

Методы привлечения внимания в рекламе

Елькин Дмитрий,
гр. 8703

ЭМОЦИИ

Аудиокниги Penguin: «Ваше ухо – это целая сцена»



Кофе Caribe: «Не спите»



Социальная валюта

Реклама emporio armani

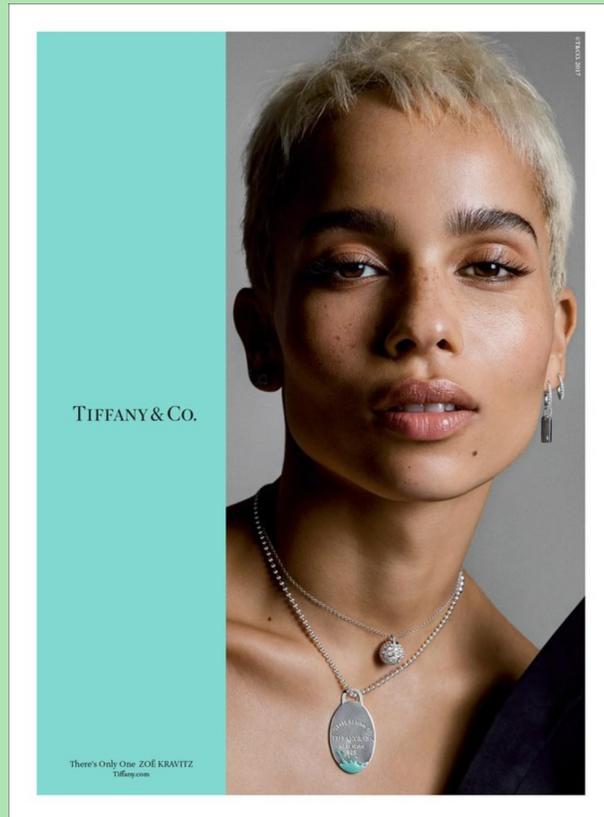
Дорогой бренд — это всегда качество, статус и эксклюзив.

Купив данный эксклюзивный товар, человек чувствует себя особенным



Социальное подражание

Зои Кравец в
рекламе Tiffany



Джаред Лето в
рекламе Hugo Boss

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

Триггеры

Реклама духов часто использует ассоциации, чтобы передать аромат духов через изображение. Например, на рекламных фото духов Jo Malone используют цветы, что сразу вызывает ассоциации с ароматами



Storytelling



Прием рассказывания историй. Например, реклама Lego рассказывает о мечтах детей, используя конструктор

Практическая ценность

Внимание направлено на результат. В рекламе Vanish демонстрируется чистое белье.

