

3. Mitä vaikutuskeinoja oheisissa terveysaiheisissa mainoksissa on käytetty ihmisten ostopäätösten suuntaamiseksi?



Parempi ulottuvuus. Parempi teho*

Pepsodent Ultra-Reach on uuden sukupolven hammasharja

- Suomen johtava suuhygieniatuotemerkki Pepsodent ja italialaisten kilpa-autojen, kuten Ferrarin, muotoilijana tunnettu designtoimisto Pininfarina esittelevät hampaidenhoidon seuraavan kehitysaskelen – metallirunkoisen Pepsodent Ultra-Reach -harjan, jonka funktionaalisen muotoilun innoittajana ovat olleet hammaslääkärien työvälineet.
- Metallirunkoisen Pepsodent Ultra-Reach -harjan ultraohut kaulaosa mahdollistaa pääsyn takimmaisinkin hampaisiin, ja monitasoharjakset mahdollistavat entistä tehokkaamman hampaidenpuhdistuksen entistä pienemmällä vaivalla.
- Pepsodent Ultra-Reach -hammasharjassa yhdistyvät erinomainen puhdistusteho ja toimiva muotoilu – tyylistä tinkimättä.
- Harjasta on tarjolla kolme harjaskovuutta: soft (pehmeä) ja medium (keskikova) ja uutuutena extra soft (erittäin pehmeä).

*Kliininen testi, 85 osanottajaa, verrattuna markkinoilla olevaan syväpuhdistavaan harjaan.



VÄHENTÄÄ NENÄN
TUKKOISUUTTA JOPA
TUNTIEN AJAN.
PAHOITTELEMME.

VICKS breathe life in™