

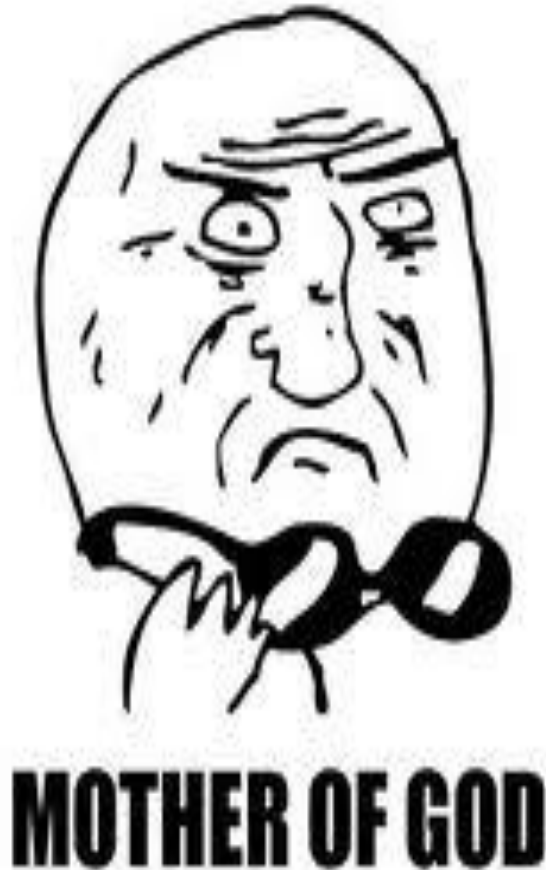
Привлечение внимания в
рекламе

HOOKED



или Семь крючков, на
которые «ловят»
потребителя

Крючок 1: УТП (Уникальность Торгового Предложения)



- Специфическая выгода предложения;
- Уникальность;
- Это именно то, чего нигде никогда не было ранее!

Россер Ривз



Крючок 2: Повторяемость.



«Первый раз – не замечают, второй – замечают, но не читают, третий – читают, но рассеянно, четвертый – читают и обдумывают, пятый – делятся мыслями с друзьями, шестой – размышляют о возможности покупки, седьмой – приобретают товар». Т. Кенинг

Крючок 3: Интенсивность

- крупный шрифт заголовков (подсознательно для потребителей это свидетельство важности);
- объявления больших размеров;
- крупно набранный текст и слоган;
- крупный план товара, названия, марки



4

#SMOLNYTOUCH

SMOL. FAMILY
VOL.1

SPECIAL GUEST
LEWORY (MSK)
X
TWERK TEAM RUSSIA

21.11.13 LUX CLUB 23:00

TICKETS +79216360604 +79626855348

29 АПРЕЛЯ
НАЧАЛО 21:00

ПРОФБЮРО
ФАКУЛЬТЕТА
СОЦИОЛОГИИ



МИСС
ФАКУЛЬТЕТ
СОЦИОЛОГИИ
2013

6

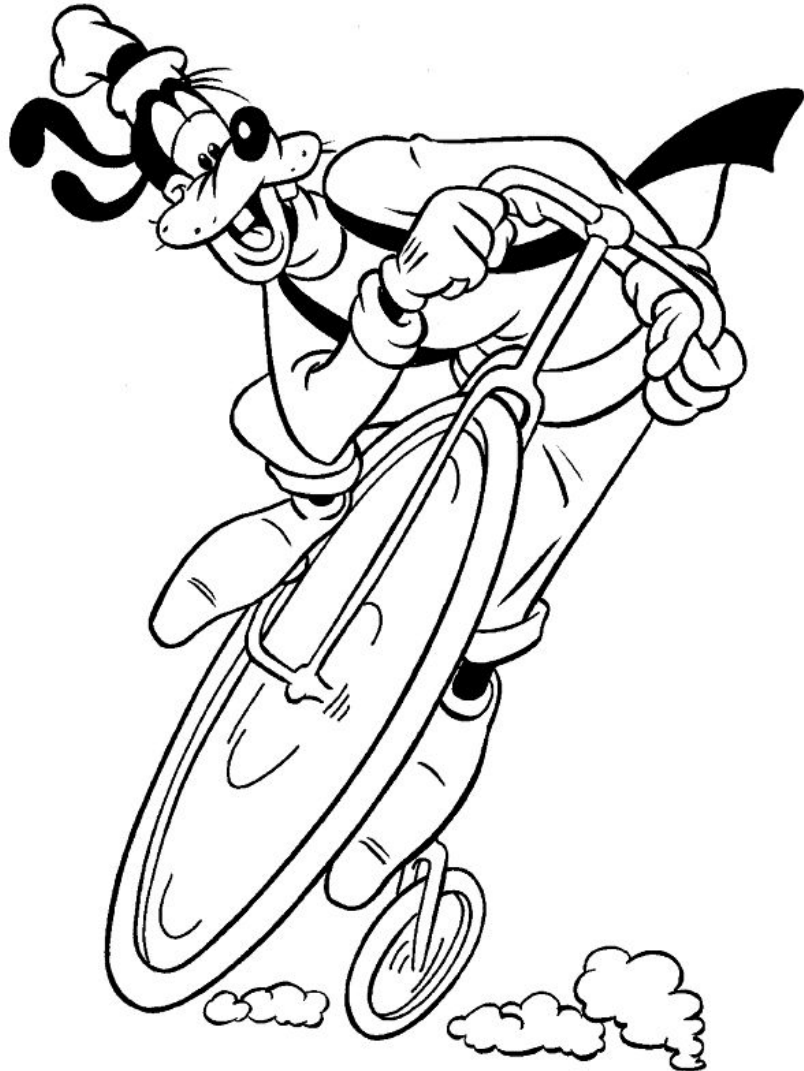
УЧАСТНИЦ

МОДНЫЙ ДОМ TG

Полтавская, 7
Метро пл. Восстания

Билеты можно приобрести
у организаторов 8 (906) 256 60 91
и участниц конкурса

Крючок 4: Движение



- В ТВ-рекламе нельзя показывать статичный предмет;
- В печатной рекламе используются фотографии и рисунки, демонстрирующие предмет в действии;
- В радиорекламе – скрип тормозов, журчание воды

