

Reclame is toegepaste kennis over het geheugen. Bijvoorbeeld een merk als Heineken bier floreerde in de jaren '70, de tijd van Freddy, door consequent veel – heel veel meer dan de concurrent - met dit vakgebied bezig te zijn. Top of mind, is de cruciale term.

Het betekent, dat je bij producten die op zich niet zo onderscheidend zijn, veel moeite doet om top in dat mind te zijn. Vers in het geheugen, voorop de tong.

Geheugen: da's associëren, herhalen, visueel en met het gehoor: denk maar aan de lagere school en het stampen van rijtjes.

AutoRai-hostesses

Het verhaal

Mijn ideeën zijn soms ingewikkelder en soms simpeler. Op de AutoRai kwamen veel mensen. Heel veel mensen (echt).

Lancia heeft daar een hostess met een gala-achtig jurkje, waarbij de blote schouder met een soort strikje opviel. Vond ik.

Herhaal dat.



Beeld

Een en ander is nog in het studie-stadium. Er is nog geen plan, tekst en concept. Maar deze jongedame heeft hetzelfde strikje/dingetje aan de ontblote schouder. Verder is het bruine stukje t-shirt onder de V-hals qua vorm gelijkend op het zwarte dak van de Ypsilon en past de - zeg maar - Hindeloopen-achtige takjes en bloemetjes op het shirt leuk bij de halve maantjes op de Lancia folder.

Herhaling, had ik dat al genoemd?

Kleurgebruik

Aansluitend bij de kleurstelling in de folder.

Lettertype

Als de Lancia folders.

