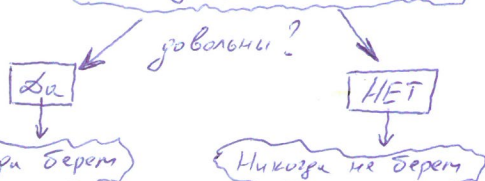


# КАК РАБОТАЕТ МОЗГ?

1 Слишком много инфы  $\Rightarrow$  пытается автоматизировать реакцию:

1-й раз сознательно выбирает



## 2. Выбор:

- 2.1 Нужно понравиться сразу
- 2.2 Нужно показать шанс. Нужно выделиться и добиться внимания.

## 3. Присущие - и друг, и враг!

- 3.1 Для удержания изменить необходимо, но не изменять себе, остается легко узнаваемость и сохраняя то, что полюбили
- 3.2 Люди любят новое: либо новинки от нас, либо от конкурентов.
- 3.3 Нельзя часто вносить изменения в рекламную кампанию, так лучше запомнить его и создать устойчивую ассоциацию: (нр. саси-соки и МГ)

## 4. 25 кадр и гипноз!

- 4.1 Все решения принимаются сознательно! Необх. привлечь внимание.
- 4.2 Сознанию необходимо логико-убедительное рациональное и осознанно верное решение (нр. доп.нале, совет эксперта и т.д.)
- 4.3 Подсознание - это радар, который ловит опр., кура и козла нужно привлечь сознание/внимание.
- 4.4 Подсознание всегда ищет раз-ва твоим установкам. Выбирай полезные тебе убеждения и подсказки поможет тебе!

- 5 "То, что вызывает положительные эмоции не может быть плохим" И наоборот.
- 6 Стереотипы и мифы  $\uparrow$  прозрачные, сложные форм-ли и логики, требующая усилий  $\downarrow$
- 7 Повторение - ключ к запоминанию, так же как и сильные эмоции
- 8 Люди восприимчивее, когда скучают
- 9 Методы привлечения внимания:
  - 9.1 Нестандартные вещи и процессы, формы
  - 9.2 Юмор
  - 9.3  $\uparrow$  звука или яркости,  $\uparrow$  шрифта, контрастные пятна
  - 9.4 Простые символы: секс, еда, власть и т.д.
  - 9.5 Изображение кричащего человека
  - 9.6 Нарушение табу + "плохие слова"
  - 9.7 Укажите зрителя: известные персонажи, факты
  - 9.8 Занимательные предметы
  - 9.9 Интересный вопрос и ответ

## 10. Типичные Ошибки

- 10.1 Теряются с привлечением внимания и раздражит (реклама убивает картинку)
- 10.2 Используя сексуальное привлечение скатиться до пошлости и нескромности
- 10.3 Используя секс без нормальной связи с предметом рекламы. Помните, это реклама!
- 10.4 Делать то же самое, что и все
- 10.5 Вызвать неприятные эмоции

11 **НОВИНКА!** - лучший способ вызвать интерес и желание

## 12. Методы побуждения к действию

- 12.1 Дефицит
- 12.2 Лимит по времени
- 12.3 Запрещенный товар
- 12.4 отказ в информации
- 12.5 отказ в продаже или ограничении
- 12.6 Прямой призыв!
- 12.7 Угроза потенциальной потери и радость от действия приобретения сейчас
- 12.8 Создать ощущение к себе и дать решение
- 12.9 Многие страдают, ВМ поможет

## 13. Как вызвать доверие


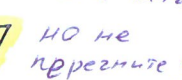
- 13.1 Авторитетное мнение эксперта
- 13.2 Соц. док-во

## 14. Как оролеить конкурентов

- 14.1 Создайте сильную ассоциацию: тип продукта - ваш продукт (пальперси, ролтон и т.д.)
- 14.2 Не перебивать рекламу
- 14.3 Будьте в ТОП-е, на той странице
- 14.4 Будьте в нужной рубрике и там, где ваши целевые аудитории
- 14.5 Будьте лаконичны и легко запомнить
- 14.6 Разрушайте плохой стереотип о вас и создайте хороший
- 14.7 Создайте свой стиль, крикливо и мурмлы
- 14.8 Не обещайте того, чего не можете дать
- 14.9 Укажите слабые места конкурентов в будущем
- 14.10 "Увеличьте руку", "В 3х раз больше!"
- 14.11 Создайте УТИТ!
- 14.12 Запомните, на всех языках: зрение, слух, осязание "видимо, не слышал лучше", "скажи, чтобы почувствовать"
- 14.13 "Плюшки!"
- 14.13.1 Богатый выбор
- 14.13.2 Нюх и вкус, + скидки и акции
- 14.13.3 Близость к клиенту
- 14.13.4 Награды за покупки
- 14.13.5 Сервисное обслуживание
- 14.13.6  $\uparrow$  качество
- 14.13.7 Удобные условия оплаты
- 14.13.8 Время работы лучше
- 14.13.9 быстрая реакция

## 15. Будьте определенными и конкретными

## 16. Оформление

- 16.1 Смотри картинку  $\Rightarrow$  нормис картинка или разоб, если он есть. Прием сначала ощущение в порядке: бабушки  $\rightarrow$  дети  $\rightarrow$  животные  $\rightarrow$  мужчины
- 16.2 Заголовок = ваше УТП
- 16.3 Допустимые крикливо текст
- 16.4 Не делайте свой товар background-ом и не пишите на изображениях, не ставьте штампов!
- 16.5
- 16.6 Use  и  но не перегибайте с кол-ом!
- 16.7 Не меняйте шрифт Не используйте BOLD еще 1 и 25 слов
- 16.8 Не меняйте цвета букв в слове
- 16.9 Используйте цвета, которые хорошо сочетаются

Сделайте так, чтобы вашу рекламу ХОТЕЛИ увидеть

