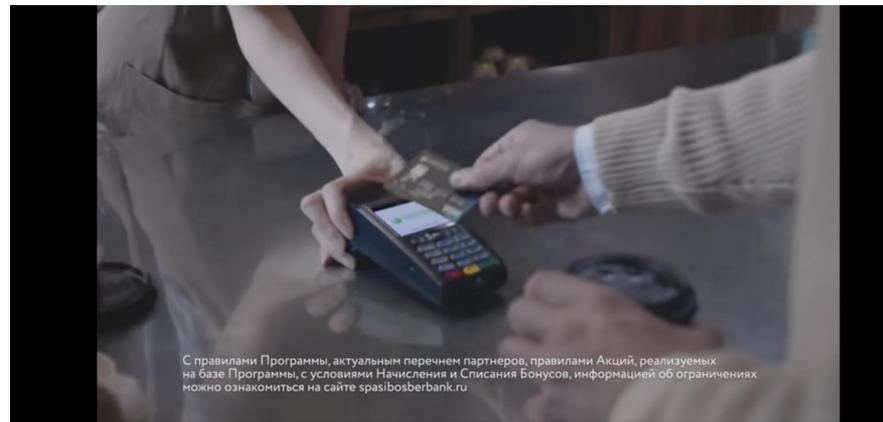


# Телереклама-типичные мотивы, приёмы и сюжеты

Исакова Анастасия, Реклама и связи с  
общественностью, гр. СО - 39

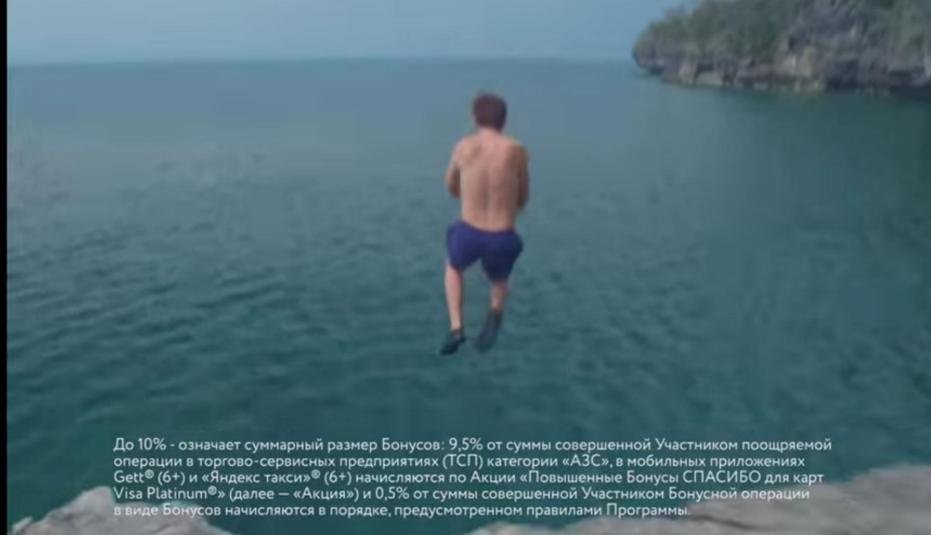
Для примера я выбрала  
рекламу дебетовой карты от  
Сбербанк.

Сюжет данной рекламы сосредоточен на молодом человеке, активно пользующимся рекламируемым продуктом банка – непосредственно дебетовой картой. Мотивом данной рекламной кампании безусловно является привлечение новых клиентов банка и вовлечение людей, которые являются клиентами организации, в новые проекты и ивенты.



Рекламный ролик давит на действительно слабую сторону населения-тяга к роскоши. Он показывает, что мужчина, который пользуется картой и получает бонусы, благодаря этому может путешествовать, ходить в дорогие рестораны, и заниматься любимым делом.

Безусловно, все гиперболизируется, красивые слоганы зачастую имеют в основе множество подводных камней и условий \*мелкими буквами\*. Но все это прекрасно действует на людей. Они видят красивую картинку и слышат убедительные речи. Этого вполне достаточно для того, чтобы заинтересоваться предлагаемым продуктом.



**СБЕРБАНК**

до **10%**  
возвращаются  
на счёт

Организатор Акции — АО «ЦПЛ», ОГРН 1117746689840. Срок Акции — с 01.02.2017 и не ограничена сроком действия. Информацию о принадлежности ТСП к категории «АЗС» можно получить у ТСП или по тел. 8 (800) 555-55-50.