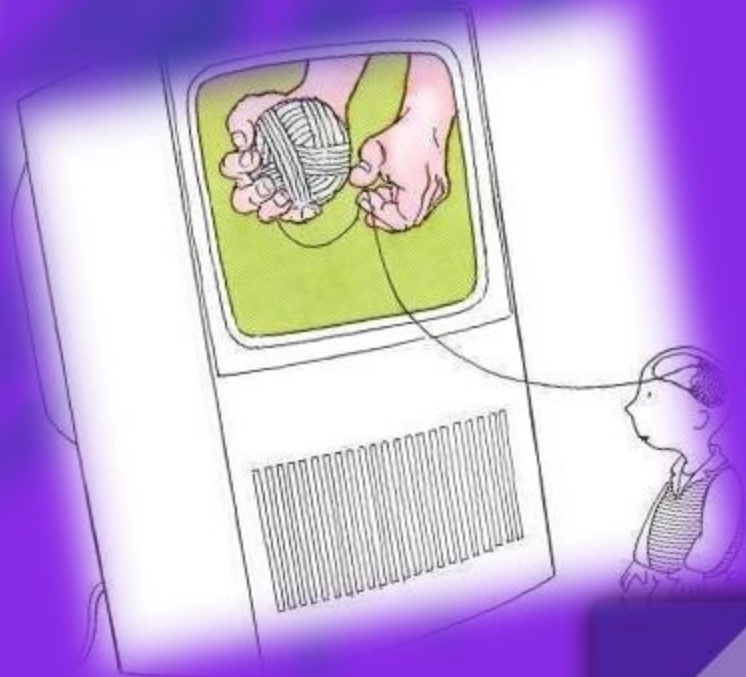


**ПСИХОЛОГИЯ  
РЕКЛАМЫ:  
ЛОВУШКИ  
МАРКЕТОЛОГОВ**



212 руб.	Вольтарен →	Диклофенак	12,95 руб.
442 руб. 170 руб.	Дифлюкан, Флюкостат →	Флуконазол	10,73 руб.
195 руб.	Зовиракс (крем) →	Ацикловир	60 руб.
195 руб.	Иммунал →	Эхинация (капли)	69 руб.
140 руб.	Йодомарин →	Калия йодид	73 руб.
362 руб.	Лазолван →	Амброксол	22 руб.
418 руб.	Ламизил →	Тербинафин	60 руб.
99 руб.	Но-шпа →	Дротаверин	9 руб.
230 руб.	Нурофен →	Ибупрофен	13 руб.
178 руб.	Омес →	Омепразол	29,40 руб.
140 руб.	Панангин →	Аспаркам	16 руб.
222 руб.	Финлепсин →	Карбамазепин	43 руб.
168 руб.	Капотен →	Каптоприл	10,78 руб.
123 руб.	Аспирин Упса →	Ацетилсалициловая кислота	3,43 руб.





Реклама предметов искусства, образовательных услуг, путешествий, связанных с саморазвитием и т.д.

Модная одежда, товары, косметика, спортивные автомобили, гаджеты.

Реклама социальных сетей, служб знакомств, клубов по интересам и т.д.

Реклама бронированных дверей, сигнализаций, систем безопасности для квартиры, личного авто и др.

Потребности в еде, питье, сне, жилье и т.д

## Эффект подражания

Эффект подражания широко используется в рекламе: довольно часто нам показывают, как целые толпы штурмуют магазин, чтобы купить рекламируемый продукт или как друзья ссорятся за упаковку чипсов.





## Эффект привлекательности.

Использование в рекламе фотогеничных, привлекательных актеров, известных персонажей.



Попробуй  
бесплатно  
звонки и безлимитный  
интернет



Заказать SIM-карту

Подробнее

## Эффект авторитета.

Например: в рекламе зубной пасты появляется актёр в белом халате и заявляет, что эта паста 'рекомендуется всеми стоматологами'.



## Эффект дефицита.

Явление, доказывающее, что люди больше ценят то, что им недоступно.





