Gli elementi di una pagina pubblicitaria

CHIOCCIODRILLI

Headline

È il titolo dell'annuncio che, proprio come quello di un giornale, deve essere in grado di catturare l'attenzione.

Deve essere facilmente memorabile e contenere un concetto – possibilmente in modo sintetico – che porti a una lettura di tutto l'annuncio.

Viene chiamata anche slogan.

CHIO
CCIO
DRILLI

Headline

Deve essere in linea col posizionamento del prodotto e sintetizzare quello che il messaggio vuole veicolare, riassumendo la promessa che la marca rivolge al pubblico in modo originale e comprensibile per il target group al quale si rivolge.

CHIO CCIO DRILLI

Headline

CHIOCCIODRILLI

Headline

La piú
naturale
cura
di bellezza:
YOMO
ogni giorno
YOGURT
Yomo
OMOGENEO
ogni giorno
YOMO
l'alimento integro, fresco, vivo

Headline

CHIOCCIODRILLI

Headline

Headline

Chi crea le headline?

CHIOCCIODRILLI

Payoff

Il pay-off è una frase posta accanto al marchio negli annunci stampa, nelle affissioni, negli spot televisivi (e recitata negli spot radiofonici) e che, praticamente, conclude il messaggio.

Riassume i valori della marca e/o dell'azienda.

Deve essere breve e incisivo, per poter lasciare una traccia del messaggio della marca nella testa delle persone.

CHIOCCIODRILLI

Payoff

Le regole che deve assolutamente rispettare sono poche ma fondamentali:

- Il messaggio deve essere sintetico

- Semplice da capire (questo dipende molto dal target al quale si rivolge)

- Memorabile. Deve essere semplice da ricordare)

- Deve mettere in risalto la qualità della marca

- Deve assumere una rilevanza distintiva per i consumatori.

CHIOCCIODRILLI

Payoff

Alcuni esempi.

Peugeot 206 - Enfant terrible
Ferrarelle - L'effervescente naturale
Nokia - Connecting people
Barilla - Dove c'è **Barilla** c'è casa
Ikea - Spazio alle idee
Apple - Think different
Dash - Più bianco non si può

CHIOCCIODRILLI

Payoff e baseline

Baseline viene spesso considerato un sinonimo di payoff, ma secondo alcuni autori, come Annamaria Testa, tra i due termini c'è una differenza, per cui il payoff definirebbe l'azienda, mentre la baseline si collega alla campagna pubblicitaria. Per cui, tra quelli precedentemente indicati, solo "Dove c'è Barilla c'è casa" sarebbe un payoff, e tutti gli altri delle baseline.

CHIOCCIODRILLI

Payoff

Body Copy

La body-copy è la parte descrittiva dell'annuncio pubblicitario.

Lo scopo principale è quello di spiegare e completare il messaggio pubblicitario: spiega e fornisce supporto a ciò che l'headline promette o lascia intuire.

CHIOCCIODRILLI

Body Copy

Keep That Wedding Day Complexion

The blushing bride of today should be the blooming matron of tomorrow, retaining the charm of girlhood's freshness to enhance radiant maturity.

For bridal beauty should not fade, nor the passing of each anniversary be recorded on your face.

Keep the schoolgirl complexion which graced your wedding day, and you will keep your youth. With a fresh, smooth skin, no woman ever seems old.

The problem of keeping such a complexion was solved centuries ago. The method is simple—the means within the reach of all.

Cosmetic cleansing the secret

To keep your complexion fresh and smooth you must keep it scrupulously clean. You can't allow dirt, oil and perspiration to collect and clog the pores if you value clearness and fine texture.

You can't depend on cold cream to do this cleansing—repeated applications help fill up the pores. The best way is to wash your face with the mild, soothing lather blended from palm and olive oils, the cleansers used by Cleopatra.

Science has combined these two Oriental oils in the bland, balmy facial soap which bears their name. You need never be afraid of the effects of soap and water if the soap you use is Palmolive.

How it acts

The rich, profuse lather, massaged into the skin, penetrates the pores and removes every trace of the clogging accumulations which, when neglected, make the skin texture coarse and cause blackheads and blotches.

It softens the skin and keeps it flexible and smooth. It freshens and stimulates, encouraging firmness and attractive natural color.

Oily skins won't need cold creams or lotions after using Palmolive. If the skin is inclined to dryness, the time to apply cold cream is after this cosmetic cleansing.

And remember, powder and rouge are perfectly harmless when applied to a clean skin and removed carefully once a day.

