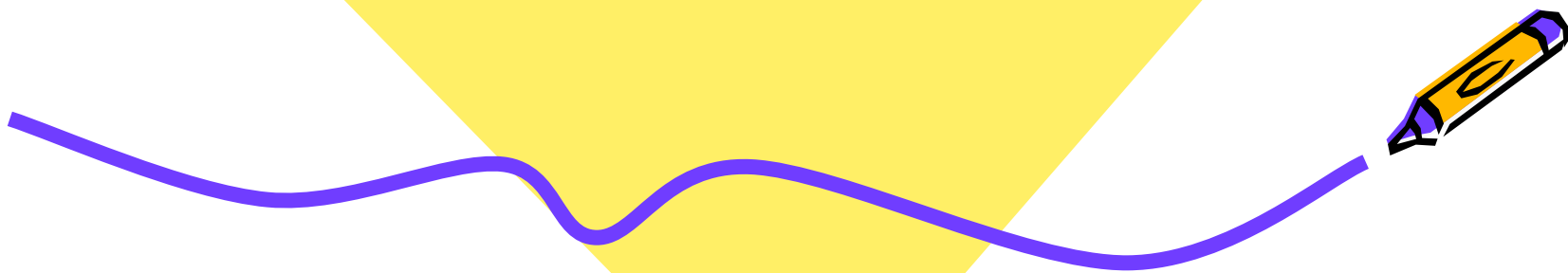




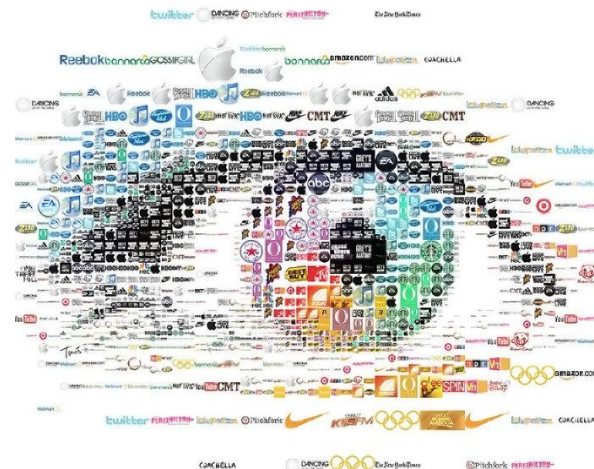
Реклама.



Реклама

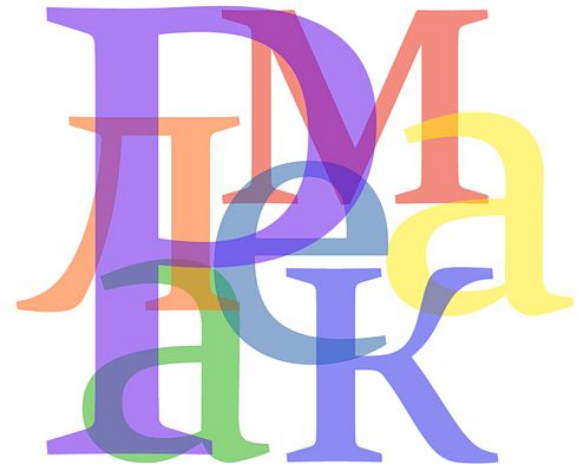
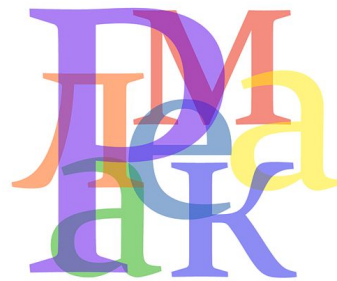
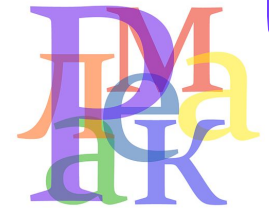
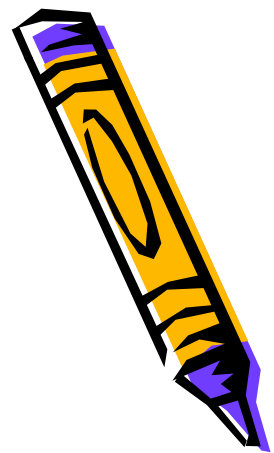


- Реклама - спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку..



