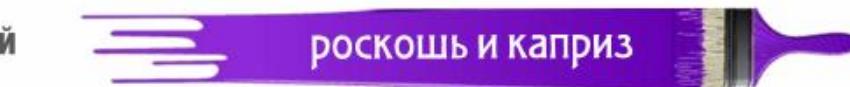


# Сила цвета

Как бренды используют психологию восприятия цвета, чтобы манипулировать нами

фиолетовый



роскошь и каприз



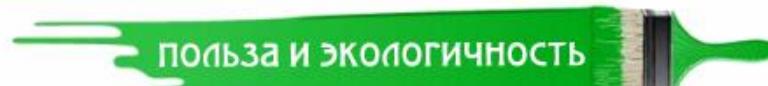
синий



спокойствие и логика



зеленый



польза и экологичность



желтый



веселье и дружелюбие



оранжевый



игривость и комфорт



красный



сила и страсть



розовый



сладость и сексуальность

VICTORIA'S SECRET

коричневый



тепло и надежность



черный



эксклюзив и гlamур





# Рекламное обращение

## Содержание и форма рекламного обращения

Стиль обращения определяется:

- a) целями рекламной кампании,
- b) видом рекламоносителя,
- c) характеристиками рекламируемого товара,
- d) характеристиками целевой аудитории.

Варианты стилевых решений:

- Рекламное обращение, содержащее только название фирмы или только слоган.
- Сообщение о конкретном событии (объявление).
- «Зарисовка с натуры».
- Создание атмосферы загадочности, интриги.
- Создание фантастической, 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!

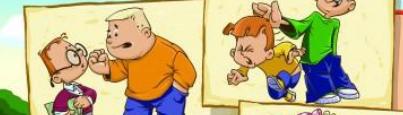
ФОНД  
ПОДДЕРЖКИ  
ДЕТЕЙ

Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации

www.fond-pd.ru

16+ 2010

Смешарики



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.



«Скажи же я, ты, что...»  
Детские телефоны доверия работают во всем мире. Первая служба телефонной помощи была организована в Лондоне английским священником Чадом в 1953 году.

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, обзывают, над тобой насмехаются – звони на телефон доверия. Звонок анонимный и бесплатный.

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



Телефон доверия для детей, подростков и их родителей:

**8-800-2000-122**

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



**ПЕРВЫЙ РАЗ В НОВЫЙ КЛАСС**



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

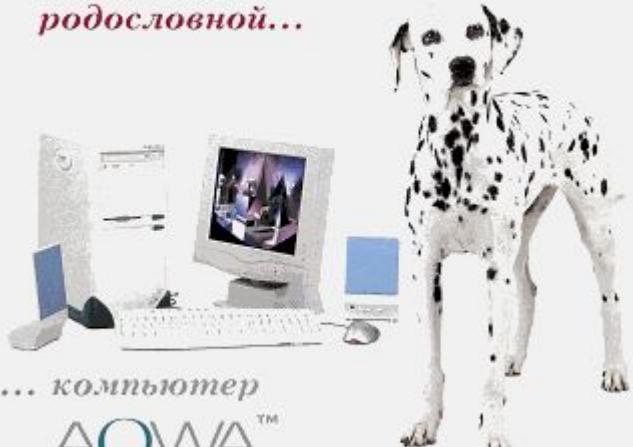
Некоторые ребята, Крошки, не знают, как вести себя в новом коллективе, и не хотят идти в школу.

Так давай поможем!

2 "А"

</

Умный,  
**надежный**  
с отличной  
родословной...



... компьютер  
**AQWA**<sup>TM</sup>  
ищет хозяина



Хватит  
мечтать-  
пора отдыхать!

TEZ  
tour  
[www.teztour.com](http://www.teztour.com)

уполномоченное  
туристическое агентство  
в Тамбове