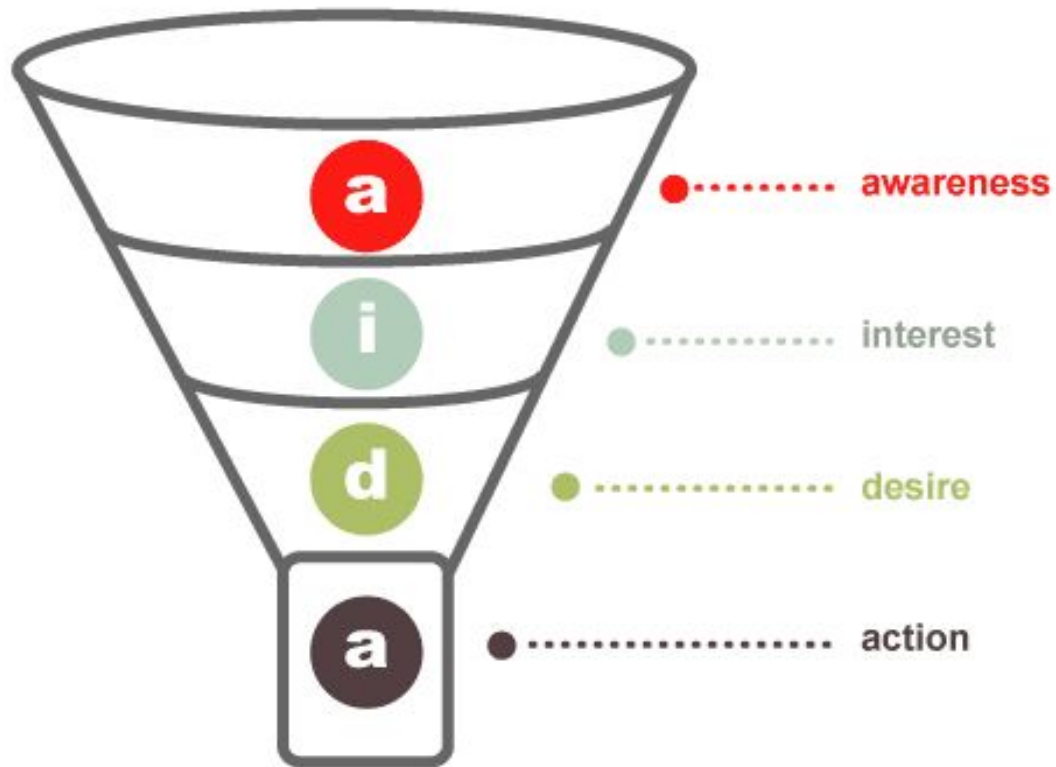


Примеры рекламы по моделям
иерархии результатов ИМК:
**AIDA, Модель «думать-
чувствовать-делать», Модель
доменов.**

Золотаревой Ольги
Группа ДРрБ 2-2

AIDA



AIDA

Внимание: текст «Все, что нас связывает», фотографии влюбленных + известной звезды.

Интерес:
«звонки+интернет+sms», «190 РУБ | МЕС»

Желание: Стать абонентом «МегаФон», получить выгодное предложение.

Действие: стать клиентом «МегаФон»

