

## НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ В СЬОГОДНІШНІХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Студ. Леонтій Ю.С.

Наук. керівник ст. викл. Кіндій М.В.  
Національний університет "Львівська політехніка"

Дійсно хороший маркетолог повинен розбиратися в психології, мотивації та емоцій споживача, інакше йому ні за що не продати свій товар споживачеві, втомленому від нескінченних потоків реклами. Однак є прийоми, які беззастережно діють на кожного з нас, змушуючи раз за разом тягнутися за гаманцем. [1]

### 1. Співчуття

Як ви можете зрозуміти, все, що потрібно – закинути емоційну вудку, на яку клюнуть покупці, що співчують. В такій рекламі немає необхідності перераховувати реальні характеристики товару і пояснювати його переваги. Розпізнати таку рекламу не складно: сумна музика, пронизливий текст, яскрава розв'язка, і ми вже протягуємо продавцю свої гроші, витираючи в цей момент сльозу.[2]

### 2. Відвертість

Відвертість у рекламі дивує і бентежить споживачів, які звикли до лестощів, яскравих картинок і погано прихованих закликів вибрати саме цей продукт прямо тут і зараз. І знаєте - це діє !

### 3. Думки експертів

Після проведення дослідження, було виявлено, що поганий приклад використання думки експертів у рекламі - всілякі «асоціації стоматологів», де погані актори з білосніжними зубами кусають пружні зелені яблука. Набагато краще запросити на зйомки знаменитостей або реальних професіоналів своєї справи. Обійдеться дорожче, але ефект запам'ятається. [1]

### 4. Ілюзія успіху

Один із найстаріших рекламних прийомів, який працюватиме завжди: переконати покупця, що продукт зробить його привабливим, здоровим і багатим. На цьому фундаменті тримається весь рекламний бізнес, і ще у 18 столітті пивовар який розпродавав своє майно на аукціоні, казав: "Ми зібралися тут не для того, щоб продати чани та котли, а щоб показати людям, що вони з їхньою допомогою швидко розбагатіють". Як приклад реклама сигарет Мальборо з нотами романтики та успішних чоловіків, міцної статури, які гордо роз'їжджали на конях. Троє з них померли від раку легенів.

### 5. Гумор

Навіть якщо реклама безнадійна, буде дуже доречно додати хороший жарт. Людям подобається сміятись, це знімає напругу і створює ілюзію довіри між покупцем і продавцем. На жаль почуття гумору є не у кожного маркетолога, бо по-справжньому весела реклама запам'ятовується на довго.[3]

### Література:

1. Інтернет ресурс: <https://ukr.segodaya.ua/life/fashion/5-priemov-reklamy-kotorye-zastavlyayut-nas-pokupat-694222.html>
2. Інтернет ресурс: <https://www.youtube.com/watch?v=8KgaiN2u1y8>
3. Інтернет ресурс: <http://cikavosti.com/tsikavi-fakti-pro-reklamu/>