

Творче завдання № 1. Виділення інсайтів, key message, ідеї, RAM-провідників, слоганів¹.

Реклама окулярів Keloptic:

[Keloptic glasses](#)

1. Інсайт: Я хочу бачити чітко, АЛЕ наразі бачу картинку, розмиту, мов полотно Ван Гоґа.
2. Ключове повідомлення: Окуляри Keloptic роблять зображення настільки чітким, що воно здається гіперреальним, а не просто реальним.
3. Ідея: Чіткість зображення, що характерна для різних стилів живопису.
4. RAM: Окуляри та портрет.
5. Слоган: Перетворити імпресіонізм на гіперреалізм.

Реклама жувальних цукерок HARIBO:

[Haribo chewing candies](#)

1. Інсайт: Я хочу цукерок із натуральним смаком апельсину, АЛЕ все, що я куштував досі, має відчутний штучний присмак.
2. Ключове повідомлення: Цукерки Харібо недалеко пішли від натурального апельсина.
3. Ідея: Сліди як частинки чогось великого натурального.
4. RAM: Апельсин із дверима та сліди від них.

Реклама NARVESEN:

[Narvesen croissants](#)

1. Інсайт: Я хочу круасан зі справді французьким смаком.
2. Ключове повідомлення: Круасан Narvesen навіть крихти залишає у формі, що пов'язана з Францією.
3. Ідея: Частинки, що складають велике зображення.
4. RAM: Круасан та крихти від нього.
5. Слоган: Французький до останньої крихти.

¹ Відповідно до норм авторського права, до кожної з трьох позицій додано гіперпосилання на відповідний об'єкт на дошці Pinterest (не публікуючи сам об'єкт).