

Миф

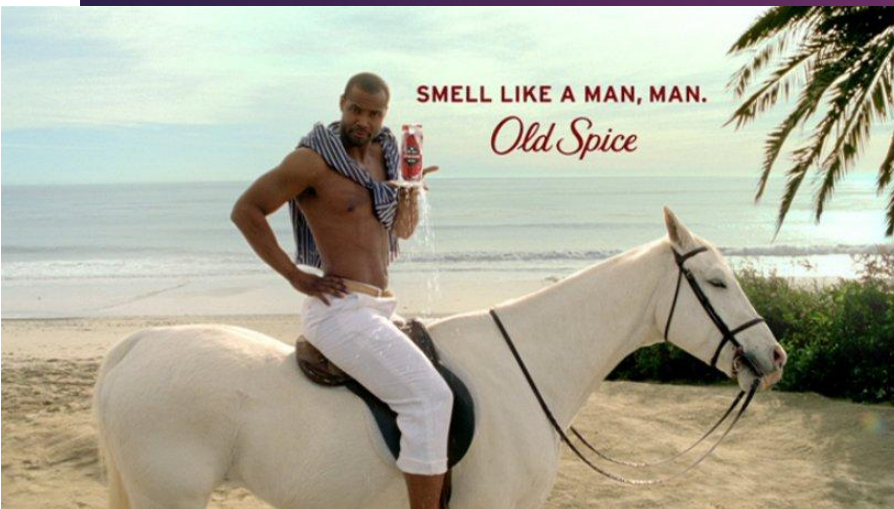
использование сексуальных сценариев увеличивает эффективность рекламы

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛА КУДРИНА МАРИЯ 203 ГРУППА

Ключевое слово здесь – ЭФФЕКТИВНОСТЬ .Да, секс всегда привлекает внимание, не зависимо от пола. И в рекламе он должен быть использован очень Эффектно(реклама АХЕ)



Если товар имеет прямое отношение к вопросам сексуального характера, ТОГДА **ДА**, а ЕСЛИ **НЕТ** ТО ЛУЧШЕ НЕ РИСКОВАТЬ.



Потому что внимание будет направлено на объект сексуального восхищения, а не на товар

