

Arno's Old Spice ad review

All right. Let's talk about the most recent marketing example, which is the old spice ad. Now, what I want to talk about here is humor in marketing and the reason why I generally caution against it. And I will keep doing that 99 times out of a hundred, it's not helpful. And It requires a very deft touch.

It requires a lot of things to work. Now, in this case, obviously the the thing that they say was, if you're a man uses lady scented body wash et cetera, et cetera, et cetera. So the thing that they say like lady scented body wash every competitor is lady scented, which obviously is ridiculous, but that doesn't matter because it's funny, like you can get away with it.

The reason why it works is that the guy doing the commercial owns the role. So you're very dependent on someone actually stepping into it and doing a great job with it. And he does. He just owns that role. The effortless arrogance. And then you got all the transitions. This is a 30 second commercial. And in that 30 seconds, we go from a bathroom.

To a boat and then the guy suddenly has a sweater and then he has Tickets and then he has oysters and then he has diamonds and then he's on a horse All of that shit happens in 30 seconds now next time you want to be funny ask yourself Am I able to pull something like this off? The answer is probably no.

And a lot of the times, even if you have all that stuff, it's still going to fall flat. And even if you pull it off, let's say hypothetically, you pull it off. The commercial is actually funny. Most of the time, people just remember that was funny. They don't remember the product. So yes, funny ads are funny if they work, which is a really hard thing to do.

And even if you can make them work, it's still an enormous risk. Because funny doesn't necessarily sell shit. Yes. It gets attention. Yes. Maybe it keeps attention for a little bit longer, what sells stuff selling, sell stuff. So make sure that you focus mostly on the selling. Not on being funny or entertaining or amusing because it's really hard to do And you're needlessly complicating the selling process

Source

The Old Spice Ad

Headlines

1. Why not to do humor in ads
2. Does humor in ads help?

3. Why humor in ads doesn't work
4. The thing that's ruining your ads without you knowing
5. What never to do when writing an ad

Outline

Subject: *What NEVER to do when writing an ad*

Problem: *we are made to believe humor attracts attention to your product*

Agitate: *The product won't be remembered. People will just see the ad, maybe they laugh but then what? They will still just swipe past.*

Solve: *Stop trying to be 'funny' and focus on selling your product.*

First draft (English)

What NEVER to do when writing an ad

If you've spent time and money creating and running an ad, the last thing you want is for the ad to not perform well. This is exactly what will happen if you apply this principle in your advertisements.

Humor in advertising

The absolute majority of ads with humor don't work. I recently came across this problem in an advertisement.

We've been led to believe that humor works in ads because it makes it funnier and helps people remember your ads better.

In some scenarios it can be really useful. But humor is very dependent on the person playing the role. He/she needs to really OWN the role, in order to make the ad work. And if that's the case, there still is a chance the ad will fall flat.

Then why doesn't it work?

So the thing we want to avoid in our advertisements is humor.

Why?

Imagine you see an advertisement on Facebook. It's a funny ad and it makes you laugh. And then? You just scroll further.

The problem with humor is that people often don't remember the product in the ad. a

How should it be done?

What sells things is selling. So focus on selling your product.

How do you do that?

By keeping your advertisement as simple as possible and selling your product. For example, indicate what is better about it than other comparable products.

So unless you're a real comedian, avoid using humor in your ads to sell as much as possible.

What now?

Get in touch with us so together we can make your ads perform the best!

First draft (Dutch)

Wat nooit te doen bij het schrijven van een advertentie

Als je tijd en geld hebt gespendeerd aan het maken en runnen van een advertentie, is het laatste wat je wil dat de advertentie niet goed presteert. Dit is nou precies wat er gaat gebeuren als je dit principe toepast in je advertenties.

Humor in advertenties

De absolute meerderheid van de advertenties met humor werkt niet. Ik kwam dit probleem laatst nog tegen bij een advertentie.

We hebben ons laten geloven dat humor in advertenties werkt, omdat ze het grappiger maken en mensen hierdoor je advertenties beter onthouden.

In sommige scenario's kan het echt wel handig zijn. Maar humor is erg afhankelijk van de persoon die de rol speelt. Hij/zij moet de rol echt EIGEN zijn, zodat de advertentie werkt. En als dat het geval is, bestaat er nog steeds een kans dat de advertentie mislukt.