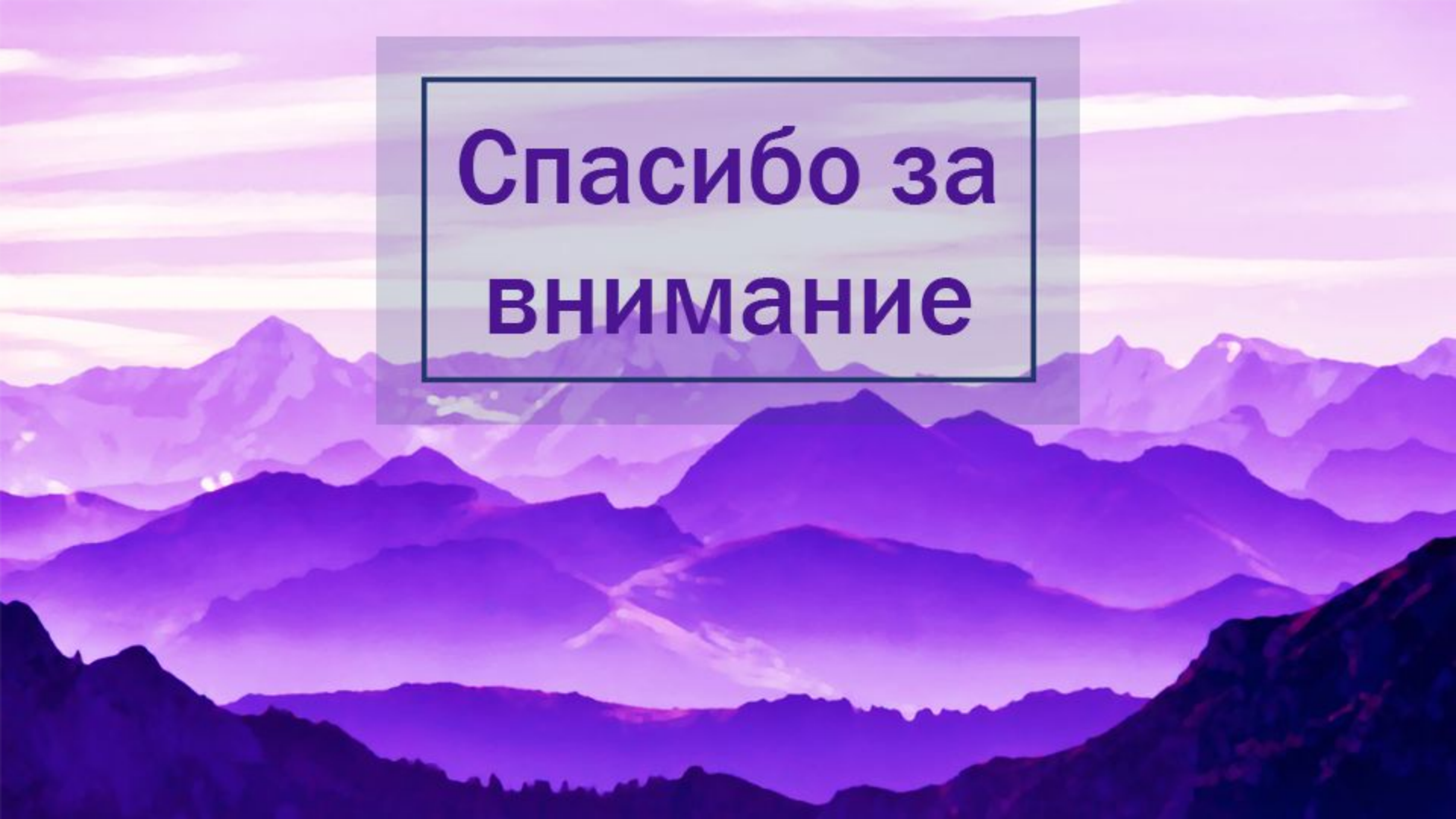
## Эффект благодарности.

Явление, при котором получение какого-то подарка, пусть мелкого, пусть даже ненужного, человеку хочется дать что-то взамен.



Главной задачей рекламы, между тем, является даже не продвижение товаров и стимулирование продаж. Рекламисты стремятся заставить будущего покупателя "осознать" потребность, о которой он раньше и не подозревал, и уже потом убедить его, что именно этот товар наилучшим образом удовлетворит эту потребность.



The image features a background of a mountain range under a purple sky. The mountains are layered, with some peaks appearing more prominent than others. The overall color palette is monochromatic, consisting of various shades of purple and blue. In the center, there is a semi-transparent rectangular box with a dark border. Inside this box, the text "Спасибо за внимание" is written in a bold, dark purple font. The text is arranged in two lines: "Спасибо за" on the top line and "внимание" on the bottom line.

**Спасибо за  
внимание**