Реклама, и современный человек.

Без маркетинга, нет торговли. Без рекламы, нет продаж. Маркетинг и реклама без психологии, не работают. Значит нужно искать способы влияния на потенциального покупателя. Не давно придя домой, супруга купила куриных ножек в Гавриловских курчатах. А почему именно в магазине Гавриловских, когда ближе к дому находится мясной магазинчик, с такими же куриными ножками, и дешевле? Интересный вопрос. Просто супруга поддалась влиянию рекламы! Вот пример влияния рекламы, на наше сознание, или под сознание.

Каких только хитростей не придумают рекламщики, что бы продавать свой товар. Яркие вывески, слоганы, названия, баннеры, акции со скидками, и прочие маркетинговые хода. Реклама всюду. Даже на улице, в транспорте, не говоря уже про телевидение, и интернет. Некоторые рекламщики обращаются за услугами психологов, что бы повысить эффективности влияние методов рекламы. И это того стоит. Времена меняются, меняются ценности общества, развиваются технологии, поэтому работа рекламных психологов, всегда актуальна. Вспомним 90-е,достаточно посмотреть в ютубе, рекламный блок 90-стых. Что тогда было в тренде рекламы, и какая была подача рекламируемого продукта. Ваша киска, купила бы Вискас. Сникерс, съел и порядок. Жуйте Орбит без сахара, и ваши зубы будут крепкие и блестящие. Подобные слоганы в 90-стых были на языке у каждого смотрителя телевидения. Создается культура рекламы. Тогда всех, особенно молодежь интересовали, только появившиеся шоколадки, типа Баунти, Сникерса, Марс. Зарубежные сигареты, жвачки, напитки. А реклама трастовых компаний 90-стых, типа А.О.МММ, или Хопер инвест, лилась с экранов телевизоров, казалось бесконечным потоком. Подростку 90-стых, для подтверждения своего статуса, достаточно было держать в кармане шоколадный батончик, Сникерс, или Марс. У современной молодежи ценности иные. Вместо сникерса, в кармане нужно иметь IPHON.

В общем, через, культуру рекламы, можно навязать какие то ценности. Сейчас, в отличии от 90-стых, доступа к информации стало на много больше, и рекламные ценности, изменились. Особенно благодаря интернету. К примеру, раньше, при простуде люди шли в аптеку, за флюколдом. Сейчас при простуде, сначала заглянем в интернет, найдем подходящее средство, почитаем отзывы, и потом идем в аптеку. Но если в этот момент позвонит знакомый или родственник, и скажет, что не надо таблеток, а сделай себе чай с имбирем. Так кому же больше поверим?

В общем, влияние рекламы все равно, велико. Как же не попасться на удочку рекламных психологов. Да очень просто. У разных людей, разная степень восприятия, и внушаемости. Женщины, более поддаются внушаемости, чем мужчины. Мужчины, более желают доказательств. А женщины склонны доверять на слово. Так же на доверие и внушаемость влияет образование, уровень информации, которую достаточно черпать из интернета. Конечно же, уровень интеллекта. Ведь рекламщики то же знают про подачу информации с интернета, и пытаются подменить рекламу, полезной информацией. Проще говоря, создают скрытую рекламу, Поэтому уровень собственных знаний, или своего жизненного опыта, поможет противостоять влиянию скрытой, или завуалированной рекламы. Осознав эти не хитрые правила, теперь моя супруга не покупает куриное мясо в магазине с яркой вывеской. А покупает его, в магазинчике с меньшей вывеской, ближе к дому, и дешевле. А качество ни чем не хуже. Главное понимать, что реклама, это двигатель торговли. А значит, прежде всего, продавца товара, или услуг, интересуют ваши деньги. То есть возможности их у вас извлечь. Вооружайтесь знаниями, черпайте информацию, и не поддавайтесь на рекламу!