

**AIDA (Attention – Interest – Desire – Action)**

**Детальний опис:**

AIDA – це лінійна модель, яка пояснює, як споживач проходить шлях від першого знайомства з брендом до здійснення покупки. Вона ефективна для продажів, реклами та копірайтингу, адже розбиває процес ухвалення рішення на чіткі етапи.

**Ключові етапи моделі:**

1. **Attention (Увага):**

- Використовуються яскраві візуальні ефекти, креативні заголовки, цікаві слогани.

Приклади: клікбейтні заголовки, незвичайні рекламні ролики, інтригуючі повідомлення.

2. **Interest (Інтерес):**

- Створюється цікавість через унікальну пропозицію, проблематику або інтригу.

- Використовується персоналізація, історії, кейси.

Приклади: опис вигоди продукту, соціальні докази (відгуки), питання до аудиторії.

3. **Desire (Бажання):**

- Посилюється емоційна залученість, демонструється вигода та унікальність товару.

- Використовуються демонстрації, порівняння, історії успіху.

Приклади: «Наш крем усуває зморшки за 7 днів – підтверджено 95% клієнтів!»

4. **Action (Дія):**

- Чіткий заклик до дії: «Купуйте зараз!», «Спробуйте безкоштовно», «Отримайте бонус».

- Використовуються тригери терміновості (таймери, обмежені пропозиції).

* Приклади: знижка 50% для перших 100 покупців.

**Де використовується AIDA?**

* Реклама (телебачення, банери, PPC)
* Email-розсилки
* Промо-кампанії
* Лендинги та посадкові сторінки

**Приклад:**

*«Ти хочеш заробляти більше? (Увага) Дізнайся, як люди вже збільшили дохід на 50% (Інтерес). Скористайся нашим покроковим курсом (Бажання). Реєструйся зараз і отримай бонус! (Дія)»*