

примери от практиката на лабораторията

## Как да направим радиорекламата по-интересна?

Един от начините е като излъчванията са съобразени с темпа на часовия пояс, може за една и съща реклама да има 3 еднакви като структура, но различни като динамика клипове. Подобна стратегия повишава вниманието към рекламата, а оттам и към съдържанието ѝ.

Така постъпихме с **клипове** на JAZZ CLUB MAG. Всеки от тях е съобразен с времето на излъчване и така имаме 3 радио спота, които имат различно звучене, но пренасят еднаква информация като съдържание и структура. Съобразно динамиката на самите слушатели, клиповете са дневен, следобеден и нощен.

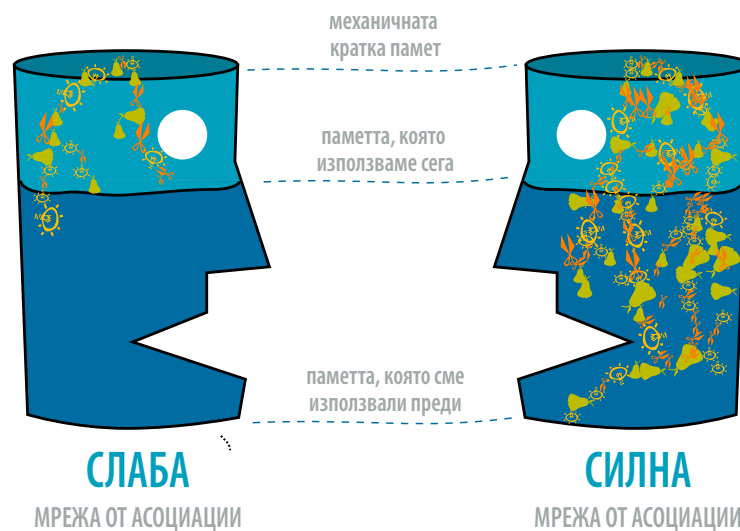
Сега ви представяме **трите клипа** и **допълнителни материали** от кампанията.



революционна теория на комуникацията в картинки

#6

### Колкото повече познати асоциации събужда една информация, толкова по-добре се възприема.



За онлайн консултация с лабораторията:  
0895 477 687 (дежурен координатор)



затвори предишна следваща

