



Психологическое воздействие рекламы на сознание потребителей

Бабушкина Татьяна, Серегина Елизавета, Столпинская Лилия

По подсчетам Джеральда Залтмана, профессора Гарвардской школы бизнеса, 95% наших мыслей и чувств происходит без участия сознания. Покупатели обычно не понимают или не могут правильно объяснить, почему они совершают покупки, а усилия, направленные на сбор этой информации путем опросов, не всегда являются эффективными.



Мощным инструментом конкурентной борьбы производителей (продавцов) за внимание и деньги потребителей товара является реклама.

Реклама с одной стороны, доводит до потребителей сведения, необходимые для покупки и использования товаров. С другой стороны, сочетая свою информативность с убедительностью и внушением, оказывает на людей эмоционально-психическое воздействие.



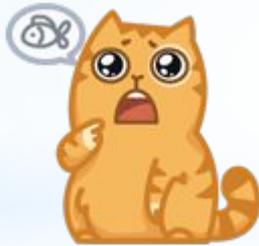
- * человек склонен делать необдуманные, импульсивные покупки;
- * реклама не меняет предпочтений человека, но при отсутствии в продаже желаемого товара покупатель взамен приобретет тот товар, который в данный момент рекламируется;
- * когда человек видит товар, который готов и собирается купить, он перестает мигать, его дыхание замедляется, зрачки расширяются, взгляд становится расфокусированным.



Реклама компании «Hyundai»



В принятии решений важнейшую роль играют эмоции - будь то выбор ресторана, работы, хобби или спутника жизни. Это прекрасно знают маркетологи, пиарщики и все профессионалы из сфер коммуникации и продаж. Каждый день на людей обрушивается более 10000 рекламных сообщений, большинство из которых цепляет нас на эмоции, или, по крайней мере, пытается это сделать.



Эмоциональные триггеры - это автоматические поведенческие реакции человека, возникающие в ответ на какое-либо событие.

Эмоциональные триггеры



Этичные

- * доверие
- * ценность
- * чувство принадлежности
- * немедленные результаты
- *



Неэтичные

- * страх
- * жадность
- * гордыня
- * чувство вины

Страх



ЗАЩИТИ СВОЙ АВТОМОБИЛЬ ОТ НЕКАЧЕСТВЕННОГО БЕНЗИНА!

Вызывает серьезные
заболевания.

Стимулируют образование
злокачественных опухолей.

Действует на глаза,
дыхательные пути,
ЦНС, печень, почки.

Углеводороды

Формальдегид

NO_2

SO_2

Влияет на легкие.

Приводит
к кислородному
голоданию.

