

# ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОТИВОВ УДОВОЛЬСТВИЯ В РЕКЛАМЕ

Подготовил: студент 301 группы, Власов Александр

# СЕНСОРНЫЙ АСПЕКТ

Удовольствие,  
получаемое от товара  
через сенсорные  
каналы восприятия



# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

<https://www.youtube.com/watch?v=tESlOFptOzq> Теле-2:  
«Вечные минуты и ГБ  
переносятся снова и снова»

<https://www.youtube.com/watch?v=lszkaDfoFog> Nestea:  
«Открой и насладись»



Дмитрий,  
суперабонент  
Tele2

ТЕЛЕ2

Минуты  
100 500 мин 900

ГБ  
24 ГБ

**НАСТРОЙ  
СВОЙ  
СУПЕРТАРИФ**

На новых тарифах  
линейки «Мой Tele2»

**TELE2**

tele2.ru



# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИНЕСТЕЗИИ

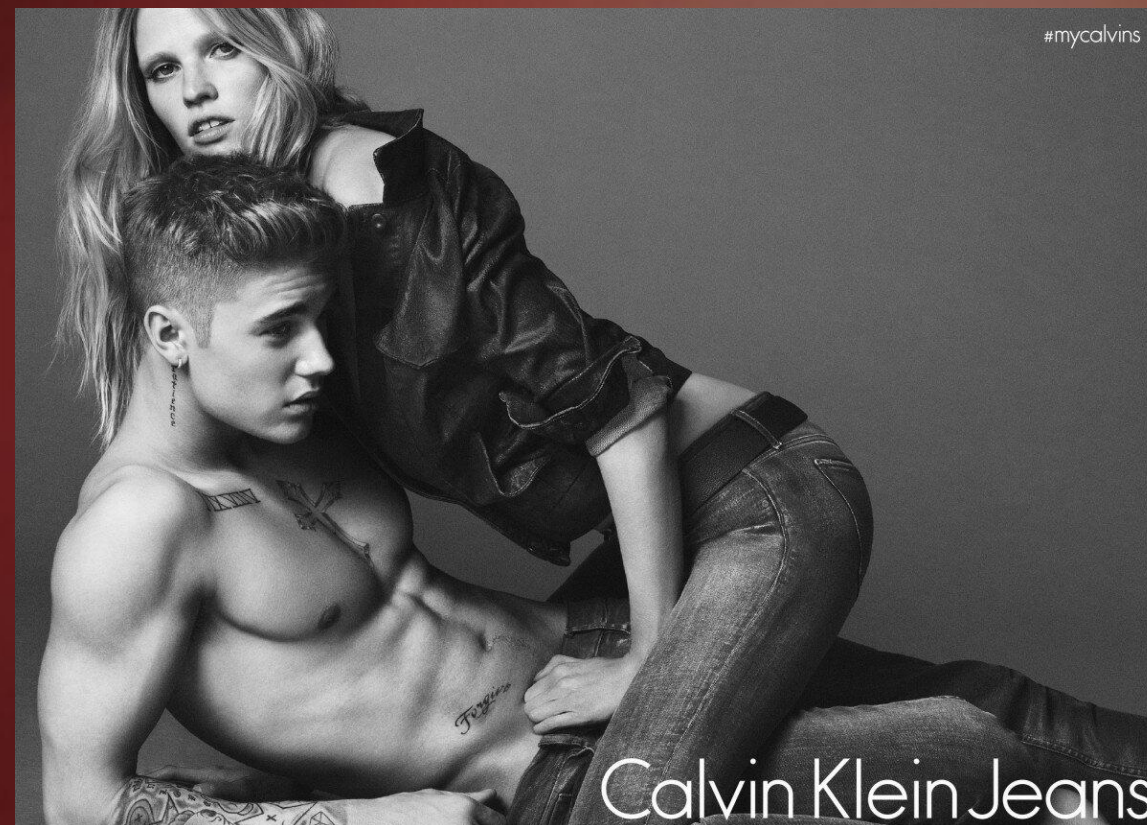
<https://www.youtube.com/watch?v=d8nlCqJIZfo> Paria: «Вы достойны большего»

<https://www.youtube.com/watch?v=yg4Mq5EAEzw> Coca-cola



# ЭРОТИЗАЦИЯ ОТНОШЕНИЯ К ТОВАРУ

<https://www.youtube.com/watch?v=ubnsQGqfbjc> Calvin Klein



# РАСШИРЕНИЕ СФЕРЫ ОЩУЩЕНИЙ

<https://www.youtube.com/watch?v=XX1oM1COc7Y> Red bull: «Окрыляет!»

<https://www.youtube.com/watch?v=R15CLD9YZB4> Чистая линия: «Порадуй свои ВКУСОВЫЕ СОСОЧКИ»

