

Reklameanalyse

Kommunikationsmodellen
&
AIDA-modellen



Kommunikationsmodellen



Afsender

Den der sender kommunikation afsted.

Den der har et budskab han/hun vil ud med

Medie

Der hvor kommunikation foregår (tv, avis, reklame....m.m.)

Modtager

Den der er målet for budskabet

4. Punkter:

- a. køn
- b. alder
- c. interesser
- d. Indkomst



Attention

Interest

Desire

Action

AIDA-Modellen

Attention = opmærksomhed

Dvs. det der er reklamens blikfang

Det vi først får øje på



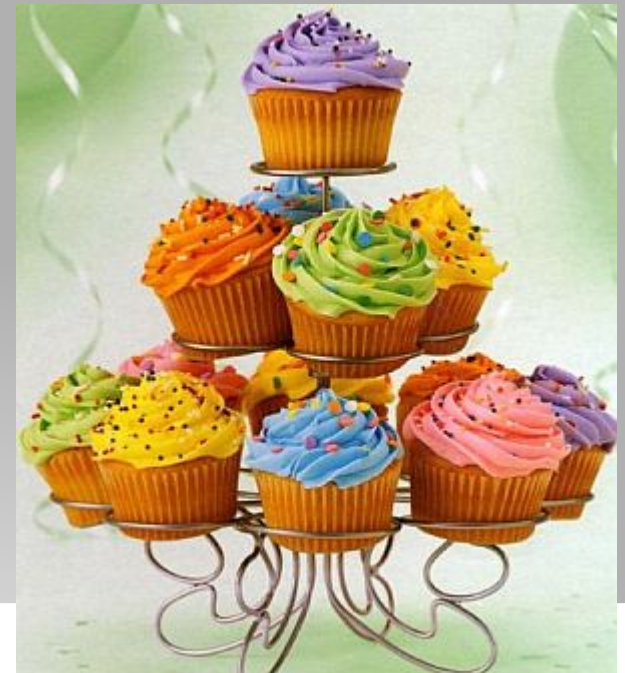
Attention

- Interest = Interesse
- Det der gør at vi 'kiggere videre'
- Vi beholder fokus på reklamen

Interest



- Desire = begær
- Det man bare skal have
- Det man (brændende) ønsker sig



Desire

- Action = Handling
- Det er det der hjælper os til at finde varen i fx supermarkedet
- Fx billeder af selve varen eller henvisninger til hvor den kan købes

Action

