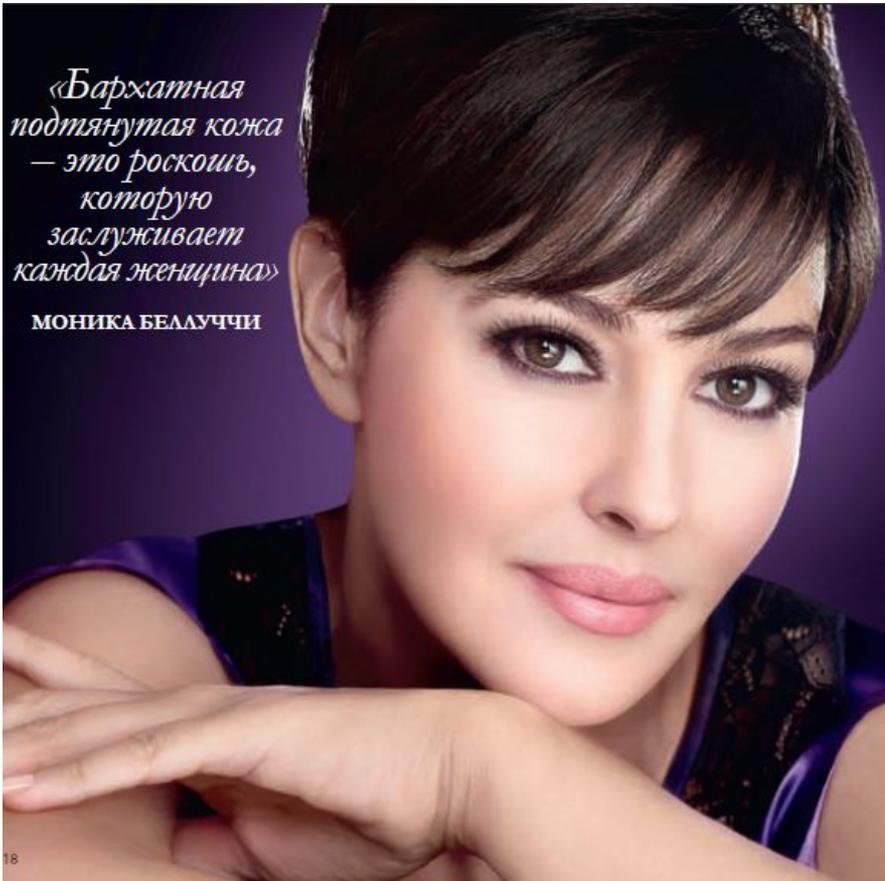


Введение в  
коммуникационные  
специальности.  
Реклама. Подборка  
печатной рекламы.

# Реклама омолаживающего крема Royal Velvet.

«Бархатная подтянутая кожа — это роскошь, которую заслуживает каждая женщина»

МОНИКА БЕАЛУЧЧИ



## Королевский секрет подтянутой кожи — ночной уход

**ROYAL VELVET**  
ПОДТЯНУТАЯ КОЖА — КОРОЛЕВСКИЙ УХОД

ДЛЯ ВСЕХ ТИПОВ КОЖИ | 40+ ВОЗРАСТ

НОВЫЙ питательный Подтягивающий ночной крем «Королевский бархат» с ЭЛИКСИРОМ ЧЕРНОГО ИРИСА заряжает кожу энергией молодости во время ночного сна, в результате с пробуждением кожа становится более подтянутой и упругой.

**НОВИНКА**  
УСОВЕРШЕНСТВОВАННАЯ ФОРМУЛА

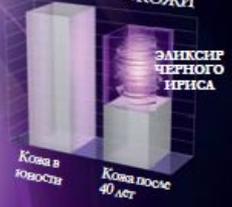
ЗАМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЧЕРЕЗ 4 НЕДЕЛИ!  
КОНТУРЫ ЛИЦА СТАНОВЯТСЯ БОЛЕЕ ЧЕТКИМИ

\*По результатам потребительского тестирования дневного и ночного кремов «Королевский бархат» с участием 91 женщины старше 40 лет.

78%\*



ВОССТАНОВЛЕНИЕ УПРУГОСТИ КОЖИ



Кожа в юности | Кожа после 40 лет

Подтягивающий ночной крем «Королевский бархат» Питательный ночной крем с роскошной текстурой восстанавливает естественную красоту кожи, повышает ее упругость во время ночного сна. В его основе лежит уникальный компонент — эликсир черного ириса. В сочетании с Дневным кремом этой серии оказывает подтягивающее действие. 50 мл.

