

Le parole della pubblicità:
Claudio

Le parole della pubblicità

Per analizzare e poi progettare un messaggio pubblicitario è bene conoscere alcuni termini fondamentali.



TARGET



È il tipo di pubblico (bambini, ragazzi, uomini, donne, giovani, quarantenni, anziani, casalinghe, donne che lavorano fuori casa ecc.) che prevalentemente sarà interessato al consumo del prodotto pubblicizzato. Un detersivo per i piatti interesserà soprattutto una donna che ha a che fare tutti i giorni con le faccende domestiche, mentre un'auto lussuosa interesserà maggiormente un uomo che ricopre cariche importanti e prestigiose.

OBIETTIVO COMUNICATIVO



È la parte più delicata del progetto pubblicitario e riguarda le caratteristiche oggettive del prodotto che si vogliono mettere in evidenza in relazione al destinatario (target), ma anche **le promesse collegate al possesso del prodotto**. In altri termini l'obiettivo comunicativo risponde alla domanda: **"Perché qualcuno dovrebbe comprare proprio questo prodotto e non un altro?"**

Mattia

SPOT

È il breve messaggio pubblicitario audiovisivo. Esistono spot di varia durata; quella usata più frequentemente è di 30 secondi, durante le partite di calcio si usano spot di 5 secondi.



TESTIMONIAL

È il personaggio famoso protagonista del messaggio pubblicitario.



SLOGAN

È la frase, di solito breve e costruita con cura anche nella ricerca di giochi di parole, con la quale si cerca di imprimere nella memoria il prodotto.

