

Создание рекламного образа

для начала, что
такое реклама...

- Реклама - это продвижение продукта или марки на потребительском рынке
- Реклама создается только с одной целью — сформировать позитивный образ производителя или товара и/или выработать потребительские мотивы

При этом адекватность рекламного образа потребительским ожиданиям базируется на трех китах: Лень, Страх и Удовольствие

Либо человеку хочется чего-то избежать активно (страх), либо пассивно - (лень), либо - получить (удовольствие)

Последовательность рекламного воздействия на потенциального потребителя:

- привлечь внимание;*
- вызвать интерес;*
- способствовать появлению желания приобрести товар;*
- спровоцировать конкретные действия.*

и ключевое звено в
создании любого
рекламного объекта -
это, конечно...

Рекламный образ

- *Рекламный образ - средство визуальной коммуникации, несущее новую для потенциального покупателя информацию о продукте*

***Идеальный образ должен
быть***

- емким



fedex.com 0800 703 3339

FedEx
Express

- *должен нести
информацию о товаре*





Always Smooth. From Pantene.



Prof. Dr. Hasan Ergun
Genel Cerrahisi
Marmara Hastanesi
Büyükdere Şişli
33710 Beşiktaş
No: 44 543 437 43 44
No: 44 543 437 43 44
www.marmarahastanesi.com.tr





pentawards

2010
SILVER AWARD



TIKKURILA



OPTIVA

LATEX PAINT
FOR WALLS AND CEILINGS

SEMI MATT [20]