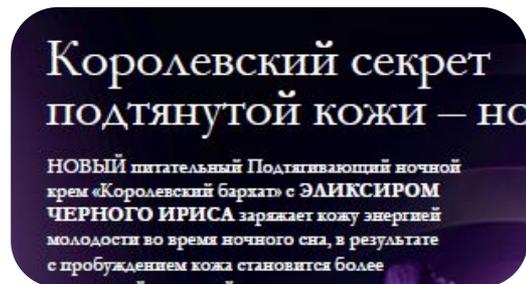
22814

~~610 руб.~~  
**489 руб.**

ЭКСКАВАЦИОННЫЙ ПАЛАНТИН СО СКИДКОЙ -80%



1) В основе сюжета рекламы этого продукта используется привлечение известной личности – актрисы Моника Беллуччи. Эта актриса является эталоном красоты среди множества женщин, поэтому реклама с её участием способна вызвать доверие потребителей к данному продукту. (Ведь этому продукту доверяет и использует его сама актриса).



2) «Королевский секрет подтянутой кожи» – мотив престижа, значимости, уникальности продукта, высокого качества, а также акцент на названии бренда (Royal Velvet) «royal» – королевский.

5) В рекламе крема присутствует ассоциативный ряд – (1. бархатная кожа 2. бархатная, как вельвет; 1. эликсир черного ириса 2. ирис фиолетовый, следовательно, фон тоже фиолетовый).



6) Есть мотив открытия – «НОВИНКА! Усовершенствованная формула крема!»



3) В рекламе присутствуют результаты исследований и тестирования среди потребителей («Заметные результаты через 4 недели! Контуры лица становятся более четкими на 78%») – мотив надежности, гарантий.

7) «Бархатная подтянутая кожа – это роскошь, которую заслуживает каждая женщина.» – мотив значимости, престижа (вы как достойный потребитель заслуживаете этот товар)





1) В рекламе данного продукта используются сюжет-преувеличение, сделана ставка на креативность ( модель натягивает на себя новую кожу). Использование гиперболы в рекламе помогает более эффективно донести основную мысль, показать главное свойство продукта – обновление кожи.

2) В рекламе есть обещание быстрого результата от использования данного продукта (Через 8 минут кожа заметно ровнее. Глубокое обновление кожи происходит за 3 недели), а также результаты научных исследований и тестирования среди потребителей (90 % использующих систему отметили, что кожа разглаживается) – мотив надежности, гарантированного результата.



Через 8 минут кожа заметно ровнее.  
Глубокое обновление кожи происходит за 3 недели.

Каждый день: крем для обновления кожи

Один раз в неделю: Серия: глубокое обновление

**НОВИШЕСТВО**

Улучшение состояния пор <sup>1</sup> 2:

35% эффективности сразу после применения  
80% через 3 недели применения

Улучшение микрорельефа кожи <sup>1</sup> 2:

90% использующих Систему отметили, что кожа разглаживается сразу после применения 98% после 2 недель применения

1 - На основе новейших разработок в области дерматологии. 2 - Тестировано на чувствительной коже.  
3 - Доказана активность компонентов при длительном использовании. Содержит термальную Воду Исту.

**VISNU. ЗДОРОВЬЕ ДЛЯ КОЖИ. ЗДОРОВЬЕ ДЛЯ ЖИЗНИ.**

Произведено во Франции. Дистрибуция: Сестры.ru



3) Мотив здоровья – VISNU.  
Здоровье для кожи.  
Здоровья для жизни.



4) Есть мотив открытия (наша система – это новшество для проблемной кожи)

# Реклама крема для глаз от VICHY

ИДЕАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД:  
3 ПРЕОБРАЖЕНИЯ ОДНИМ ДВИЖЕНИЕМ

Темные круги – Следы усталости – Морщинки

ПЕРВЫЙ  
ИДЕАЛИЗАТОР  
ВЗГЛЯДА'



