

Методы влияния в рекламе ИКЕА



Двойной смысл, игра слов — это всегда запоминается. Слоган должен быть короткий и запоминающийся в стиле скандинавского минимализма. Фраза из рекламы кресла «Прогнись под вас» — яркое подтверждение применения **метафоры**.



Прогнись под вас

3990.-
ПОЭНГ
Кресло,
подушка-сиденье Альме

© 1999 IKEA, Хинкис, Швеция. 800 1011

www.IKEA.ru ИКЕА Хинкис • ИКЕА Теплый Стан • ИКЕА Белая Дача



ЕСТЬ ИДЕЯ. ЕСТЬ ИКЕА.

IKEA

Острая ирония почти на грани. Ушлые рекламщики наверняка изучили тиражи своих каталогов и сопоставили с изданиями Библии. Метод: **ирония**



ИКЕА

«Четвероногий любимец семьи». Придиванный столик сравнивается с любимцем семьи – собакой или кошкой. Метод: Контраст и сравнение.



Четвероногий
любимец семьи

Теперь всё возможно.
Новый Каталог ИКЕА

349.-
ЛАКК придиванный
столик, 50x50 см

ИКЕА
ЕСТЬ ИДЕИ. ЕСТЬ ИКЕА.

The advertisement features a black side table with a pair of glasses and an alarm clock on top. The text is in Russian, highlighting the table's design and price. The IKEA logo and slogan are at the bottom right.

ИКЕА

Слоган «стул с котом» и изображение милого котика – пример применения метода, в котором для оказания должного влияния используются **пословицы и поговорки**. Здесь обыгрывается русская поговорка.



**А ПОТОМ
СТУЛ С КОТОМ**

999.-
ПОЭНГ
кресло для кошки,
36х32см, В 44см

www.IKEA.ru



IKEA

Аналитический склад у мамы - реклама стеллажа. Метод «игры слов» основан на созвучии «у мамы» и «ума».



**Аналитический
склад у мамы**

Теперь всё возможно.
Новый Каталог ИКЕА

3990.- ~~5490.-~~
ЭКСПЕДИТ
стеллаж, 149×149 см



ЕСТЬ ИДЕЯ. ЕСТЬ ИКЕА.

© 1999-2001 IKEA of Sweden AB. IKEA и ИКЕА являются зарегистрированными торговыми марками IKEA of Sweden AB.

ИКЕА

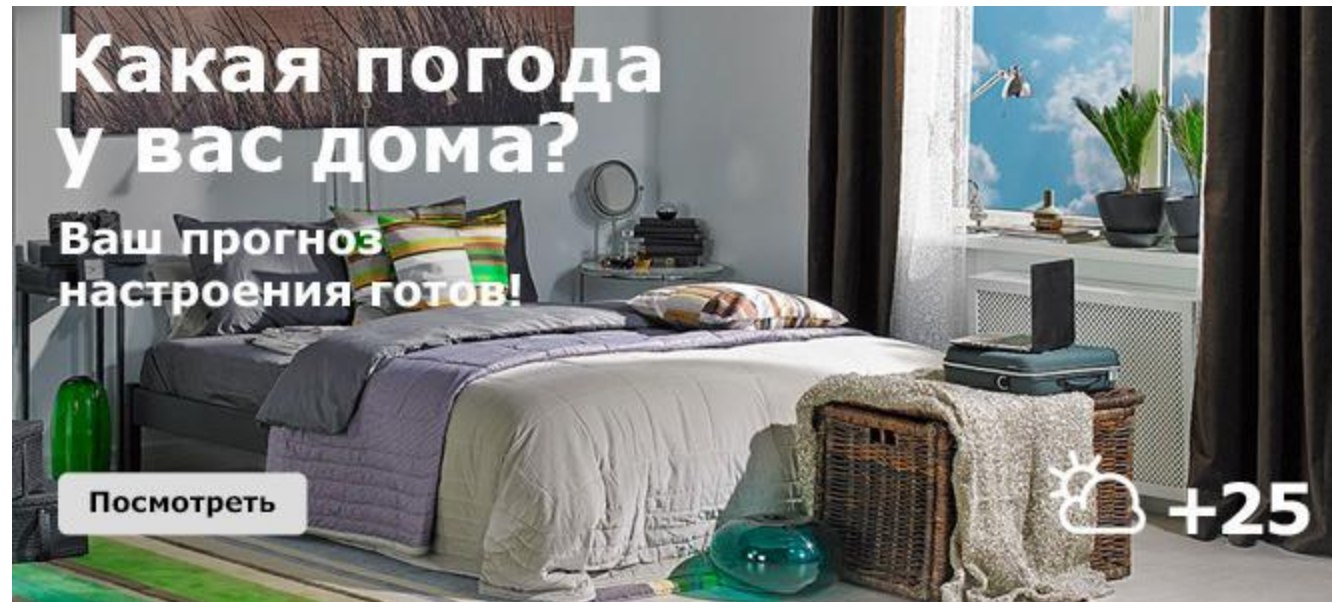
Загляните в Ваше будущее вместе с ИКЕА – рекламная кампания ИКЕА. Ключевой фигурой данной кампании является гипнотизер Джастин Транз и его эксперименты над молодыми людьми, посетителями магазина. Для того чтобы подчеркнуть важность каждого дня жизни, ИКЕА дает возможность молодым парам заглянуть в будущее и уже сейчас пережить меняющие в нем жизнь каждодневные события. Метод воздействия императивный.



