**Методы воздействия на покупателя**

**Использование известных людей в рекламе**

Рекламе, в которой продукт предлагают люди, верят больше. Особенно подобная реклама выигрывает, когда в ней принимают участие известные уважаемые личности. Потенциальные покупатели считают, что воспитанные и горячо любимые ими артисты, певцы и политики, не могут лгать. Срабатывает и классический фанатизм, когда человек хочет походить на кумира и выбирает ту продукцию, которой, судя по рекламе, он пользуется.

**Утверждение в рекламе**

Современная реклама должна не предлагать, а осторожно настаивать на высоком качестве того или иного товара. Реклама не добьется успеха, если в ней не будет заложено словесного утверждения. Психологически на людей это действует определённым образом. Им кажется, что рекламируемый продукт не требует доказательств, его превосходство очевидно.

**Создание эффектных слоганов**

Слоганы − это своеобразные мантры, которые автоматически заучиваются потребителем, если он часто их слышит. Слоган состоит из нескольких слов и ограничивается фразой. Если потенциальные клиенты хорошо запомнят слоган, то в них уже будет заложена ассоциация с данным товаром. Главное − чтобы фраза была яркой, весёлой, оригинальной.

**Источник:** <http://www.recus.ru/metody_vozdeystviya_na_po/>