

Реклама для мужчин и женщин. Различия в подходах.

Нуждина Мария
Ср-133

Какая реклама привлекает мужчин, а какая женщин?



- В данной работе рассмотрим наиболее важные аспекты рекламы, влияющие на реакцию женщин и мужчин.

О внимании к деталям.

- Женщины уделяют больше внимания деталям, чем мужчины. Они, кажется, всегда замечают, когда что-то не на том месте или чего-то не хватает. Женщины, обычно, способны запомнить точное расположение мебели из рекламного ролика, и замечают различные мелочи в рекламе.
- Мужчины же видят большие вещи, и не замечают деталей. Мужчины предпочитают все, что может сделать их жизнь легче.



О внимании к деталям.



Каким вещам отдают предпочтение.

- Мужчинам нравятся объекты, имеющие отношение к досугу и все что показывает финансовую состоятельность.
- Женщины, как правило, больше понимают и сочувствуют, сопереживают. Им больше симпатизируют сентиментальные вещи. Они любят чувствовать себя особенными и уникальными.



Каким вещам отдают предпочтение.



Психологические аспекты.

- Поскольку у женщин обе стороны мозга принимают одинаковое участие в процессе мышления, они легче общаются с другими людьми. Это позволяет увеличить их эмоциональный отклик, что в свою очередь подталкивает женщин на приобретение определенных товаров.
- Конкуренция - обычное дело для мужчин. Они ненавидят проигрывать, и всегда хотят быть лучшими.



Возможности выбора.

- Большинство женщин очень большое внимание уделяют своей внешности. Они предпочитают широкий ассортимент товаров. Это можно рассмотреть на примере шампуня. Существует огромное количество разновидностей этого товара: для сухих или поврежденных волос, для светлых волос, для тонких и жирных волос, для окрашенных волос, для прямых волос, для завивающихся волос, шампунь увеличивающий объем и т.д.
- Мужчины не беспокоятся о своем внешнем виде, или просто пытаются этого не показывать. Они уверены в себе и своем имидже. Мужчины не хотят казаться слабыми или заикливыми на себе. Поэтому, они предпочитают простые вещи и небольшой выбор.



Возможности выбора.



Gillette®
СРЕДСТВА ДЛЯ БРИТЬЯ

• • • • •

Скидки от 15 до 20%

FUSION PROGLIDE
Например, гель для бритья для чувствительной кожи, 200 мл.

309.00 246.00

The advertisement shows a man smiling with his hand on his chin. Below him are several Gillette shaving products: a can of Fusion ProGlide gel, a razor in its packaging, a can of Fusion ProGlide foam, and a can of Fusion ProGlide gel. A price tag indicates a discount from 309.00 to 246.00.



NEW **CLEAR** MEN

The advertisement features a man in a black suit holding a blue can of CLEAR men's product. The background is dark with the word 'CLEAR' in large white letters and 'MEN' in smaller letters below it. The word 'NEW' is also visible.

CLEAR vita ABE – эксперт по уходу за кожей головы.

Gillette – лучше для мужчины нет.

Склонность к восприятию.

- Женщины больше отзываются на рекламу, чем мужчины. Они также больше склонны верить рекламе и считывать с нее информацию, чем мужчины. По этим причинам, исследования выявили убедительные доказательства того, что наиболее эффективна реклама, нацеленная на женщин.
- Мужчины более устойчивы к рекламе. Они считают, рекламу глупой и скучной (до тех пор, пока не увидят привлекательное лицо в рекламе).

Цветовое оформление.

- Исследования показали, что мужчины предпочитают яркие цвета, а женщины - мягкие. Помните, что мужчинам нравятся простые вещи. Это же касается и цвета. Так, например, мужчины предпочитают красный бордовому и синий бирюзовому. Большинство мужчин знают только основные цвета, такие как красный, синий и зеленый. Они не знают (или это их просто не интересует) какого цвета слоновая кость или лосось.
- Реклама, в которой используется желтый и синий, более эффективна для мужской аудитории, чем для женской. Однако, оранжевый нравится мужчинам больше желтого.
- Женщинам же, желтый нравится больше оранжевого, а красный больше синего. Оранжевый стоит на последнем месте в цветовых предпочтениях женщин.
- Гораздо большее количество мужчин, чем женщин хуже различает цвета. Они, зачастую, не различают красный и зеленый, как два разных цвета. По этой причине, предметы красного и зеленого цвета следует отделять друг от друга и в рекламном тексте не использовать их



Цветовое оформление.



Цветовое оформление.

- Цвета, используемые в рекламе очень и очень важны. Это объясняется тем, что цвета и графика в рекламе обращают на себя внимание потребителей.
- Голубой - самый популярный цвет, как для мужчин, так и для женщин. Зеленый также хороший цвет для рекламы нацеленной как на мужчин, так и на женщин.
- Сочетание желтого и красного имеют самую высокую эффективность среди всего остального множества сочетания цветов. Это действительно проверенный факт.



Важные факты.

- Более 85% всей продукции покупают женщины. Но это не все. Они также влияют на принятие общего решения о покупке товара или услуги в 95 % случаев. Может показаться странным и то, что 50 % «мужских товаров» покупают опять же женщины. По этой причине, реклама мужского продукта первым делом должна быть одобрена женщиной.
- Обратите внимание и на такой странный факт, что реклама, предназначенная для женщин, более эффективно привлекает внимание мужчин.



Заключение.

- При создании рекламы, направленной на женскую аудиторию, нужно добавить несколько мелких деталей. Но будьте осторожны и не переусердствуйте. Слишком много информации может быть тяжело для восприятия и трудно читаться.
- Обратите внимание и на такой странный факт, что реклама, предназначенная для женщин, более эффективно привлекает внимание мужчин.
- Помните о том, что женщинам необходимо чувствовать себя особенными и уникальными.
- Мужчинам нравится простота, так что, создавая рекламу для мужчин, дайте им меньше возможностей и добавьте в рекламу больше действий.