- *и должен быть
ПОЗИТИВНЫМ*



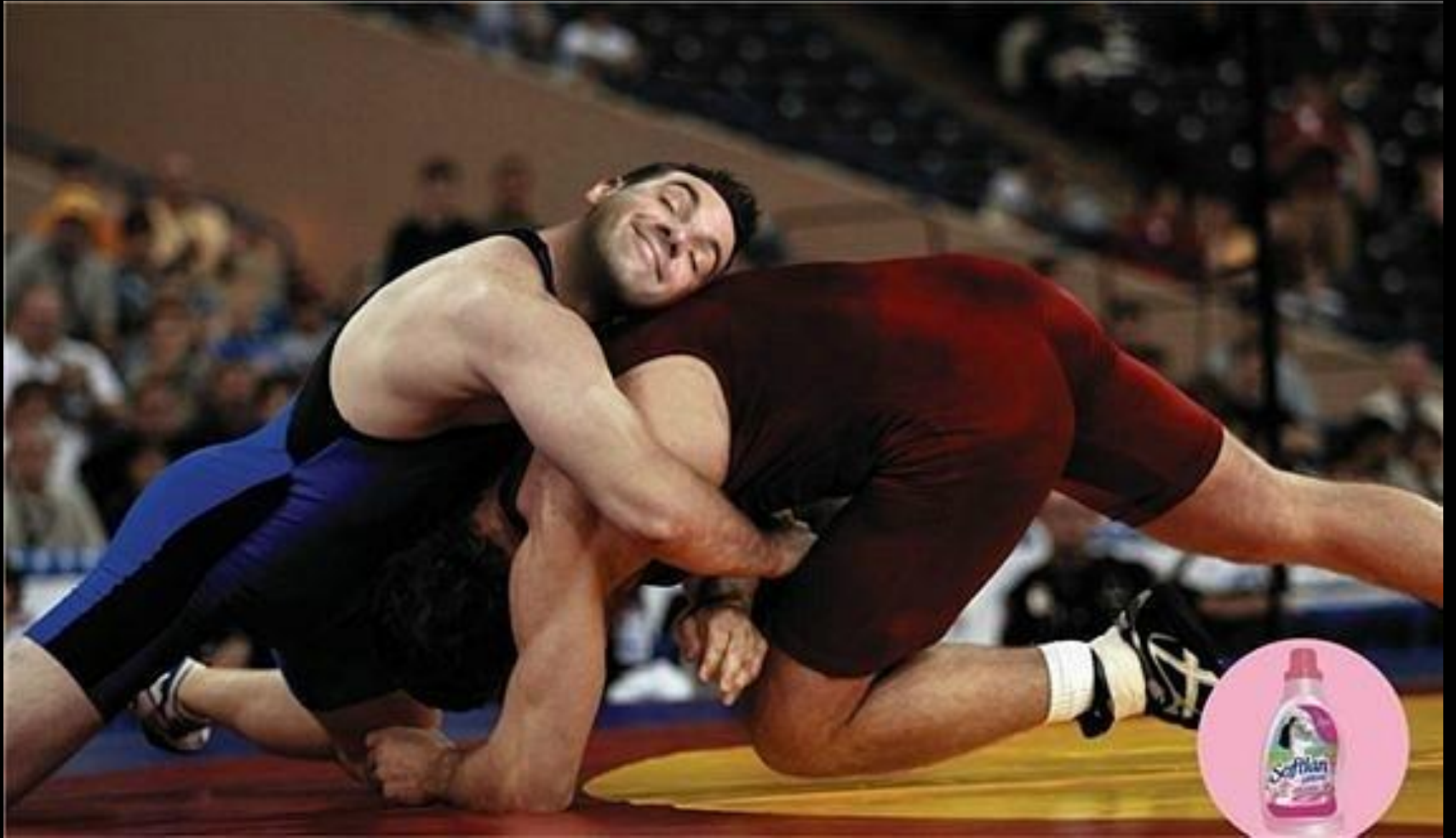
TIMOTEI
Natural Style





SECURITY SYSTEMS
PERFECTLY INTEGRATED





Приемы создания рекламного образа:

- Применение образа знаменитого персонажа и его черт характера*



PURE PERFECTION
JUDE
VINNYBLUE@METHA





the new
eau de toilette

euphoria
Calvin Klein



Charlize Theron

www.dior.com

j'adore
Dior



STYLING: DOMENICO

80234077#MATTE.00000000000000000000

DOLCE & GABBANA

MATTE FOUNDATION



TIMELESS PERFECTION
SELF-CORRECTING LONG WEAR FOUNDATION

- Использование
элемента
противостояния

Before



After



SEDAL
prikol.i.ua





