

Примеры рекламы

Выполнила студентка группы ДРрБ 2-2

Шеремета Ксения



Модель AIDA (На примере компании «Билайн»)



Праздник
ярких цен!

тариф «Легко сказать»

95 копеек
все исходящие вызовы*

740 6000
www.beeline.ru

* Стоимость 1 мин. звонка зависит от тарифа абонента. Стоимость звонка в праздничные дни до 01.01.2011 г. зависит от тарифа абонента. 01.01.2011, 01.01.2012



- **A**ttention (внимание) – Праздник ярких цен
- **I**nterest (интерес) – 95 копеек на все исходящие вызовы
- **D**esire (желание) – сократить расходы на мобильную связь
- **A**ction (действие) – приобретение данного тарифа

Модель Думать-чувствовать- делать(На примере продукта «Баунти»)

- Главный рекламный слоган: «Bounty - райское наслаждение!»



Модель доменов (На примере духов «Black Orchid» и «Моя семья»)



Модель доменов предполагает, что маркетинговые коммуникации воздействует на разум и душу покупателя скорее одновременно, чем последовательно.

Модель FCB (На примере компании «Nissan»)



Модель *Foot, Cone and Belding* (FCB) представляет собой разновидность модели «думать-чувствовать-делать», в которой учитывается высокая и низкая вовлеченность потребителей. Она позволяет создать матрицу для четырех типов реакций, категорий товаров и ситуаций, каждый из которых характеризуется различным порядком возникновения реакции «думать-чувствовать-делать»

Спасибо за внимание!

