

BÀI TẬP TRÊN LỚP

Poster quảng cáo của Heineken

Câu hỏi thảo luận:

1. Tiêu đề: Nội dung, Hình thức
2. Bố cục
3. Yếu tố thu hút

GỢI Ý HƯỚNG GIẢI QUYẾT BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

Giới thiệu về chiến dịch “The Closer” của Heineken

<https://advertisingvietnam.com/7-chien-dich-quang-cao-tao-tieng-vang-nua-dau-nam-2022-p20160>

1. Tiêu đề: If you like working weekends ignore this ad

- a. Dạng tiêu đề mệnh lệnh: Nếu bạn vẫn còn muốn làm việc thì hãy bỏ qua quảng cáo này
- b. Khởi gợi trí tò mò
- c. Có tiêu đề phụ không? **Không**
- d. Có nội dung thân quảng cáo không? Sẽ dùng hình minh họa hay ảnh chụp? **Thân quảng cáo thể hiện bởi hình ảnh**
- e. Có bao gồm câu slogan quảng bá sản phẩm không? **Không**
- f. Có đưa sản phẩm lên quảng cáo không? **Có. Hình ảnh nắp bật “The Closer”**
- g. Có xuất hiện yếu tố nhận diện thương hiệu

2. Bố cục

- a. Nền: màu chuyển từ sáng sang tối (tối ở khu vực nhận diện và sáng dần ở khu vực sản phẩm) -> tạo điểm chú ý và phân khúc bố cục rõ ràng
- b. Viền: không có
- c. Tiêu đề: Ngắn gọn, nằm chính giữa tầm mắt, tạo điểm nhấn bằng 2 màu chữ

- d. Hình minh họa: Hình ảnh sản phẩm ở cuối, tạo điểm nhấn nhờ khoảng sáng màu nền chuyển
- e. Chú thích/ Tiêu đề phụ: Không có
- f. Logo: Nằm ngay phía trên đầu và ở ngay trên hình của sản phẩm
→ Bố cục tối giản, ít nội dung và khơi gợi trí tò mò, không có nhiều thông tin hay họa tiết mang tính nhồi nhét

3. Yếu tố thu hút

- a. Cơ sở thu hút: Khao khát thời gian, sự vui vẻ - Muốn giảm bớt áp lực
- b. Thu hút gián tiếp: Không nhấn mạnh cụ thể nhu cầu nào mà chỉ ám chỉ tới nhu cầu cân bằng cuộc sống
- c. Phương pháp thu hút tập trung vào lối sống

CHỦ ĐỀ 6

Dựa trên việc xác lập thông điệp quảng cáo ở bài số 5, nhóm thiết kế nội dung quảng cáo cho chiến dịch bao gồm:

1. Tiêu đề quảng cáo
2. Trực quan hoá
3. Bố cục/ Bối cảnh
4. Yếu tố tạo sự thu hút

GỢI Ý HƯỚNG GIẢI QUYẾT BÀI TẬP TÌNH HUỐNG

1. Nhóm cần xác định tiêu đề phù hợp với thông điệp quảng cáo đã xác định ở bài trước và lựa chọn hình thức tiêu đề:
 - a. Tiêu đề hứa hẹn trực tiếp
 - b. Tiêu đề thời sự
 - c. Tiêu đề kích thích trí tò mò
 - d. Tiêu đề lựa chọn
 - e. Tiêu đề hài hước
 - f. Tiêu đề mệnh lệnh
 - g. Tiêu đề tình huống
 - h. Tiêu đề thách thức
 - i. Tiêu đề tiêu cực
 - j. Tiêu đề khẳng định
 - k. Tiêu đề người làm chứng
 - l. Tiêu đề câu hỏi
2. Trực quan hoá:
 - a. Quảng cáo có tiêu đề không? Tiêu đề phụ không?
 - b. Thân quảng cáo có nội dung gì? Hình ảnh minh hoạ hay ảnh chụp?
 - c. Có bao gồm slogan quảng bá sản phẩm không?
 - d. Có hình ảnh sản phẩm không?

- e. Có sử dụng ảnh người thật quảng cáo không? Nếu có thì họ làm gì?
Phong cách ảnh như thế nào?
- f. Có nên sử dụng đồ hoạ đường kẻ không?
- g. Kích cỡ tiêu đề như thế nào?
- h. Nội dung cuối cùng nên có những nội dung gì? Tên, địa chỉ công ty,
Logo nhận diện....
- i. Ý nghĩa các hình khối lựa chọn

3. Bố cục

- a. Nền
 - b. Viền
 - c. Vị trí tiêu đề
 - d. Vị trí hình minh hoạ
 - e. Khuyến mại (nếu có)
 - f. Logo
 - g. Trang trí
 - h. Nội dung chữ
- ### 4. Phương pháp thu hút sử dụng?
- a. Lý trí
 - b. Cảm xúc
 - c. Trực tiếp
 - d. Gián tiếp