**АЛГОРИТМ ВИЗНАЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ**

1. Суб’єктивна оцінка. Чи подобається реклама?

2. Якщо так / ні. Чому?

3. Які емоції супроводжували сприйняття реклами? Чи немає відчуття виснаження, втоми після перегляду.

4. Цільова аудиторія.

5. Сформулюйте ідею рекламного повідомлення одним реченням.

6. Аналіз за трьома рівнями рекламного повідомлення:

- аудіальний (фоносемантика);

- візуальний (психографіка);

- вербальний (магічні слова, асоціативне поле, число Міллера).

7. Чи відповідає кількість згадок торговельної марки на усіх трьох рівнях (вербальний, візуальний, аудіальний) числу Міллера 7+-2?

8. Аналіз за психоаналітично орієнтованими підходами (на трьох структурних рівнях рекламного повідомлення).

9. Аналіз за гіпнотично орієнтованими підходами.

10. Вплив на домінантні репрезентативні системи (НЛП).

11. Визначити ранг психологічної ефективності реклами за поданим алгоритмом (див. алгоритм 1.2).

**Алгоритм 1.2.**

Визначити психологічну ефективність за 6-ти ранговою шкалою:

**Ранг 1.**

⎫ Увага до реклами (інтерес): Ні

⎫ Запам'ятовування реклами: Немає

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Немає

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Негативне

⎫ Бажання придбати товар: Вагання

**Ранг 2.**

⎫ Увага до реклами (інтерес): Так

⎫ Запам'ятовування реклами: Немає

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Немає

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Позитивне / Негативне

⎫ Бажання придбати товар: Немає

**Ранг 3**.

⎫ Увага до реклами (інтерес): Так

⎫ Запам'ятовування реклами: Так

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Немає

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Позитивне / Негативне

⎫ Бажання придбати товар: Немає

**Ранг 4.**

⎫ Увага до реклами (інтерес): Так

⎫ Запам'ятовування реклами: Так

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Так

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Позитивне / Негативне

⎫ Бажання придбати товар: Немає

**Ранг 5.**

⎫ Увага до реклами (інтерес): Так

⎫ Запам'ятовування реклами: Так

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Так

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Позитивне

⎫ Бажання придбати товар: Немає

**Ранг 6.**

⎫ Увага до реклами (інтерес): Так

⎫ Запам'ятовування реклами: Так

⎫ Запам'ятовування рекламованого матеріалу: Так

⎫ Емоційне ставлення до реклами: Позитивне

Бажання придбати товар: Так

https://geniusmarketing.me/uk/lab/5-tonkostej-nejropsixologii-kotoe-garantixrono-uvelichat-vashi-prodzhichzhi/