

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

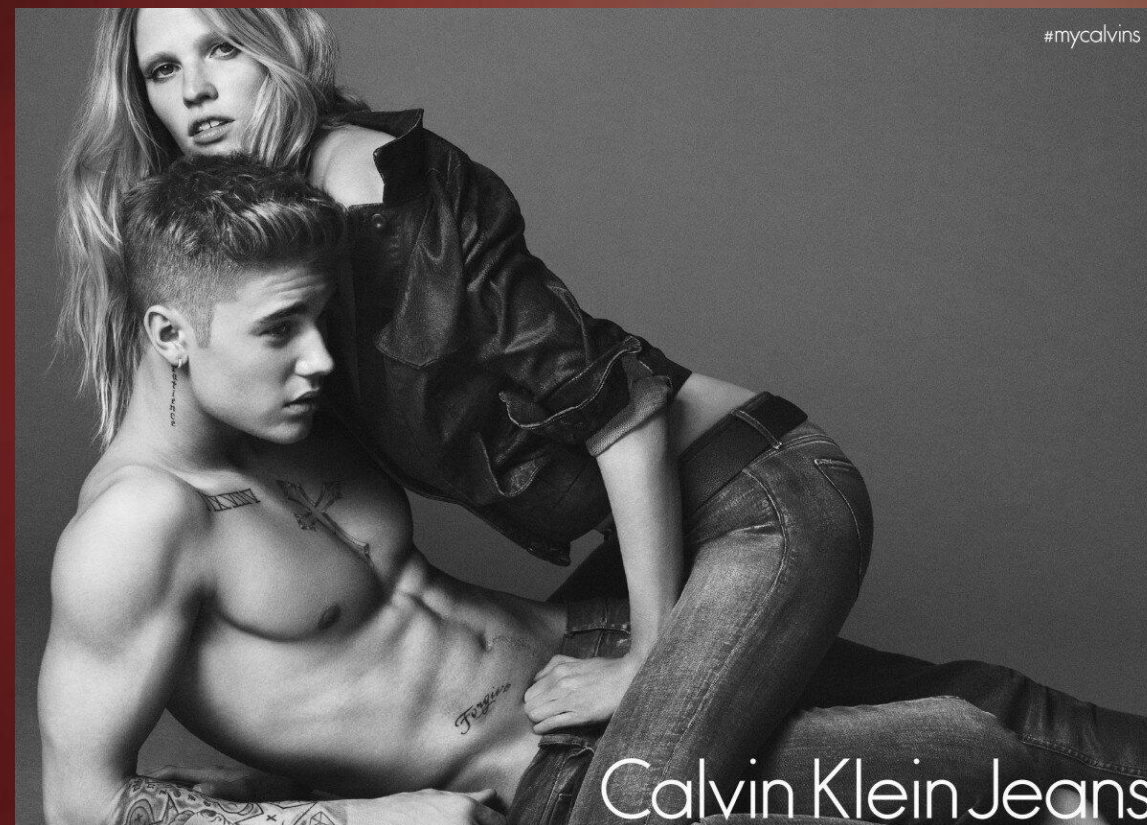
<https://www.youtube.com/watch?v=d8nlCqJIZfo> Paria: «Вы достойны большего»

<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»