МЕГАФОН

ВСЕ ЧТО НАС СВЯЗЫВАЕТ

ЗВОНКИ+ИНТЕРНЕТ+SMS

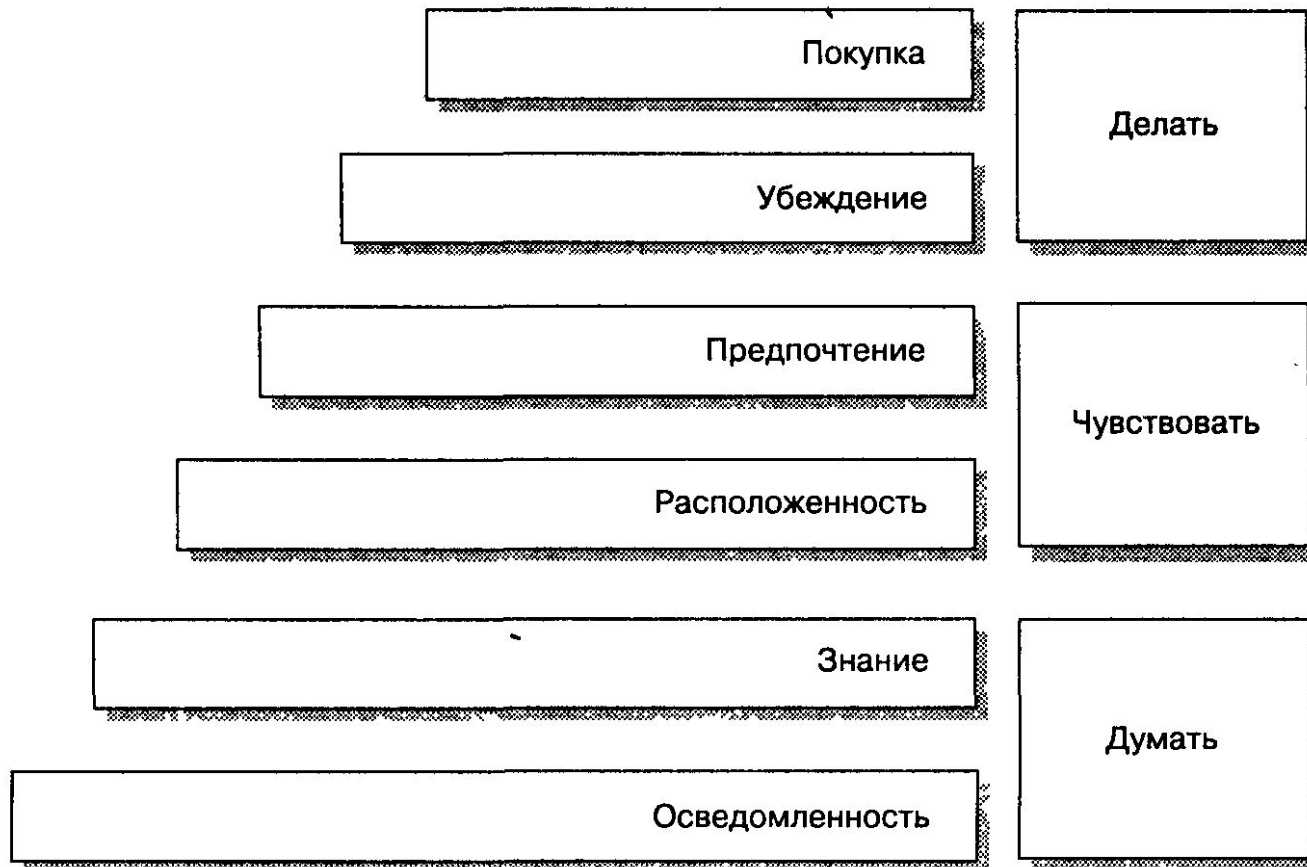
«ВСЕ ВКЛЮЧЕНО S»

190

РУБ | МЕС

SMS – СМС. 190 рублей – размер абонентской платы за 1-й месяц пользования тарифным планом «МегаФон – Все включено S». Размер абонентской платы за 2-й и последующие месяцы пользования зависит от филиала подключения. Подробнее – www.megafon.ru. Предложение действительно до XX.XX.2015 г.

Думать-чувствовать-делать



Думать, чувствовать, делать

Мы думаем: если я буду пользоваться ЭТИМ средством, то смогу носить джинсы на размер меньше, я избавлюсь от лишнего жира на бедрах.

Мы чувствуем: предвкушение результата, воодушевленность, желание попробовать.

Мы делаем: покупаем средство и пользуемся.



VICHY
LABORATOIRES

S'engager pour la minceur, c'est s'engager à être efficace. Preuves à l'appui.

INNOVATION 2007

LIPO·METRIC
Amincissant rétractant

Perte centimétrique pour 9 femmes sur 10. Dès 1 mois. Mesurée par des médecins*.

Double action minceur: dégonfler les volumes en excès et rétracter l'enveloppe cutanée.

- À l'**Adrénalyse-S** pour déloger les graisses et à l'**Aminokine-G** pour rétracter l'enveloppe cutanée.
- Produit soumis à un protocole rigoureux de tests cliniques, contrôlé par gynécologue et dermatologues. Hypoallergénique.

Réalisez votre diagnostic minceur sur www.vichy.consult.fr

VICHY. LA SANTÉ PASSE AUSSI PAR LA PEAU

*Étude clinique, 50 femmes, 1 mois. beaute-publicite.com Demandez conseil à votre pharmacien



Модель доменов

Основывается на представлении о том, что изменения восприятия целевых групп, их воспитание и убеждения являются основной задачей коммуникации, предполагая, что они воздействуют на «разум и душу» аудитории скорее одновременно, чем последовательно (к параметрам восприятия авторы модели относят «внимание, интерес и память», обучение сводится к уровню знаний, показателями убежденности являются эмоции, отношения, аргументы и поведение).

Модель доменов

Демонстрация превосходства этой пилки над обычными пилками: отсутствие необходимости увлажнять кожу, малый затрат времени на процедуру, «результат, как в салоне».