Waarom werkt het dan niet?

Hetgene wat we dus willen vermijden in onze advertenties is humor.

Waarom?

Stel je voor, je ziet een advertentie voorbij komen op Facebook. Het is een grappige advertentie en je moet erom lachen. En dan? Je scrollt gewoon weer verder. Het probleem met humor is dat mensen vaak het product in de advertentie niet onthouden. A

Hoe moet het dan wel?

Wat dingen verkoopt is verkopen. Dus leg je focus op het verkopen van je product.

Hoe doe je dat dan?

Door je advertentie zo simpel mogelijk te houden en je product te verkopen. Geef bijvoorbeeld aan wat er beter aan is dan andere vergelijkbare producten.

Dus tenzij je een echte komiek bent, voorkom het gebruik van humor in je advertenties om zoveel mogelijk te verkopen.

Second draft (English)

What NEVER to do when writing an ad

If you've spent time and money creating and running an ad, the last thing you want is for the ad to not perform well. This is exactly what will happen if you apply this principle in your advertisements.

The problem in advertising

The absolute majority of ads with this thing don't work. I come across this problem in advertisements all the time.

The problem I'm talking about is... Humor.

We've been led to believe that humor works in ads because it makes it funnier and helps people remember the ads better.

In some scenarios it can be really useful. But humor is very dependent on the person playing the role. He/she needs to really OWN the role, in order to make the ad work. And if that's the case, there still is a chance the ad will fall flat.

Then why doesn't it work?

So the thing we want to avoid in our advertisements is humor.

Why?

Imagine you see an advertisement on Facebook. It's a funny ad and it makes you laugh. And then? You just scroll further.

The problem with humor is that people often remember the video, but not the product in the advertisement that it is actually about.

How should it be done?

What sells things is selling. So focus on selling your product.

How do you do that?

By keeping your advertisement as simple as possible and selling your product. For example, indicate what is better about it than other comparable products.

To help you further, we have put together a free guide on how to best create ads with Meta ads.

So unless you're a real comedian, avoid using humor in your ads to sell as much as possible.

What now?

Get in touch with us so together we can make your ads perform the best

Second draft (Dutch)

Wat nooit te doen bij het schrijven van een advertentie

Als je tijd en geld hebt gespendeerd aan het maken en runnen van een advertentie, is het laatste wat je wil dat de advertentie niet goed presteert. Dit is nou precies wat er gaat gebeuren als je dit principe toepast in je advertenties.

Het probleem in advertenties

De absolute meerderheid van de advertenties met dit probleem werkt niet. Ik kom dit probleem regelmatig tegen in advertenties.

Het probleem waar ik het over heb is... Humor.

We hebben ons laten geloven dat humor in advertenties werkt, omdat ze het grappiger maken en mensen hierdoor de advertenties beter onthouden.

In sommige scenario's kan het echt wel handig zijn. Maar humor is erg afhankelijk van de persoon die de rol speelt. Hij/zij moet de rol echt EIGEN zijn, zodat de advertentie werkt. En als dat het geval is, bestaat er nog steeds een kans dat de advertentie mislukt.

Waarom werkt het dan niet?

Hetgene wat we dus willen vermijden in onze advertenties is humor.

Waarom?

Stel je voor, je ziet een advertentie voorbij komen op Facebook. Het is een grappige advertentie. En dan? Je lacht er even om en je scrollt gewoon weer verder. Het probleem met humor is dat mensen vaak het filmpje wel onthouden, maar niet het product in de advertentie; waar het nou daadwerkelijk om draait.

Hoe moet het dan wel?

Wat dingen verkoopt is verkopen. Dus leg je focus op het verkopen van je product.

Hoe doe je dat dan?

Door je advertentie zo simpel mogelijk te houden en je product te verkopen. Geef bijvoorbeeld aan wat er beter aan is dan andere vergelijkbare producten.

Om u verder te helpen hebben wij een gratis gids samengesteld over hoe u het beste advertenties te maken met Meta ads.

Dus tenzij je een echte komiek bent, voorkom het gebruik van humor in je advertenties om zoveel mogelijk te verkopen.

Wat nu?

Neem contact met ons op, zodat we samen een plan kunnen samenstellen en ervoor kunnen zorgen dat uw advertenties het beste presteren!

Cut up into tweets