

СУЩНОСТЬ, ЦЕЛИ И
ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ.
ФУНКЦИИ И
КЛАССИФИКАЦИЯ
РЕКЛАМЫ

1. Сущность рекламы

Сущность рекламы раскрывается следующими положениями:

- Будучи направлена на массу потребителей, рекламная информация имеет неличный характер, при этом между рекламодателем и потенциальным потребителем стоит средство рекламы.
- Рекламная информация имеет одностороннюю направленность: от продавца к покупателю.
- Реклама имеет общественный характер, так как предназначается для покупательских масс и регулируется законами общества.
- Реклама ведется в интересах рекламодателя.
- Реклама не является беспристрастной, уделяя внимание преимуществам товара.
- Реклама отличается яркостью, эмоциональностью, повторяемостью.
- Результат рекламы неопределенен, так как обратная связь с покупателем практически отсутствует.

2. Задачи рекламы

Задачи рекламы:

- Формирование у потребителей определенного уровня знаний о данном товаре, услуге.
- Формирование положительного имиджа товара, фирмы.
- Формирование новых потребностей.
- Формирование побуждения потребителей обратиться к данной фирме.
- Формирование побуждения купить конкретный товар.
- Стимулирование сбыта товара.
- Ускорение товарооборота.
- Стремление сделать данного потребителя постоянным клиентом, покупателем.
- Формирование у других фирм образа надежного партнера.
- Оказание помощи потребителю в выборе товара.
- Предотвращение превратной характеристики конкурентов.

3. Цели рекламы

Цели рекламы – их не следует путать с целями маркетинга, которые они помогают воплотить в жизнь, - следующие:

- довести до сведения потенциальных покупателей, что такой-то товар, такая-то марка существует; что они имеют такие-то характеристики, что их можно найти в таком-то месте, по такой-то цене и т. д.;
- заставить думать о приобретении этого товара или торговой марки, приводя доводы в пользу такого приобретения (рациональная реклама);
- заставить желать этот товар / торговую марку, побудив мечтать о нем, мысленно представляя его (ассоциативная реклама).

4. Функции рекламы

Функции рекламы:

- Информационная. Заключается в предоставлении информации о товаре или услуге.
- Побуждающая. Побуждает приобрести рекламируемый продукт.
- Подкрепительная. Напоминает о товаре, закрепляя спрос на него.

5. Классификации рекламы

Реклама нашего времени довольно разнообразна. Существует множество классификаций современной рекламы. Реклама складывается из множества элементов, ее цели и задачи могут быть различными, как и варианты ее создания, а также каналы, по которым она распространяется.

5.1 Классификация по объекту (на кого нацелена реклама):

- рекламу для покупателей определенных товаров;
- профессиональную рекламу для узкой категории граждан (к примеру, рекламирование товаров производственно-технического назначения);
- смешанную рекламу.

5.2 классификация по роли, которую она играет в бизнесе и обществе:

- маркетинговая;
- коммуникационная;
- экономическая;
- социальная.

5.3 Классификация рекламы по заказчику:

- реклама конкретных компаний-производителей;
- реклама фирм, занимающихся оптовой торговлей и розничной продажей;
- реклама фирм, занимающихся предоставлением услуг;
- реклама от общественных организаций;
- реклама от органов власти и госучреждений.

5.4 Классификация по предмету рекламы:

- непосредственная реклама товара, услуги;
- реклама торговой марки;
- реклама торгового предприятия или фирмы-производителя;
- реклама события, социального действия.
-

5.5 Классификация рекламы по временным параметрам:

- «анонсная» или подготавливающая реклама (рассказывает о товаре, который скоро начнут выпускать);
- «новая» реклама (товар уже выпущен и поступает в продажу);
- «зрелая» реклама (товар уже давно представлен на рынке и пользуется спросом).

5.6 Классификация рекламы по средствам распространения:

- Прямая реклама:

1. реклама по почте;

2. материалы, вручаемые лично - литовки, информационные письма.

- **Реклама в прессе:**

1. газетная реклама;

2. реклама в журналах;

3. реклама в отраслевых журналах;

4. реклама в справочниках и телефонных книгах;

5. реклама в фирменных бюллетенях.

- **Печатная реклама:**

1. реклама в каталогах;

2. реклама на буклетах;

3. проспекты;

4. плакаты;

5. реклама на открытках, календарях, флаерах, листовках, пакетах и т.д.

- **Экранная реклама:**

1. реклама в кино (продакт плейсмент);
2. реклама на телевидении;
3. реклама на слайд - проекциях.