5: Контрастность

Поиграйте
еще
шрифтами

- выделяется на общем фоне;
- оригинальность шрифтов;
- цвет

ТЕКСТУРЫ

«мятой бумаги»

В КАЖДОМ ТРЕТЬЕМ ПОСТЕРЕ



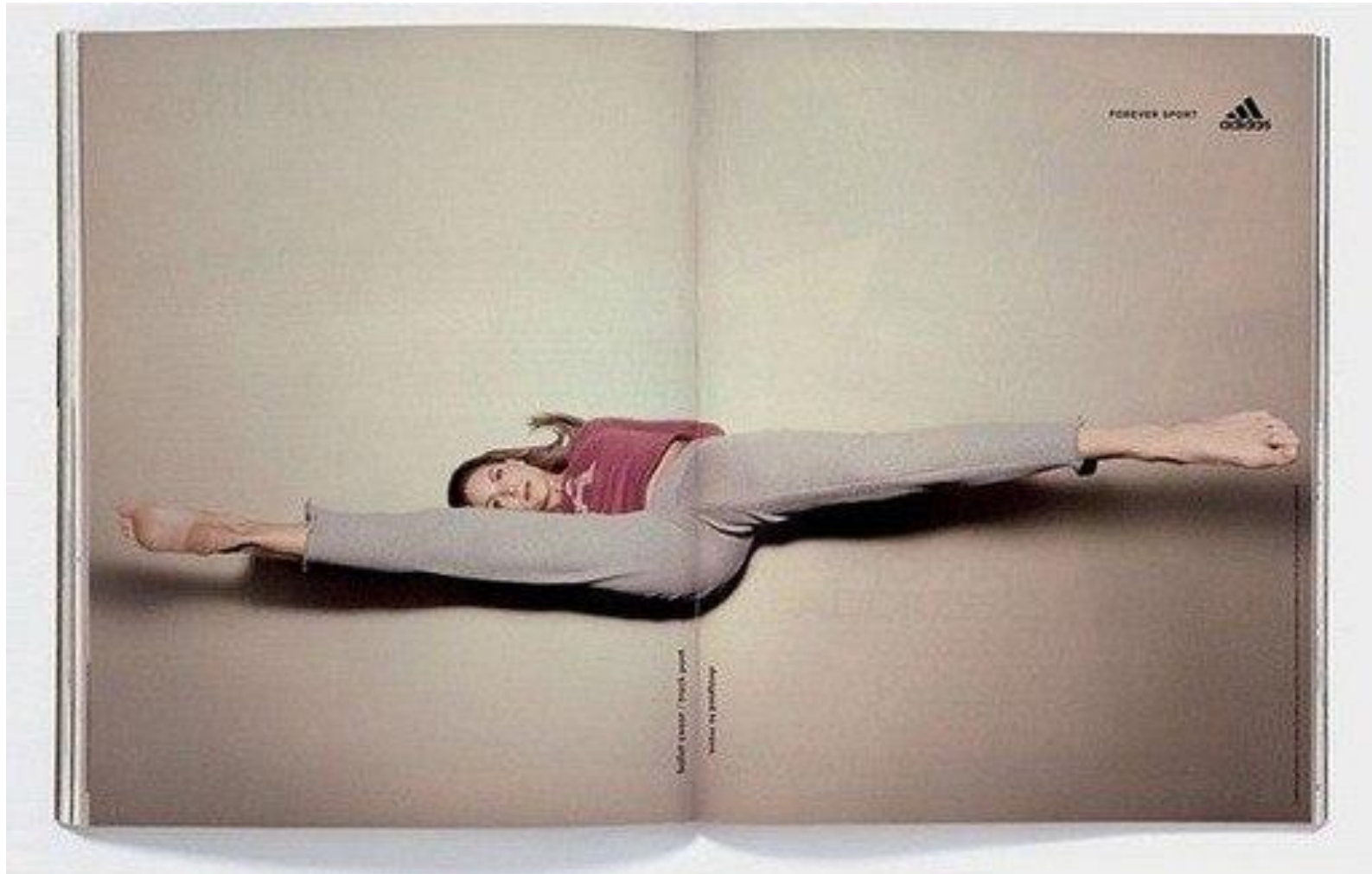
— не превращай бумагу в *Lobster*

Важно!

Цвет, выделяющий **важные части** **рекламы** увеличивает её запоминаемость на 26% по сравнению с черно-белой.

Реклама, напечатанная в четыре краски, заметнее черно-белой уже на 69%

6:Размер (имеет значение)



7: ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ



Психология восприятия

- Ассоциации;
- Внешний контекст, обстановка в момент рекламного контакта;
- Спящий эффект;
- Цветовое решение;
- Иллюстрации.



Ассоциации

- различны по видам: по смежности, по схожести, по контрасту

- крайне коварны!

нет ничего
притягательного
БОЛЕЕ ЧЕМ

ПРОСТОТА

Цвет



Иллюстрации



eurostar.com

Сексуальность



LONDON FOR LOVERS
100€ RETURN





Спасибо за внимание!

