

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ

РЕКЛАМА

Цель рекламы: увеличение объема продаж товара или реализации услуг, для повышения эффективности влияния на потребителя. В рекламе используется различные методы психологического воздействия.

Методы психологического воздействия в рекламе

- ВНУШЕНИЕ
- УБЕЖДЕНИЕ
- ПОДРАЖАНИЕ
- ЗАРАЖЕНИЕ
- ГИПНОЗ

ВНУШЕНИЕ

Внушение- психологическое воздействие сознание человека, при котором происходит некритическое восприятие им убеждений и установок.

В рекламе внушение используется для психологического воздействия на волю человека с целью создания у него потребности в рекламируемом товаре.

Доверяю как себе



Вера Красова, Вице-мисс Россия 2007, Вице-мисс Вселенная 2008

Ставки до 18%* по вкладам

Вклады
застрахованы



Система
Страхования
Вкладов

* По вкладу «Русский Стандарт — Максимум» при сроке вклада 720 дней, сумме вклада от 1 000 000 Российских рублей. Выплата процентов осуществляется в конце Срока действия вклада. Внесение дополнительных взносов — допускается. Предусмотрено автоматическое продление вклада. В случае досрочного востребования вклада проценты начисляются исходя из ставки 0,5 % годовых.

Подробнее по телефону и на сайте:

8 800 333 4 333

www.bank.rs.ru



РУССКИЙ
СТАНДАРТ
БАНК

ЗАО «Банк Русский Стандарт». Генеральная лицензия Банка России № 2289 выдана бессрочно 19 июля 2001 года.



ИМУНЕЛЕ® Главное - здоровье!

УБЕЖДЕНИЕ

Метод убеждения используется в современной рекламе очень широко. Убеждение часто основано на увеличении объема информации о рекламируемом товаре на преувеличениях, на сравнении его достоинств с недостатками других конкурирующих товаров, на заранее заготовленных вопросах и ответах, на демонстрации уникального товарного предложения.



Я спокойна,
потому что уверена!

Ирина Слуцкая, мама



Содержит в возрастных ограничениях, ограничить другие продукты «Фруто Няня»
смотри на индивидуальной упаковке.
Перед началом введения пищевой проконсультируйтесь у Вашего педиатра.



Моя естественная
ЗАЩИТА



Моя идеальная
ЗАЩИТА



МОЯ ЗАЩИТА
после грудного вскармливания



NAN 3 — НАДЕЖНАЯ ЗАЩИТА МАЛЫШАМ.

Каждая мама стремится защитить своего ребёнка. Вот почему мы в НЕСТЛЕ создали NAN 3 — уникальное детское питание* с активными бифидобактериями B₄, такими же как и в грудном молоке. Оно поможет вам защитить своего малыша после грудного вскармливания и укрепит его иммунитет.

Клинически доказанный эффект укрепления иммунитета.**

Узнайте больше на www.nestlebaby.ru
и по телефону бесплатной горячей линии 8-800-200-20-55.



Важное примечание: грудное вскармливание идеально для вашего ребёнка.

Перед применением необходима консультация специалиста. NAN 3 рекомендован детям старше 12 месяцев.
*Единственный сухой молочный напиток с 12 месяцев, в котором содержится бифидобактерия B₄ и белок ОРТИРО. **Фукуцими И., Кавата И., Хара Х. и др. Влияние смеси с пробиотиками на выработку иммуноглобулина А у здоровых детей. Инт. Дж. Фуд Микробиол. 1998; 42: 39-44.
ООО «Нестле Россия». Вопросы и пожелания направлять по адресу: 109004, Москва, а/я 74. contact@ru.nestle.com. Товар сертифицирован. Реклама.

ПОДРАЖАНИЕ

Подражание играет значительную роль в сфере рекламного воздействия на потребителей. У взрослых людей подражание рекламному персонажу чаще определяется совпадением увиденного с тем что обусловлено их ценностными ориентациями, а так же мотивацией и потребностям, желание быть похожими на преуспевающего авторитетного человека.

ТРАСТ – ОН КАК Я, ТОЛЬКО БАНК!

НБ - ТРАСТ - (OAO)