Наружная реклама:

1. витрины с товарами



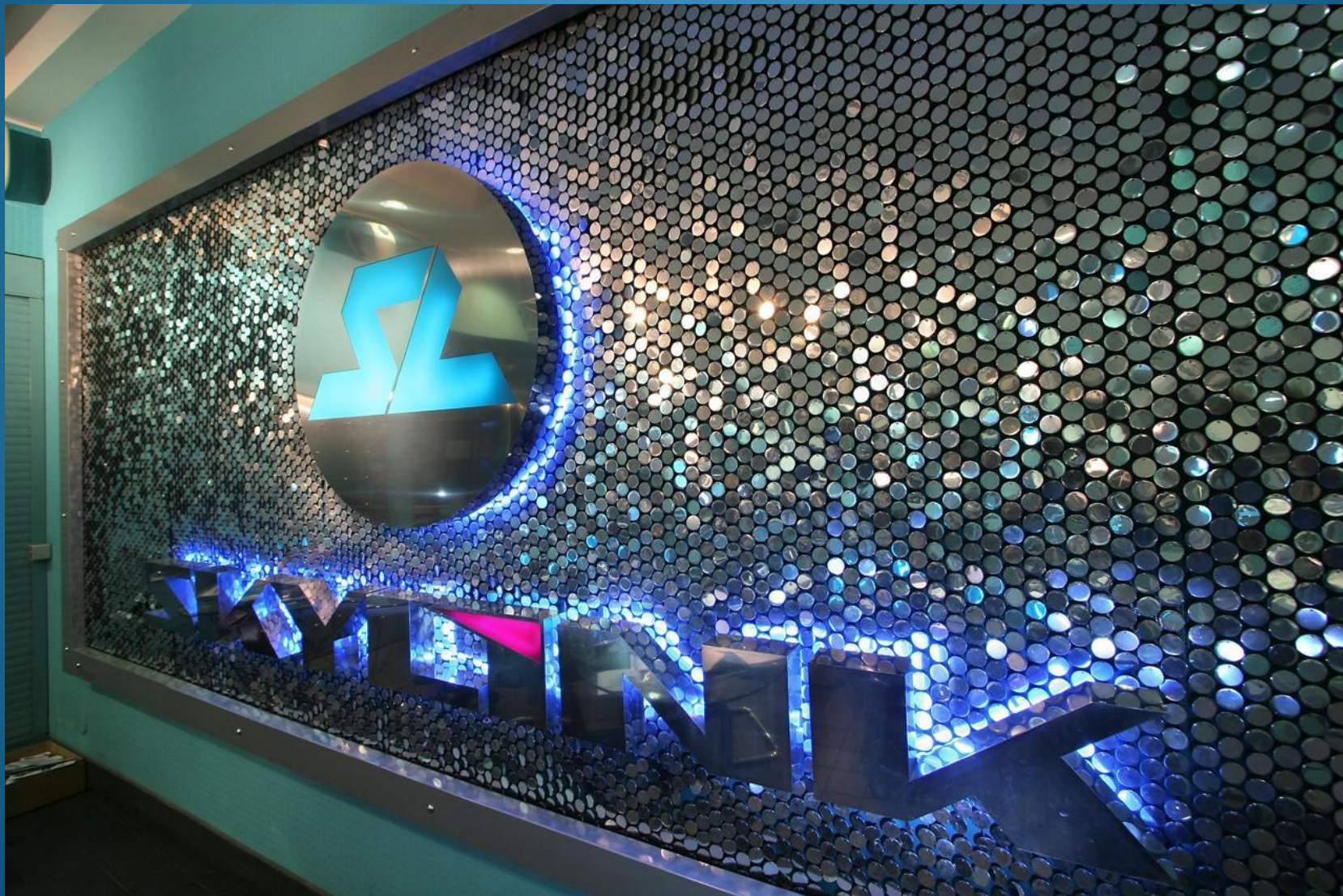
2. Рекламные щиты



3. Рекламные плакаты



4. Рекламные панно (газасветные – с надписями неподвижными или бегущими)



5. Рекламные конструкции для размещения больших плакатов



6. реклама на аэростатах, воздушных шарах.



- **Реклама на транспорте:**
 1. рекламные сообщения на наружной поверхности транспортного средства



2. реклама внутри транспорта (в салонах транспортных средств)



Реклама в местах продаж:

1. вывески магазинов, планшеты, стенды, растяжки, флаеры, стопперы, флаги;
2. витрины магазинов;
3. реклама на упаковках товара.

