










Сила цвета

Как бренды используют психологию восприятия цвета, чтобы манипулировать нами

фиолетовый	роскошь и каприз	
синий	спокойствие и логика	
зеленый	польза и экологичность	
желтый	веселье и дружелюбие	
оранжевый	игривость и комфорт	
красный	сила и страсть	
розовый	сладость и сексуальность	
коричневый	тепло и надежность	
черный	эсклюзив и гламур	

Рекламное воздействие на потребителей

Факторы психологического воздействия

Эмоциональные приемы воздействия

Когнитивный (познавательный аспект, передача информации, сообщения);

Аффективный (эмоциональный аспект, формирование отношения)

Суггестивный (внушение)

Конативный (определение поведения, бихевиористская стадия)



Содержание и форма рекламного обращения

Стиль обращения определяется:

- целями рекламной кампании,
- видом рекламоносителя,
- характеристиками рекламируемого товара,
- характеристиками целевой аудитории.



Варианты стиливых решений:

- Рекламное обращение, содержащее *только название фирмы или только слоган.*
- Сообщение о конкретном событии (объявление).*
- «Зарисовка с натуры».*
- Создание атмосферы загадочности, интриги.*
- Создание фантазийной, экзотической, романтической обстановки.*
- Создание образа, персонифицирующего рекламируемый товар.*
- Консультация специалиста, ученого.*
- Акцентирование образа жизни.*
- В композициях на исторические темы подчеркивается мотив преемственности и мотив патриотизма.*
- Создание определенного настроения в дальнейшем ассоциируется с рекламируемым товаром.*
- Мюзикл.*
- Использование анимационных приемов.*
- Акцентирование на профессиональном опыте.*
- Демонстрация эффекта рекламируемого товара по принципу «До и после применения».*
- «Рекламный эксперимент».*
- Сравнительная реклама.* Во многих странах этот вид рекламы запрещен, указание на недостатки товаров конкурентов осуждается Международным кодексом рекламной практики.

Цветовое решение рекламного обращения. Цветная реклама привлекает внимание быстрее и надежнее, чем черно-белая.

Лучше всего воспринимаются :

черные буквы на желтом фоне

зеленые и красные на белом фоне

Черные буквы на белом фоне занимают лишь 6 место в данном ранжировании.



Свойства цвета в рекламе

- Каждый продукт в сознании потребителя ассоциируется со своим цветом.

Воспримем абстрактно



Воспримем как овощ



MyShared

НЕ ДАЙ СЕБЯ В ОБИДУ!



Ребята, я понаблюдал за вами и сделал фотографии. Подберите к ним подписи: «Мне угрожают», «Меня бьют», «Со мной не хотят играть», «Обо мне сплетничают».



Если ты хочешь посоветоваться, поделиться своими проблемами, позвони на телефон доверия

8-800-2000-122.

Я новенький в классе



Я НЕ БОЮСЬ!

Я очень смелый

У меня смешная фамилия

Я маленького роста

Если тебе сложно – просто позвони!
8-800-2000-122

В школе, на улице у тебя много друзей. Там весело и интересно. Но если ты чувствуешь себя одиноким даже в весёлой компании сверстников, тебя не берут играть, обижают, над тобой насмеются – звони на **телефон доверия**. Звонок анонимный и бесплатный.

Тебя постоянно обижают? Придумывают обидные прозвища? Не хотят с тобой дружить? Устраивают бойкот и не разговаривают? Обманывают и разыгрывают?

Это о-очень пло-о-о-хо...
Позвони на телефон доверия
8-800-2000-122.



ПЕРВЫЙ РАЗ В НОВЫЙ КЛАССЕ



Если ты перешёл в новый класс – это так здорово! Теперь у тебя появятся много новых друзей!



Некоторые ребята, Крош, не знают, как вести себя в новом коллективе, и не хотят идти в школу.



Так давай поможем!

Полезные советы от Смешариков

- Всегда здороваясь со своими одноклассниками
- Рассказывая о своих увлечениях – всем будет интересно
- Не обращай внимания на насмешки – у обидчика пропадёт интерес тебя задирать
- Покажи фотографии любимого животного
- Не хвастайся игрушками и обновками
- Запишись в спортивную секцию, куда ходят твои одноклассники
- Не дерись – любой вопрос можно решить мирно!

А если наши советы тебе не помогут – звони на телефон доверия. Уж там точно найдут решение!



ОЖИДАЙ АН ТЫ, ЧТО...

Детские телефоны доверия работают во всём мире. Первая служба телефонной помощи была организована в Лондоне английским священником Чадом в 1953 году.



Телефон доверия для детей, подростков и их родителей:

8-800-2000-122

Умный,
надежный
с отличной
родословной...



... компьютер

AQWA™

ищет хозяина



**TEZ
TOUR**

www.teztour.com

**Хватит
мечтать-
пора отдыхать!**



уполномоченное
туристическое агентство
в Тамбове