CO_2





Жадность

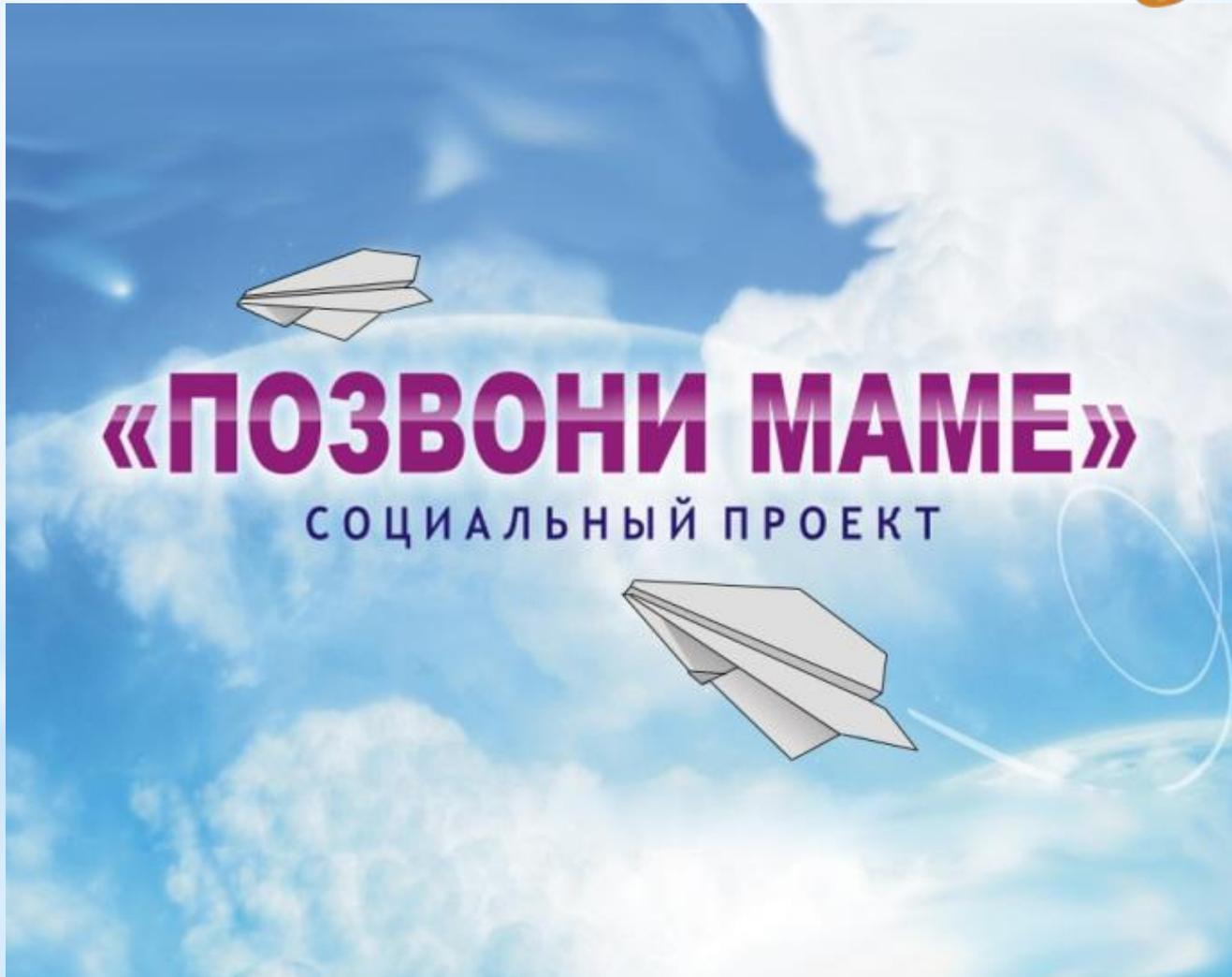
ТРИ ПО ЦЕНЕ **ДВУХ**

$$1 + 1 = 3$$

НА ВЕСЬ АССОРТИМЕНТ

* об условиях и сроках акции уточняйте у персонала магазина

Чувство вины



Гордыня



Не будь пассажиром
по жизни, будь **водителем!**
Прокладывай свой путь сам,
независимо от кого-то.



Доверие



ВСЕГДА РЯДОМ!

 БЕЛАРУСБАНК
90 лет

Ценность



— ★ ★ ★ ★ ★ —

100% ГАРАНТИЯ
ЛУЧШЕЙ ЦЕНЫ

— ★ ★ ★ —

НАЙДЁТЕ ДЕШЕВЛЕ, ВЕРНЁМ РАЗНИЦУ

ПОДРОБНОСТИ АКЦИИ СПРАШИВАЙТЕ У ПРОДАВЦОВ В МАГАЗИНАХ
ПО ТЕЛЕФОНУ ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ 8-800-100-99-40 ИЛИ НА САЙТЕ WWW.VALTERA.RU

Чувство принадлежности



ПРИСОЕДИНЯЙСЯ К НАМ

**В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
И ПОЛУЧИ ПЕРСОНАЛЬНУЮ СКИДКУ**



Акция действует с 1 по 31 января

Немедленные результаты



**Моментальный
ЗАГАР**

*Быстро!
Красиво!
Безопасно!*

A woman with long dark hair, wearing a white one-piece swimsuit, posing for a tanning advertisement. She is standing with her hands on her hips, looking slightly to the side.

Благодаря чудесам современной нейронауки стало возможным не только объяснить процессы мышления, но и успешно на них влиять. Когда маркетологи поймут, как работает мозг покупателей, то они смогут получать гораздо большие результаты с меньшими затратами времени и сил.





Спасибо за внимание!