

小心別被廣告洗了腦!

October 19

你在電視螢幕上看到一家人正開著他們的休旅車，你注意到他們看起來異常開心。一台新的休旅車能讓你那麼開心嗎?或許不能，但廣告商決心要說服你就是可以讓你那麼開心。

休旅車廣告的成功之處在於連結商品和正面情緒，這是個有效的方法，但只是現今廣告商的諸多手法之一。另一種手法是不斷重複，其目的僅僅是為了要讓消費者記住品牌名稱，某些可樂廣告商就是這個手法的忠實信徒。有的廣告則是企圖要說服我們跟隨潮流；大家都買，你也要買。但或許最高明的廣告技巧是游擊行銷，新賽車遊戲的製造商用的就是這項手法，他們表示願意支付遊戲發行當日的任何超速罰單。這是種暗中行銷的手法，我們可能甚至不會察覺到自己正在接受這則廣告。

不管是哪種手法，所有廣告只有一個共同目的:影響你做的選擇。只要你意識到這點，那就沒關係。所以，儘管去聽聽廣告商們要說些什麼，但自己要做最後的決定!