**Model AIDA i jego zastosowanie w copywritingu**

**Jednym z najważniejszych zadań każdego copywritera jest sprzedaż. Wykorzystuje do tego siłę słów - ich odpowiednie zastosowanie może przekonać do zakupu mnóstwo osób. Tylko jak to zrobić? Istnieje wiele sposobów mówiących o tym, jak stworzyć skuteczny tekst reklamowy. Jednym z nich jest często wykorzystywany schemat składający się z czterech założeń. Oto model AIDA i jego zastosowanie w copywritingu.**

**Model AIDA - jak zastosować go w copywritingu?**

AIDA to akronim, zbudowany z pierwszych liter czterech najważniejszych założeń modelu:

l **A**TTENTION - przyciąganie uwagi

l **I**NTEREST - budowanie zainteresowania

l **D**ESIRE - wzbudzanie pożądania

l **A**CTION - wzywanie do działania

Model ten pojawia się w licznych przekazach reklamowych, zarówno w telewizji, radiu, prasie jak i internecie. Sposób jego działania jest niezwykle prosty: przyciągamy uwagę odbiorcy, a następnie prezentujemy naszą ofertę w taki sposób, aby wzbudziło to jego zainteresowanie. Następnie, wykorzystując język korzyści, sprawiamy, aby nasz czytelnik poczuł potrzebę skorzystania z naszej oferty i czym prędzej wzywamy go do wykonania pożądanej akcji, np. kupienia produktu w sklepie lub zostawienia swoich danych kontaktowych.

Cały artykuł znajdziesz [TUTAJ](https://www.conture.pl/blog/model-aida/)

Jesteś zainteresowany jego publikacją w swoich mediach? Doskonale! Daj nam znać, jak tylko go opublikujesz!