

Resumo do **ABCD**

Anúncios incríveis começam com os princípios do ABCD:

A

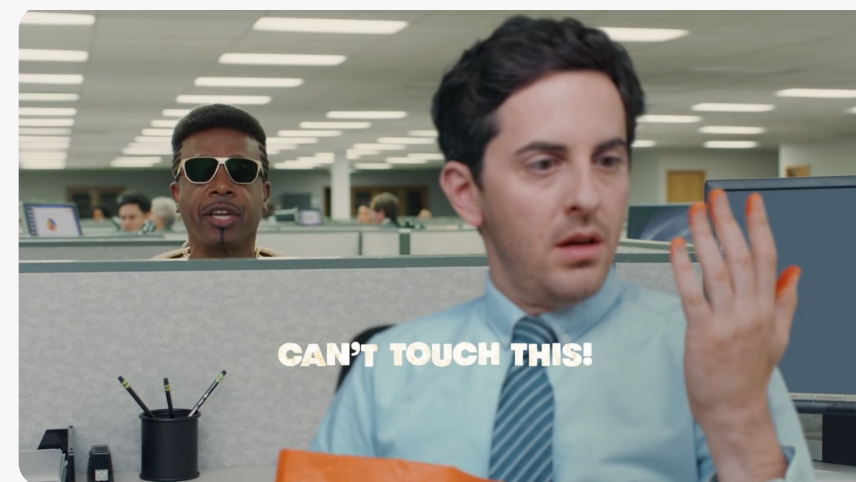
Attention (Atenção)

Use histórias imersivas para atrair e prender a atenção dos usuários.

Vá direto ao ponto: chegue ao ponto principal da história mais rapidamente, use um ritmo envolvente e um enquadramento fechado para atrair os espectadores.

Use áudio e recursos visuais na tela para sustentar a história: reforce sua mensagem com áudio e texto. Evite elementos chamativos que poluem o conteúdo.

Use recursos visuais vibrantes e de alto contraste: otimize os recursos visuais para todos os dispositivos.



B

Branding (Branding)

Promova a marca desde o início, com qualidade e frequência.

Mostre sua marca no início e por todo o criativo: apresente sua marca ou produto desde o início e mantenha essa presença.

Use áudio para reforçar a mensagem: menções da marca em áudio impulsionam a performance dos recursos visuais da marca na tela (ver e dizer).

Aproveite todas as propriedades da marca: use uma ampla paleta de elementos de branding adequados à sua mensagem e objetivo.



C

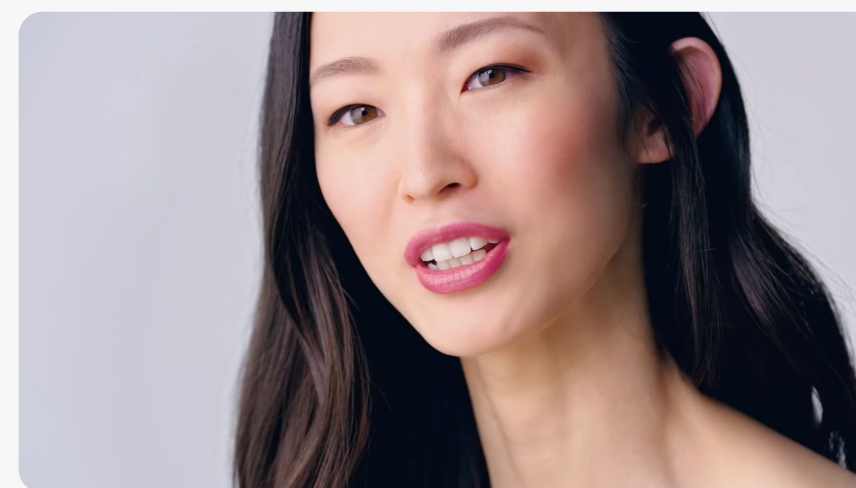
Connection (Conexão)

Estimule as pessoas a pensar ou sentir algo.

Humanize a história: incluir pessoas ajuda a tornar a história do produto mais envolvente e a gerar identificação com os consumidores.

Mantenha o foco da mensagem: evite incluir muitas informações no seu anúncio. Use sempre mensagens e linguagem focadas e simples.

Envolva o público: use técnicas de narrativa e recursos que despertem emoções, como humor, surpresa e curiosidade.



D

Direction (Direção)

Incentive a ação.

Inclua uma CTA: mostre o que você quer e adicione uma CTA com um objetivo específico. Diga o que os espectadores precisam fazer.

Use áudio para reforçar as CTAs: reforce sua CTA na tela com uma narração para garantir que a próxima etapa fique clara.