Tire seu
próprio
peso dos
ombros.

COMPANHIA
ATHLETICA
MILANO 1988



8:00 am

8:05 am



Brings out the human in men. Braun Series 5

BRAUN
trinixy.ru

- Использование образов и ассоциаций



No one
grows
Ketchup
like









- Присутствие элемента недосказанности

Soho
HOTELS





PAULINA & GIANFRANCO




ARIEL
BRIGHT WHITE



VOLVO

for life



ВСЕ
ГЕНИАЛЬНОЕ
ПРОСТО

www.chtoeto.ru

POSTER

- Применение гиперболизации




Pringles
Hot & Spicy



AMBI PUR

pour lavatory



NOW THAT'S AN EAU DE TOILETTE



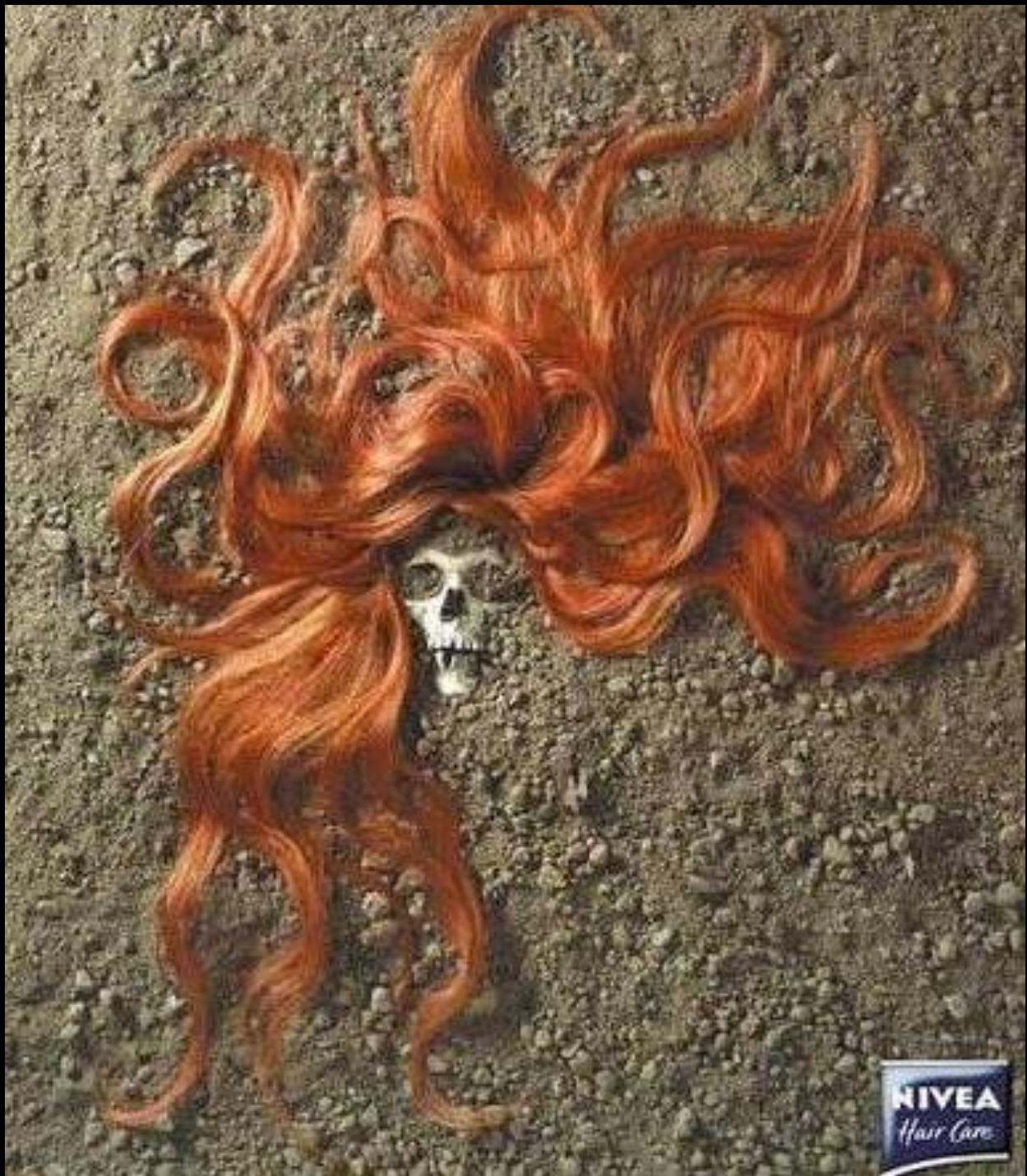
THE TOILET CLEANER THAT DOESN'T SMELL LIKE ONE!

