



TETRIS

рекламное  
агентство



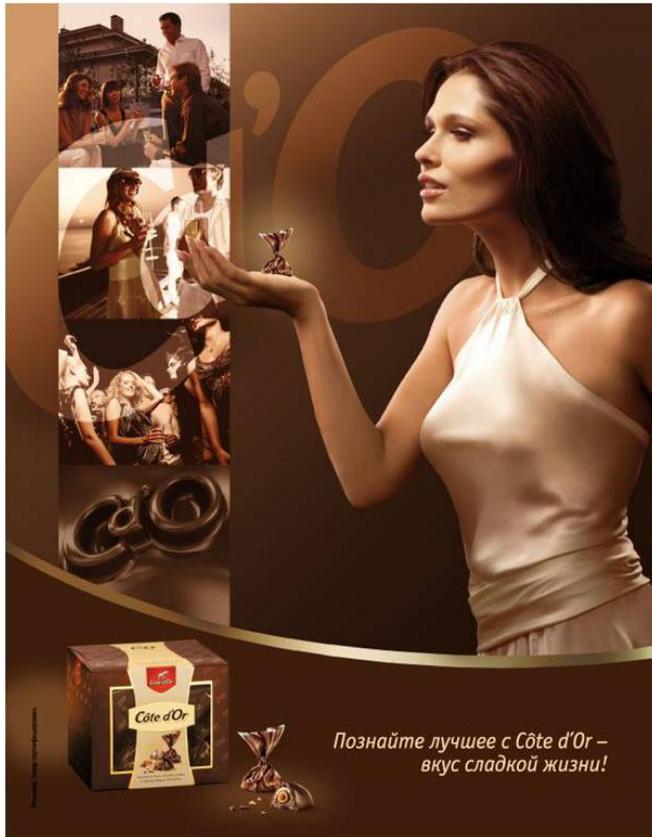


МОГУТ ЛИ СЛОВА С СЕКСУАЛЬНОЙ  
ОКРАСКОЙ, СКРЫТО  
ПРИСУТСТВУЮЩИЕ В РЕКЛАМНОМ  
ОБЪЯВЛЕНИИ, СПОСОБСТВОВАТЬ  
СОВЕРШЕНИЮ ПОКУПКИ?



Да, могут. Очевидно, что сексуальный инстинкт – наш самый сильный биологический инстинкт.

Слова с сексуальной окраской невольно возбуждают в нас подсознательное желание, которое и побуждает к тому, что бы мы приобрели тот или иной товар.





Считаете ли Вы, что апеллирование к  
похотливости потребителя может  
способствовать продаже товаров?





Да, я считаю, что апеллирование к похотливости потребителя может способствовать продаже товаров. Но, только если товар каким-либо образом связан с сексуальной стороной человека и его жизни. Это значит что товар или бренд должен ассоциироваться с сексуальностью в подсознании потребителя. Можно отнести такие товары как презервативы, мужское и женское нижнее белье и т.п. Я считаю, что вполне целесообразно и оправдано использование секса или намеков на него в рекламе перечисленных товаров.

Немного меньше подходят такие товары, как духи, дезодоранты, косметика, ювелирная продукция. Ведь очень часто используют сексуальный мотив к этой категории товаров, так как зачастую эти товары тесно граничат с сексуальной тематикой. Я считаю что эффективность такой рекламы будет зависеть от того, насколько сексуальные мотивы гармонично подобраны с данной категорией товаров.

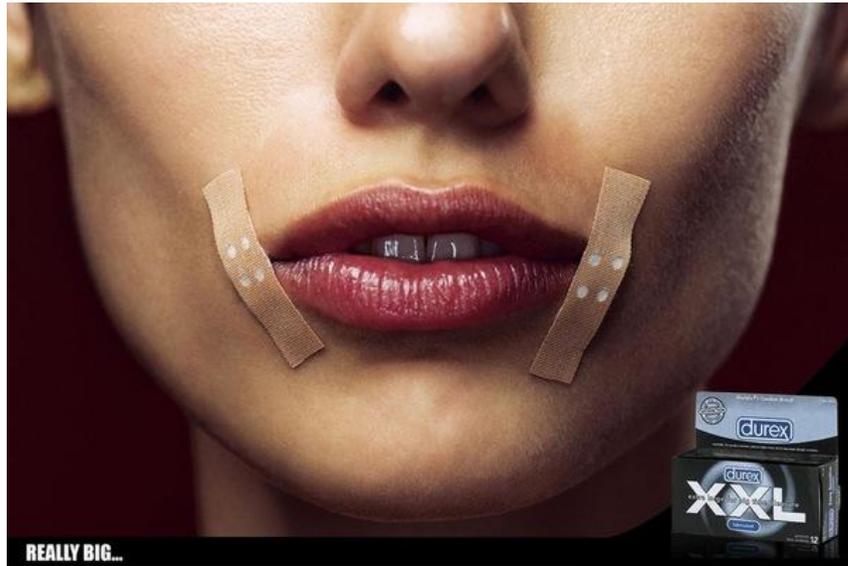




Реклама Дюрекса со стимулирующим гелем



Реклама мужских трусов JBS.  
“Потому что мужчины не хотят смотреть на других голых мужчин”



Durex XXL: "Действительно большой"



Реклама дезодоранта АХЕ



Реклама шампуня для увеличения объема от Pantene

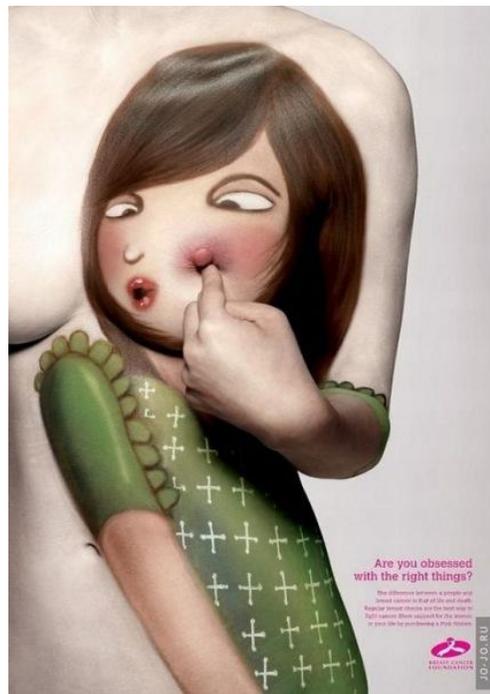
Даже если товар относится к категориям, не имеющим никакой связи с сексуальной тематикой, это еще не значит что использование секса в рекламе может не сработать. Ниже приведены примеры таких товаров.



Освежитель воздуха для туалета.  
Реклама в стиле парфюма – эротичный мачо и домохозяйка средних лет



Проекция часов Chanel на тела моделей



## Социальная реклама против рака груди

Подводя итог, можно сказать, что любые слова с сексуальной окраской, апеллирование к похотливости потребителя, любой сексуальный мотив может способствовать продаже товаров и будет работать, если сумеет правильно его донести до потребителя.