Don't keep it only for your face

Complexion beauty should extend to the throat, neck and shoulders. These are quite as conspicuous as your face for beauty or the lack of it.

Give them the same beautifying cleansing that you do your face and they will become soft, white and smooth. Use it regularly for bathing and let it do for your body what it does for your face.

Not too expensive

Although Palmolive is the finest, mildest facial soap that can be produced, the price is not too high to permit general use on the washstand for bathing.

This moderate price is due to popularity, to the enormous demand which keeps the Palmolive factories working day and night, and necessitates the importation of the costly oils in vast quantity.

Thus, soap which would cost at least 25 cents a cake if made in small quantities, is offered for only 10 cents, a price all can afford. The old-time luxury of the few may now be enjoyed the world over.

THE PALMOLIVE COMPANY, Milwaukee, U. S. A.
THE PALMOLIVE COMPANY OF CANADA, Limited.
Toronto, Ontario

Volume and efficiency produce 25-cent quality for

10c

Copyright 1922—The Palmolive Company

Body Copy

IL POTERE DI FERMARSI APPENA RAGGIUNTA LA PERFEZIONE.
La nuova lavastoviglie 6° Senso Whirlpool sa capire esattamente quanto tempo ci vuole per assicurarti che ogni singola stoviglia sia completamente pulita e brillante. Grazie al suo esclusivo sistema di sensori, questa lavastoviglie è così intelligente che - una volta impostata una delle due opzioni 6° Senso - riconosce il tipo di sporco e seleziona temperatura e durata del lavaggio. Non appena tutto è pulito si spegne automaticamente da sola, né un minuto prima né un minuto dopo. Così, a seconda del carico, tu puoi risparmiare fino al 30% di energia, acqua e tempo. Scopri la nuova lavastoviglie 6° Senso Whirlpool. Ancora più qualità alla tua vita.
Richiedete (dal 1/5 al 30/7) la guida* "Progetta la tua cucina" Whirlpool telefonando al 800-313169 o inviando un messaggio a: guidaincasso@email.whirlpool.com
*Fino ad esaurimento delle scorte
L'UNICA LAVASTOVIGLIE COL 6° SENSO™.

Body Copy

CAMBIARE VERDURA AD OGNI STAGIONE:
IL PIACERE DE LL'INFEDELTA'.
Barilla
DOVE C'E BARILLA
C'E CASA.

Logo

Il logotipo o logo, dal greco *logos* (parola, discorso).
è la parte leggibile e pronunciabile di un marchio.

CHIOCCIODRILLI

Logo

pittogramma

Unilever

logotipo

pittogramma

Google

logotipo

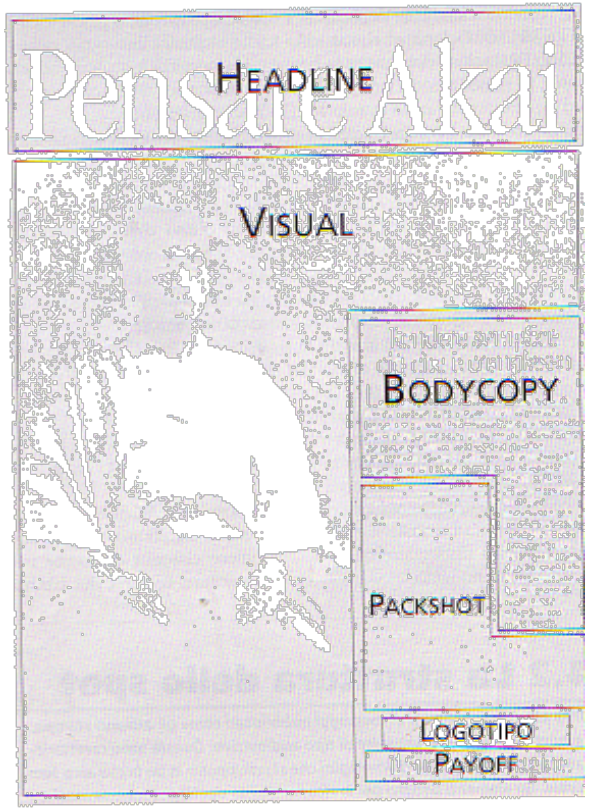
Logo

Pack shot

La parte visiva di un annuncio è denominata visual, ma quando ci si riferisce al prodotto fotografato, si parla di pack shot

CHIO CCIO DRILLI

In sintesi



CHIOCCIODRILLI