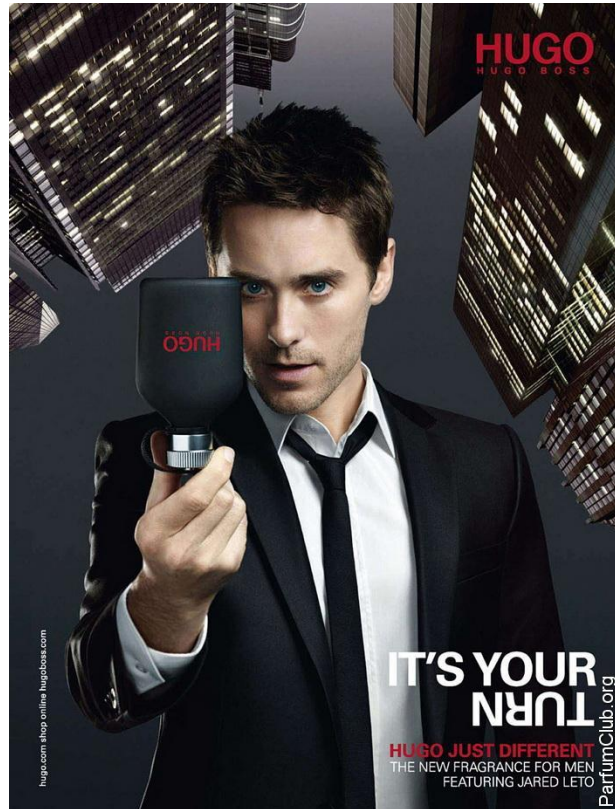


# МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ В РЕКЛАМЕ

Сочивко Д., гр.8703

# Социальное подражание



Реклама парфюма Hugo Boss с участием Джареда Лето

Рекламируется то, что престижно для человека, что покупается им с целью быть похожим на известную, популярную, авторитетную личность



Реклама украшений Tiffany с участием Зои Кравиц

# Социальная валюта



Ключевой момент в использовании социальной валюты – сделать пользователя лучше в глазах других людей

Реклама такого товара, как часы Zenith, демонстрирует статусность товара, используя технику социальной валюты.



# Триггеры

Привязка продукта к определенному триггеру, позволяет не забыть о нём, например утро и чашка кофе. В данном случае реклама Nescafe



# Эмоциональная реклама



Чем больше эмоций вызывает контент, тем больше повода им поделиться.

Трогательная реклама производителя игрушек Мессано, которая призывает детей бороться за свои мечты.



# Storytelling

Приём рассказывания историй. Реклама LEGO рассказывает о мечтах детей, используя свой конструктор



# Практическая ценность

Внимание направлено на результат. Например, в рекламе минимойки Karcher показывают процесс мытья машины.



В рекламе туши Lancome показывается результат использования данного товара.

