



Согласно новому исследованию, проведенному школой бизнеса **Warwick Business School**, рекламные кампании с участием слишком стройных моделей, таких как **Миранда Керр**

или

Ирина Шейк

, скорее всего, не привлекут, а, наоборот, оттолкнут новых покупательниц, так как такие девушки заставляют обычных женщин расстраиваться по поводу своей фигуры, а их недовольство переносится с себя на бренд.

Исследователь доктор **Тамара Ансонс** из **Warwick Business School** сообщила:

"Привлекательные модели и знаменитости регулярно участвуют в рекламных кампаниях, тем не менее, исследование показало, что такой маркетинг вызывает смешанные чувства у покупательниц".

Во время исследования женщинам предложили проанализировать различные рекламные материалы с моделями. На некоторых из них привлекательная модель была изображена на оборотной стороне относительно продукта, на других модель располагалась рядом с продуктом, а на третьих были представлены и вовсе непривлекательные модели.

Больше всего голосов получила реклама с моделями, находящимися на противоположной стороне относительно продукта, так как, по словам специалистов, менее явная связь привлекательной девушки с брендом повышает его популярность.