

# МОДЕЛИ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЩЕНИЯ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ



# AIDA -

предложенная американцем Э.  
Левисом в 1896 г.



# ВНИМАНИЕ / ATTENTION





# INTEPEC / INTEREST



# ЖЕЛАНИЕ / DESIRE



BiznesDay.com

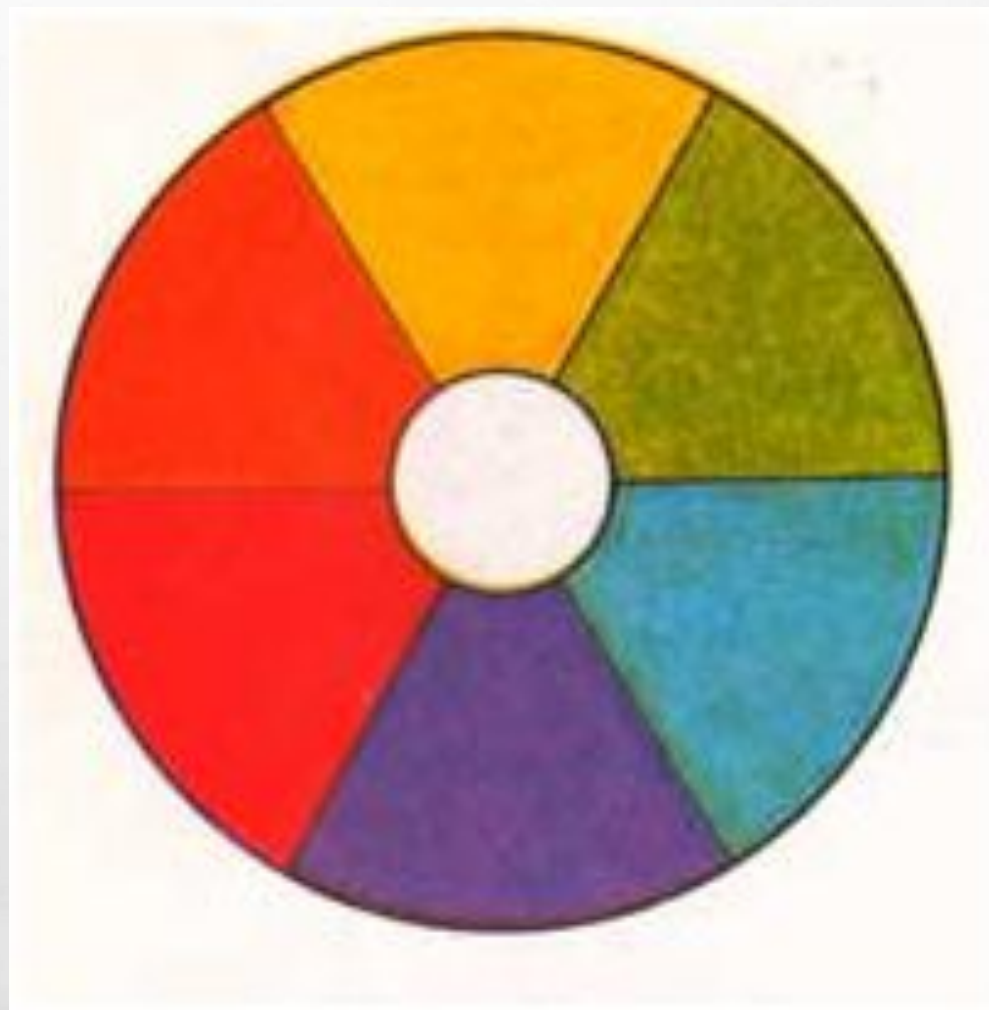


# ДЕЙСТВИЕ / ACTION



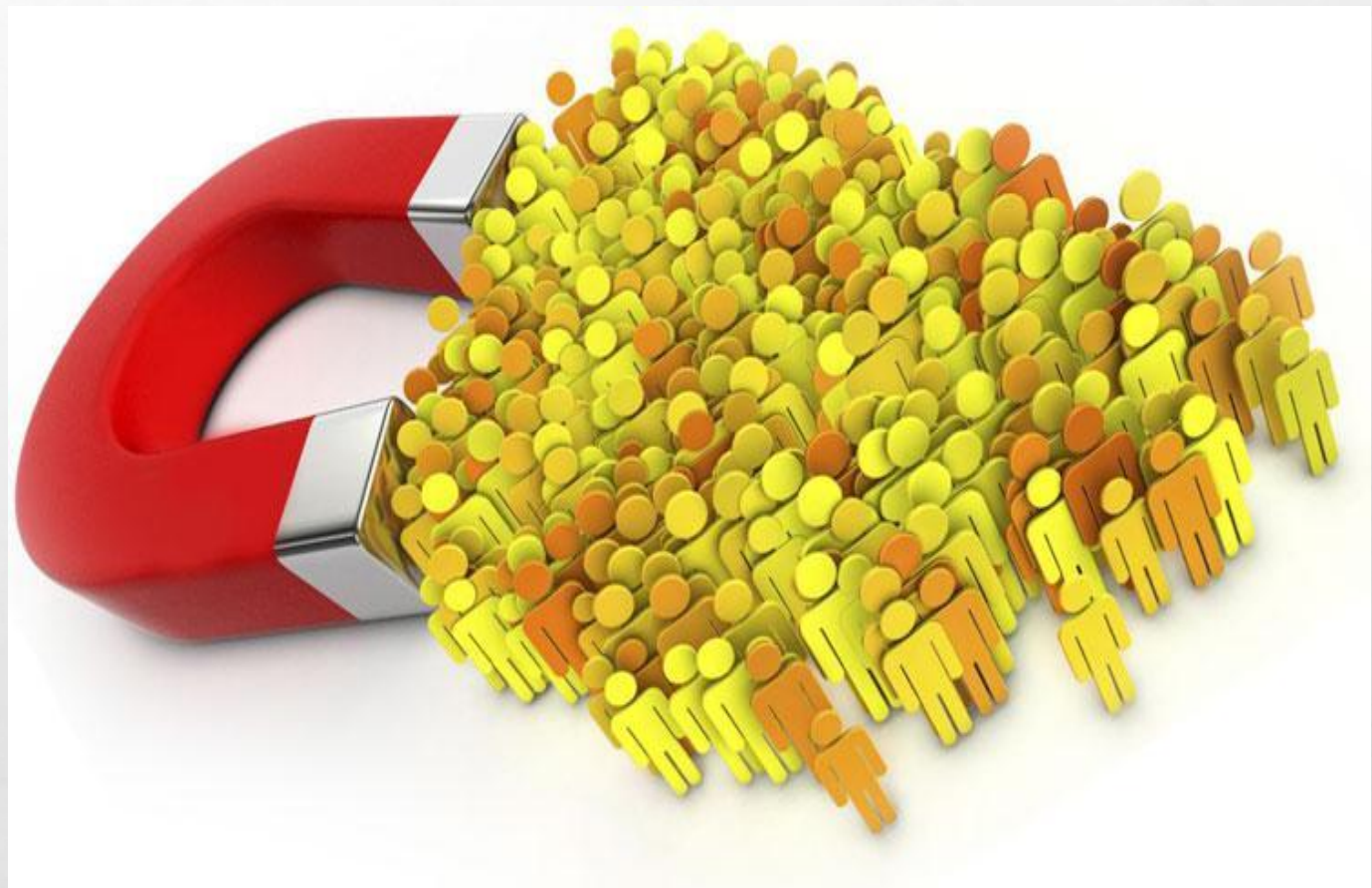
# **DIBABA-**

**предложена Г. Гольдманом в  
1953 г.**



# DAGMAR-

**предложена американским  
рекламистом Расселом Колли в  
1961 г.**



**Defining advertising goals - measuring advertising results**



# МОДЕЛЬ «ОДОБРЕНИЕ»



**ОТ ТОГО, НАСКОЛЬКО ЯРКОЙ И УБЕДИТЕЛЬНОЙ БУДЕТ РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, НАСТОЛЬКО БУДЕТ ЗАВИСЕТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВСЕЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.**

**ВЛИЯНИЕ  
РЕКЛАМЫ** НА НАШЕ  
ПОДСОЗНАНИЕ