Реклама

ВКЛАДЫ: СТАВКИ ВЫРОСЛИ

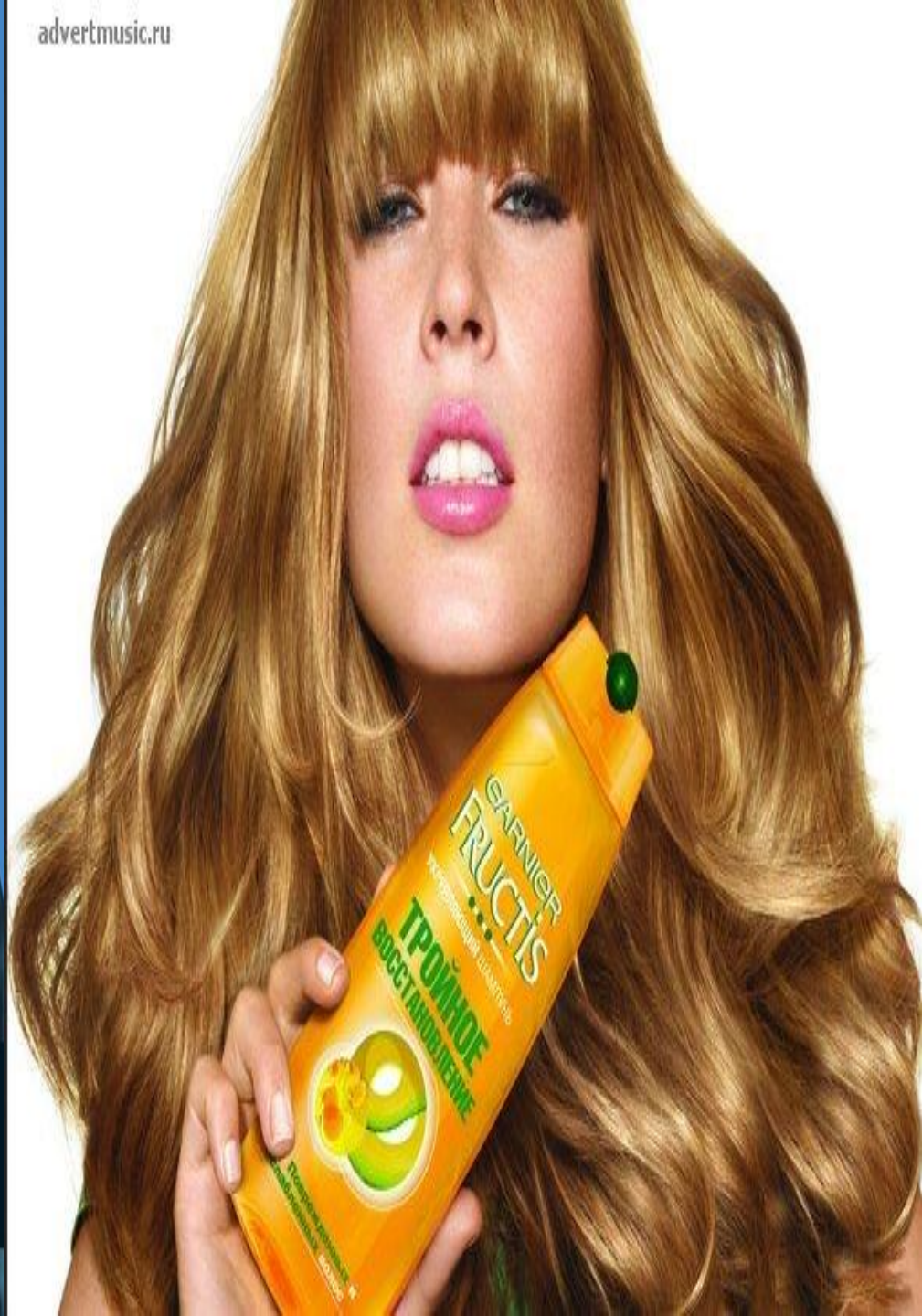
КРЕДИТЫ: СКИДКА - 50%

Брюс Уиллис

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК **ТРАСТ**

WWW.TRUST.RU
(812) 326-39-39

TRUST 



ЗАРАЖЕНИЕ

Психологическое заражение многие психологи определяют как бессознательную, невольную подверженность индивида определенным воздействиям. Оно проявляется через прямую передачу определенного эмоционального состояния. При этом человек не испытывает преднамеренного давления, а бессознательно усваивает образцы поведения других людей, подчиняясь им.

В рекламной деятельности заражение часто отождествляется с подражанием.



PANTENE

NOVO
AQUA LIGHT

MAYBELLINE
МЭЙБЕЛЛИН НЬЮ-Йорк
NEW YORK



ФОРМУЛА С КОЛОССАЛЬНЫМ ОБЪЕМОМ И ДЛИНОЙ
КОЛОССАЛЬНЫЙ ОБЪЕМ КОШАЧИЙ ВЗГЛЯД
0,45 мл / 15,8 мл

ФОРМУЛА С КОЛЛАГЕНОМ

Косметика
ВОЛЬЮМ' ЭКСПРЕСС
the **COLOSSAL**
КОШАЧИЙ ВЗГЛЯД

**SNAŽNA KOSA? DA!
TEŠKA KOSA? NE VIŠE!**

Isprobala sam različite balzame koji su moju kosu činili težom nego što jest. Pantene Aqua Light je potpuno drukčiji: izuzetno je lagan, baš kao da je napravljen za moju kosu. Čini je snažnom* dajući joj pitom i lepršavost i volumen, kao da je puna mehurića zraka koji je podižu.

Pantene Aqua Light 100% snaga*, 0 težine.**



Olga Kurylenko
Kosmetička formula

Всем салют!

0 коп/мин
на номера Билайн
всей России



Тариф «Ноль сомнений» ☎ 0943 | www.zero.beeline.ru

Тариф для абонентов предоплатной системы расчетов. Звонки на номера «Билайн» по цене 0 руб./мин действуют при пополнении счета на определенную сумму. Перед действием специальной цены ограничения. Подробнее о нюансах размера платы, сроке действия специальной цены и ограничениях количества бесплатных минут в сутки в нашем филиале — на сайте www.beeline.ru.



ГИПНОЗ

В психологии классический гипноз рассматривается с научных позиций как особая форма искусственно вызываемого сна. Применение различных технологий гипноза в рекламе теоретически возможно. Однако эффективность гипнотических воздействий зависит от огромного числа сложно контролируемых факторов, управление которыми очень часто превышает материальные затраты на обычную рекламу, по сути дела дающую такой же эффект.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**