутствие явного и понятного потребителю лозунга
- Невыразительный слоган для ролика ("SNOW DAY")



ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА

«Bridgestone» / "Scream"

СЮЖЕТ: Автомобилист с женой едет по лесу. Внезапно на дорогу выбегает белка. Водитель успевает вовремя объехать препятствие благодаря идеальному сцеплению с дорогой.

Ссылка: <https://www.youtube.com/watch?v=DBnhk9aAj80>

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Наглядная демонстрация преимуществ бренда
- Оригинальная подача
- Использование красивой графики и анимации
- Понятный и легко считываемый посыл

НЕДОСТАТКИ:

Весьма неудачная тема для юмора (использование чёрного юмора)
Высокий рекламный бюджет



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

“РЕКЛАМА КАК ИСКУССТВО”: АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ
РОЛИКОВ

ПОДГОТОВИЛ ФЁДОРОВ АНДРЕЙ СЕРГЕЕВИЧ
УЧЕБНАЯ ГРУППА РСО-3-18-01