Lavatory



BURST OF LEMON

NOW THAT'S AN EAU DE TOILETTE



NIVEA
Hair Care



- *использование
метафоры*



Also available in Vanilla and Original

**Pour on the power
to help support your heart.**

Silk is made from one of Nature's
Perfect Proteins to fortify your body,
and delivers a smooth chocolate taste
that keeps you deliciously satisfied.

Silk Strength in Every Pour™

SilkSoyMilk.com



Getting there is just as fun. Jetta.



Das Auto.



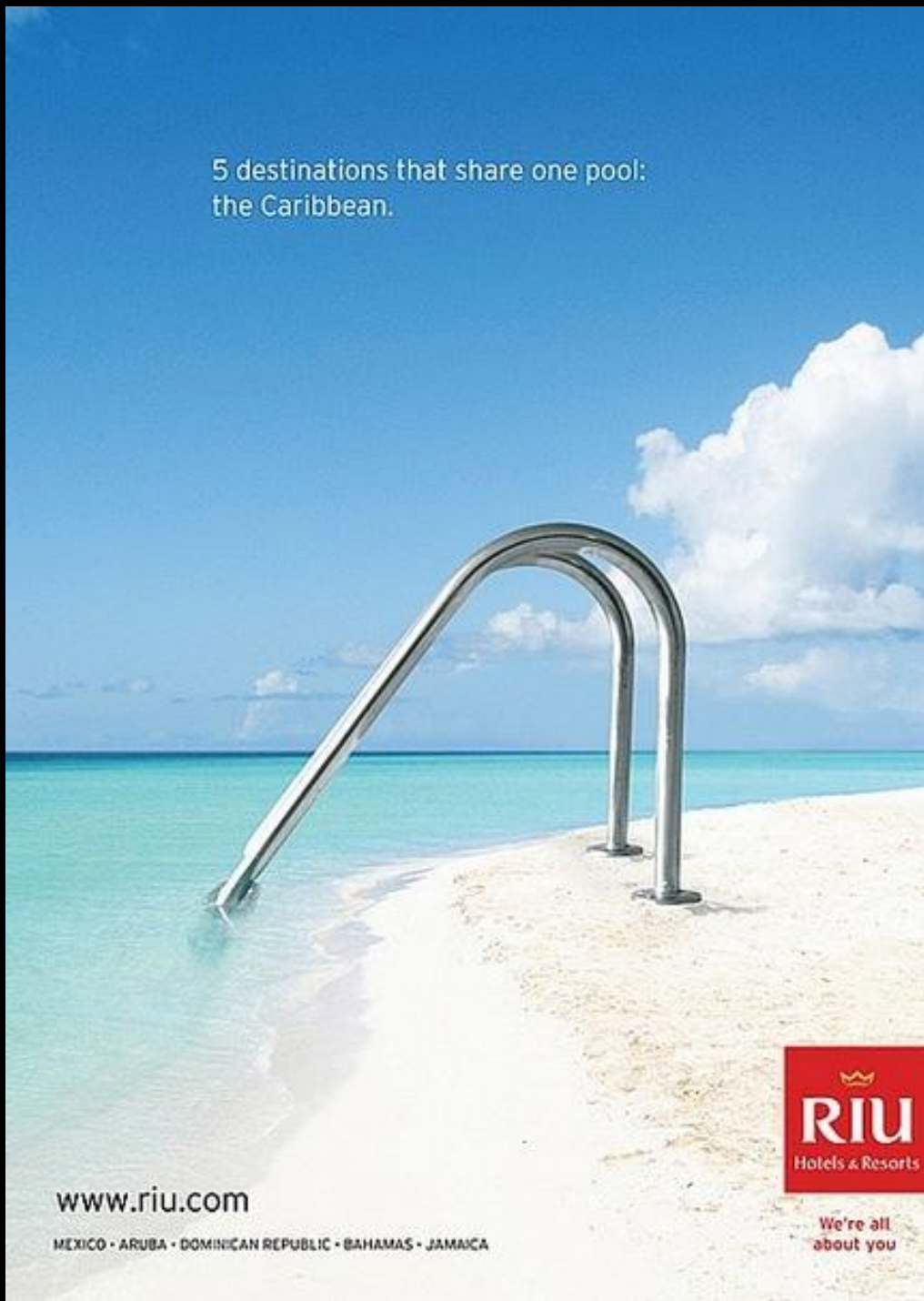
Hair power. **PANTENE**
PRO-V 



SENSODYNE
ULTRA SENSITIVE TOOTHBRUSHES



5 destinations that share one pool:
the Caribbean.



www.riu.com

MEXICO • ARUBA • DOMINICAN REPUBLIC • BAHAMAS • JAMAICA



We're all
about you



VIERA 3D

Panasonic
ideas for life

- *построение на оригинальности, эмоциональности, запоминаемости и чувственности*








refresh on the *Coca-Cola* side of life

A large red billboard on a brick building features a classic glass Coca-Cola bottle. A white straw is inserted into the bottle and extends upwards, then turns 90 degrees to the right, becoming a structural part of the building's facade. The text "refresh on the Coca-Cola side of life" is printed in white on the red background.



Parinni
OPTICAL

A white billboard on a brick building features a close-up profile of a woman with long dark hair wearing blue sunglasses. A white straw is inserted into her mouth and extends upwards, then turns 90 degrees to the left, becoming a structural part of the building's facade. The text "Parinni OPTICAL" is printed in a light blue font on the white background.



A partial billboard at the bottom left of the building shows the top portion of a person's face with dark curly hair.



A partial billboard at the bottom center of the building shows a person's face in profile, looking towards the right.



Kohberg

Bager for brysterne

RUGBRØDSBOLLER

STØT BRYSTERNE





TU COMIDA SE VA
A PONER MÁS BUENA

¡Póngale lo sabroso!





- *использование профессионального статуса (подсознательно доверяем врачам, ветеринарам и другим людям, имеющим в наших глазах авторитет)*



Лесной бальзам

Имя: Евгений Владимирович

Лесной бальзам
Лесной бальзам
Лесной бальзам

Лесной бальзам
Лесной бальзам

Лесной бальзам
Лесной бальзам

DAN CAKE®



*Выпечные
изделия
Dan Cake™
Дания*



© 2001 Dan Cake, Inc. All rights reserved. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc.



© 2001 Dan Cake, Inc. All rights reserved. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc.



© 2001 Dan Cake, Inc. All rights reserved. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc.



© 2001 Dan Cake, Inc. All rights reserved. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc. Dan Cake is a registered trademark of Dan Cake, Inc.



- *использование атрибутов прошлого (создастся впечатление, что товар проверен временем, и, следовательно, хорош и качественен)*





THEY ALL THIRST FOR MORAVIAN GOLD



MARTELL
COGNAC

THE SAME PLEASURE SINCE 1715.



..и конечно, при создании рекламного образа зачастую используется не один, а несколько приемов...

удачно или нет - это уже другой вопрос

ХРУСТИМ к Пенному
ХОРОШО ХРУСТИМ!



ХРУСТ
team

Удачно созданный рекламный образ - гарантия тому, что рекламируемый товар будет пользоваться успехом. Но главное – понять, что именно требуется от этого образа, какие интуитивные чувства он должен вызвать, какое впечатление оставить, какие эмоции пробудить... и это есть настоящее искусство

Спасибо за внимание! =)