

Особенности рекламного текста имиджевой рекламы

Выполнила Щеглова Екатерина
гр. б-4405

Имидж

- Имидж - "образ" товара, услуги, предприятия, человека, сумма впечатлений, которые складываются в сознании людей и определяют отношение к ним.
- Корпоративный имидж - специально проектируемый в интересах фирмы образ, намеренно внедряемый в сознание целевой аудитории, предназначенный для отстройки компании и ее товаров или услуг от конкурентов, то есть формирование ее уникальности.

Имиджевая реклама

- Имиджевая, или корпоративная, реклама является рекламой самой компании и ее деятельности.
- Объектом продвижения здесь выступает имидж выбранного объекта рекламирования, а не товар или группа товаров, как в традиционной рекламе.

Задачи имиджевой рекламной кампании

- создание у пользователей благоприятного мнения о компании, как об известной фирме, заслуживающей доверия;
- формирование у пользователей ассоциации определенного типа продукции с именем компании;
- создание у пользователей устойчивого мнения о преимуществах продукции компании;
- отстройка от конкурентов, привлечение новых клиентов и партнеров



АЭРОФЛОТ



Летайте
САМОЛЕТАМИ!

Во всеобщие страны можно полететь в самолетах Аэрофлота и его дочерних компаний

Особенности имиджевых рекламных текстов

- Информационный повод
- Содержание
- Средства воздействия
- Лексика
- Структура
- Характер воздействия
- Место размещения
- Реквизиты

| Критерий сравнения | Имиджевый текст | Условно-аналитический | Конверсионный |
|-----------------------|--|-----------------------|------------------------------|
| Объем | Средний | Большой | Небольшой |
| Структура | Перевернутая пирамида | Трехчастная | Хаотичная |
| Эмоциональная окраска | Нейтральная с положительным оттенком | Нейтральная, сухая | Яркая |
| Средства воздействия | Подбор фактов и положительно-оценочная лексика | Подбор фактов | Лексические, психологические |
| Легкость чтения | Высокая | Низкая | Высокая |
| | | | |

Текст №1

- Текст для интернет-каталога предприятий сферы общепита, тематического сайта.
- Целевой аудиторией выступают потенциальные посетители кофеен.
- Цель – создать определенный образ сети кофеен в умах потребителей, который вызовет у них желание посетить это место в будущем.
- Задачи – сообщить информацию о компании, ее роде деятельности, а также отразить ее уникальные черты, ценности, транслируемые брендом, и выгоды, которые может получить потребитель от использования услуг данной организации.

Текст №2

- Материал для узкоспециализированного сайта или издания.
- Целевая аудитория – инвесторы, предприниматели, желающие в будущем приобрести франшизу на открытие новой кофейни сети «Шоколадница».
- Цель текста – сформировать такой образ организации, чтобы потенциальный инвестор принял во внимание, что покупка франшизы этой сети кофеен может быть выгодным вложением средств с минимальными рисками.
- Задачи – сообщить основные сведения о компании, ее роде деятельности, франшизе, а также отразить ее уникальные черты, описать выгоды, которые может получить инвестор от покупки франшизы, привести

Спасибо за внимание!