

## A Attention, uppmärksamhet

Först väcks kundens uppmärksamhet kring produkten. Kunden blir medveten om produkten men är lite misstänksam i början.

Optimalt är oftast en mix med av en bild och en text som skapar attention. Budskapet ska vara tydligt strukturerat så det blir enkelt att förstå. Var kortfattad. Innehållet ska komma till skott direkt.

Det första som fångar läsarens öga är rubriken. En effektiv rubrik svarar alltid på kundens fråga - vad får jag ut av detta?

- Fånga läsarens uppmärksamhet.
- Var underfundig eller rolig.
- Var annorlunda.

## I Intresse

Behovet konkretiseras genom att annonsen fångar kundens intresse av produkten. Annonsen förklarar hur din produkt kan lösa besökarens problem.

Eftersom du måste utgå från din målgrupp måste du känna den väl. Det gäller att finna och använda rätt argument som gör ditt budskap relevant och lätt att förstå. Rätt kommunikation är nyckeln för att öka din försäljning p g a ditt erbjudande.

## D Desire, vill ha

Annonsens utformning väcka köplust utifrån kundens behov och få Kunden att känna en önskan att äga produkten.

Övertyga besökaren om din produkts överlägsenhet, men var ärlig. Bevisa ditt påstående genom att låta andra kunder vara referens. Du kan använda bilder med citat och videofilmer från dina kunder/ambassadörer. Visa upp din produkts fördelar och vad din den inneburit för andra kunder.

## A Action, handling

Annonsen ska få kunden att reagera och agera genom att hämta mer information, d v s att få kunden att gå från önskan till handling och köpa din produkt.

Beroende på var din annons är finns det olika knep att få kunden att skrida till handling. Du kan skapa en känsla av brådska genom att ha ett tidsbegränsat erbjudande. Kunden ska kunna känna sig trygg att beställa, betala, reklamera och kunna göra ett återköp.

Upprepa ditt uppmanande till handling flera gånger i den avslutande delen av din annons: "Klicka här för att...", "Slå till redan nu", "du sparar x antal kronor genom att beställa nu".

## S Satisfaction, nöjd

Kunden är tillfreds med sitt köp och återkommer gärna till produkten i framtiden. En nöjd kund ger återköp och god marknadsföring. Besvikna kunder skadar produktens goodwill, företaget och dess framtida möjligheter.