

**ВИСТАВА-ТРЕНІНГ «МУЗИ КОПІРАЙТИНГУ»****ТЕМА**

Рекламне повідомлення.

МЕТА

Засвоєння практичних навичок, необхідних для успішного створення ефективного рекламного повідомлення.

МАЙСТЕР

Сергій Трухімович, студія творчих ініціатив CRESPO, автор практичного посібника «Реклама. Конспекти копірайтера».

КОНЦЕПЦІЯ

Чекати натхнення марно, особливо в рекламі під час створення рекламних повідомлень. Скоріше слід мати зчеплення з табуреткою і розуміння певного алгоритму дій. Про один з таких алгоритмів і йдеться на цьому тренінгу.

Кожна теоретична теза супроводжується демонстрацією конкретного прикладу з практики. Це покращує засвоєння матеріалу. А практичні вправи дають змогу пройти усі етапи створення рекламного повідомлення.

Група працює над створенням рекламного повідомлення своєї організації чи конкретного проекту, що реалізується в межах діяльності організації. Певним чином моделюємо середовище, де це повідомлення звучатиме, відтак бачимо реакцію цільової аудиторії.

ФОРМАТ

«Театр одного копірайтера». відзначається надзвичайною емоційною насиченістю – це досягається за рахунок активного залучення учасників в процес і через використання тематичних історій (сторітеллінг). Інформація засвоюється легко, доступно, невимушено.

АУДИТОРІЯ

Тренінг зацікавить в першу чергу тих, хто тільки починає знайомитися з творчістю в рекламі як такою, і хто хоче здобути певної впевненості в тому, що йому вдасться створити якісне і ефективне рекламне повідомлення.

УЧАСНИКИ ОТРИМАЮТЬ**I Безпосередні результати:**

- 1) **Отримаєте основні тези для розуміння, уявлення:** що таке реклама і рекламне повідомлення; як застосовувати креативні методики у створенні рекламних повідомлень.
- 2) **Також отримаєте практичний досвід:** Роботи в групі для створення рекламних повідомлень; Feedback (зворотній зв'язок) групи для моніторингу власної роботи.

II Пролонговані результати:

- 1) Отримання інструментів для подальшої самостійної практичної роботи.
- 2) Визначення та розуміння ключових понять процесу створення рекламного повідомлення, котре полегшує подальше вдосконалення і пошук інформації, щодо цієї теми.

ТЕМАТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ (бажано одноденний формат):

- 1) Дерево реклами. Логічна послідовність дій для створення рекламного повідомлення.
- 2) Мотиваційні категорії. Що спонукає людей ставати нашими прихильниками?
- 3) **Практика.** Опрацювання інформаційного блоку «ХТО ВОНИ?». Особливості класифікації, притаманні для діяльності громадської організації.
- 4) Основні принципи рекламного повідомлення.
- 5) **Практика.** Опрацювання інформаційного блоку «ЧОМУ ВОНИ КУПУЮТЬ?» (Пошук ідеї для рекламного повідомлення).
- 6) Структура рекламного повідомлення.
- 7) Креативні прийоми створення рекламного повідомлення.
- 8) Види рекламного повідомлення.
- 9) Слова у рекламному повідомленні.
- 10) **Практика.** Створення і демонстрація рекламного повідомлення.
- 11) Огляд і аналіз проведеної роботи.