IKEA

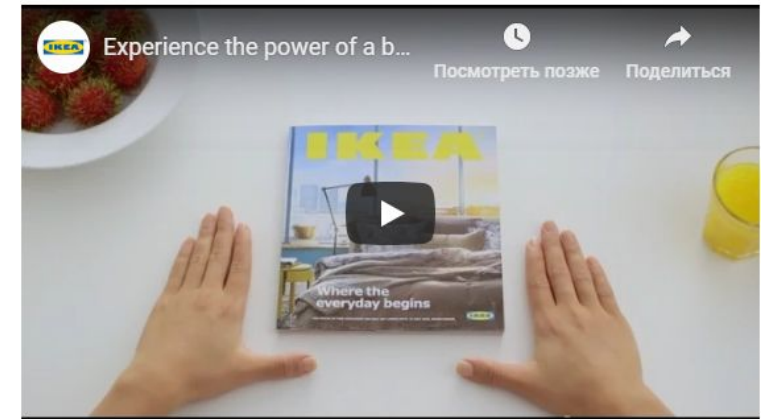
«Какая погода у вас дома?»

Так назывался один из каталогов оригинального проекта IKEA «Прогноз настроения». Суть этого проекта такова, что с его помощью можно узнать о погоде и получить различные визуальные идеи по поводу оформления домашнего интерьера, основываясь на времени суток и вашем местонахождении. Метод: **вопросительная конструкция**.



IKEA

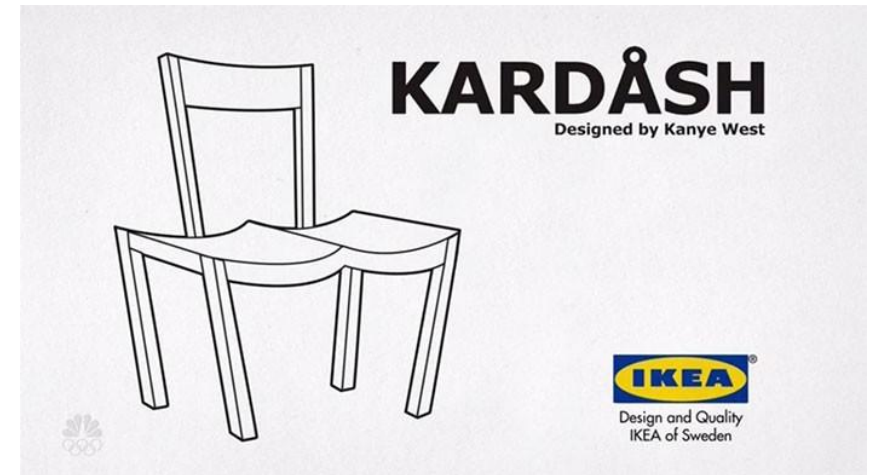
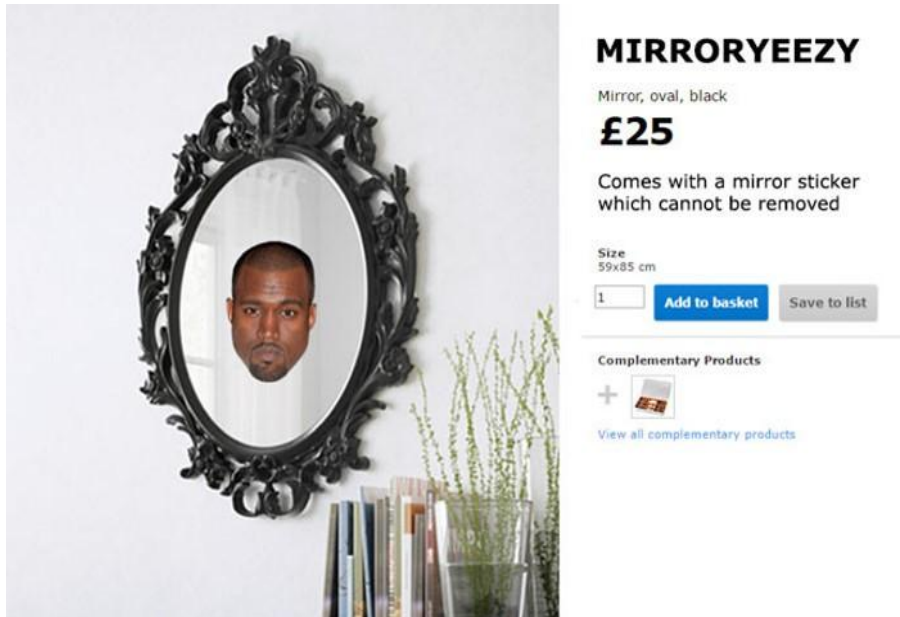
Стоит заметить, что в каталоге IKEA используются технологии 3D-рендеринга. Чтобы обыграть тот факт, что при просмотре каталога пользователи получают целостный чувственный опыт, компания создала забавную и умную рекламу, являющуюся пародией на рекламу продуктов Apple. Тем самым она использовала метод «Апелляция к уже известному». «Иногда появляются вещи, которые полностью меняют нашу жизнь»



IKEA

Ikeanye

Пользователи сети вместе с IKEA высмеяли страсть Канье Уэста к созданию мебели. После того, как артист заявил о своем желании сотрудничать с компанией, IKEA создала макет его кровати, представленной в клипе на песню «Famous». После этого пользователи запомним все социальные сети своими фантазиями. Метод: **Шок и эпатаж**.



IKEA

Спасибо за внимание!

The IKEA logo is centered at the bottom of the slide. It consists of the word "IKEA" in a bold, blue, sans-serif font, set within a yellow oval. This oval is itself centered within a larger, dark blue, rounded rectangular shape that spans the width of the slide.

IKEA