## IDÉALIA ГЛАЗА

- СОКРАЩАЕТ ТЕМНЫЕ КРУГИ
- СТИРАЕТ СЛЕДЫ УСТАЛОСТИ
- РАЗГЛАЖИВАЕТ МОРЩИНКИ
- УВЛАЖНЯЕТ И ДАРИТ СИЯНИЕ

**ИННОВАЦИЯ: ПРЕОБРАЖАЮЩИЙ КОМПЛЕКС [DRM-BRIGHT С ВИТАМИНОМ C6 + КОФЕИН]** КОРРЕКТИРУЕТ ВСЕ ВИДЫ ТЕМНЫХ КРУГОВ ПОД ГЛАЗАМИ, СОКРАЩАЕТ МОРЩИНКИ, ОКАЗЫВАЕТ ТОНИЗИРУЮЩЕЕ И УВЛАЖНЯЮЩЕЕ ДЕЙСТВИЕ ПРЕОБРАЖАЕТ НЕЖНУЮ КОЖУ ВОКРУГ ГЛАЗ, ВЫСВОБОЖДАЯ ПРИРОДНОЕ СИЯНИЕ ИДЕАЛЬНОГО ВЗГЛЯДА.

**КЛИНИЧЕСКИ ДОКАЗАННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ**  
ПОДХОДИТ ДЛЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ КОЖИ.  
ПРОТЕСТИРОВАНО ПОД КОНТРОЛЕМ ОФТАЛЬМОЛОГОВ.  
Произведено во Франции, г. Вичи

Инновационный  
силиконовый аппликатор  
для нежного нанесения

МОЙ ИДЕАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД:  
**ОТДОХНУВШИЙ  
ОТКРЫТЫЙ** (для всего нового)  
**ИЗЛУЧАЮЩИЙ СВЕТ**

ПОДХОДИТ ДЛЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ КОЖИ  
**БЕЗ ПАРАБЕНОВ**  
СОДЕРЖИТ ТЕРМАЛЬНОЕ КОДУ ВКУСА SKA

Узнайте больше на [vichyconsult.ru](http://vichyconsult.ru)

ВАША ИДЕАЛЬНАЯ КОЖА  
**VICHY**  
LABORATOIRES



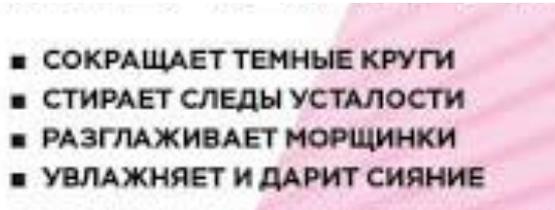
МОЙ ИДЕАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД:  
**ОТДОХНУВШИЙ  
ОТКРЫТЫЙ** (для всего нового)  
**ИЗЛУЧАЮЩИЙ СВЕТ**



1) В рекламе данного продукта демонстрируется образ идеальной девушки с идеальной кожей, отдохнувшим свежим взглядом.



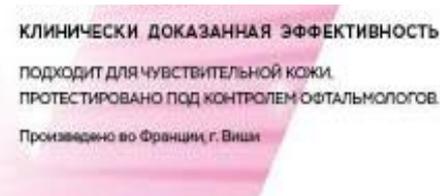
2) Используются эпитеты, описывающие идеальный взгляд модели ( мой идеальный взгляд: отдохнувший открытый, излучающий свет ). Так, создаётся идеальный образ, которого можно добиться с помощью этого товара.

- 
- СОКРАЩАЕТ ТЕМНЫЕ КРУГИ
  - СТИРАЕТ СЛЕДЫ УСТАЛОСТИ
  - РАЗГЛАЖИВАЕТ МОРЩИНКИ
  - УВЛАЖНЯЕТ И ДАРИТ СИЯНИЕ

3) В рекламе перечислены возможности продукта (сокращает темные круги, стирает следы усталости и т. д.). Таким образом товар предстает перед потребителем многофункциональным, направленным на решение сразу нескольких проблем - мотив высоких функциональных качеств

4) Сделана ставка на инновационность продукта – мотив открытия.

6) В рекламе есть результаты научных исследований – мотив надежности, гарантированного результата



КЛИНИЧЕСКИ ДОКАЗАННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
ПОДХОДИТ ДЛЯ ЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ КОЖИ.  
ПРОТЕСТИРОВАНО ПОД КОНТРОЛЕМ ОФТАЛЬМОЛогоВ.  
Произведено во Франции, г. Вичи

5) В рекламе используются метафоры (высвобождая природное сияние, излучающий свет взгляд), чтобы показать основную идею продукта.