реклама

- Реклама - будь-яка оплачена конкретною особою форма комунікацій, призначена для просування товарів, послуг чи ідей. Хоч деякі види реклами (наприклад, пряме поштове розсилання) орієнтовані на конкретного індивідуума, усе-таки більшість рекламних послань призначені для великих груп населення, і поширюються такими засобами масової інформації, як радіо, телебачення, газети й журнали.



- Реклама - це розповсюджувана в будь-якій знеособленій формі, за допомогою будь-яких засобів інформація про фізичну чи юридичну особу, товари, ідеї і починання (рекламна інформація), що призначена для невизначеного чи визначеного кола осіб, відкрито виходить і оплачується рекламодавцем і покликана формувати чи підтримувати інтерес до фізичних, юридичних осіб, ідей і починань і сприяти реалізації товарів, ідей, починань.



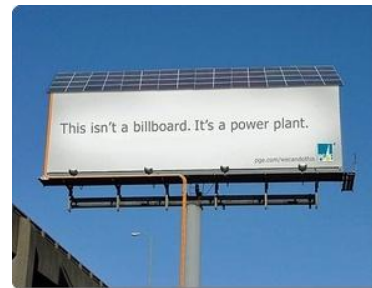
- Для успішного виходу на ринок підприємство, орієнтуючись на обраний цільовий ринок, а точніше, кращий для нього сегмент цільового ринку (у рекламній практиці - контактна аудиторія), має запропонувати своїм потенційним покупцям (споживачам) привабливий для них товар ринкової новизни. Відповідно до цього планується проведення заходів з метою формування попиту на товар, основним з яких є торгова реклама.



Реклама використовує наступні засоби:



- телебачення
- радіо
- пресу
- зовнішню рекламу
- інтернет тощо



Реклама - це інструмент ринку, в її основі - інформація й переконання.



- Реклама сприяє розвитку масового ринку збуту товарів і послуг, і, в решті-решт, вкладення підприємців у виробництво стають виправданими. Доходи від реклами починають забезпечувати життєдіяльність газет і журналів, що прагнуть охопити велику аудиторію. Таким чином, мільйони людей одержують свіжі новини,
- а також і рекламні повідомлення.



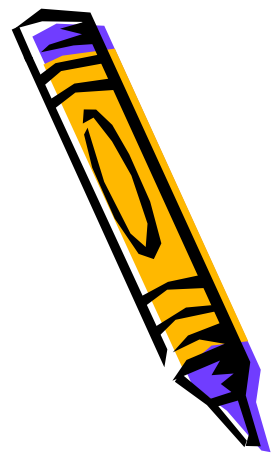
РЕКЛАМА

функції реклами:

- Реклама може передавати суспільні, політичні та благодійні ідеї й тим самим ставати частиною громадського життя. Підводячи підсумок вищесказаному, можна виділити наступні функції:
- економічна;
- просвітницька;
- виховна;
- політична;
- соціальна;
- естетична.



Реклама



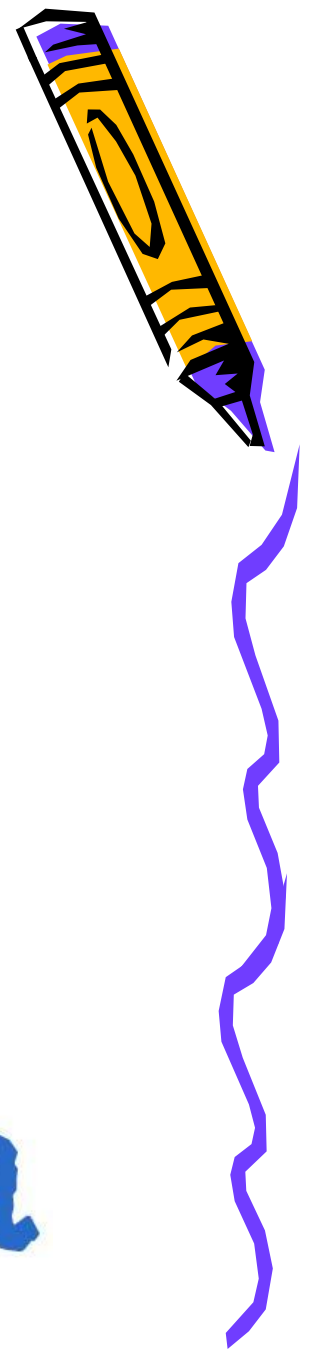
- *Реклама є як частиною економічних відносин, так і частиною взаємин між людьми. Тому реклама - діалог між продавцем і споживачем, де продавець виражає свої наміри через рекламні засоби, а споживач - зацікавленістю в даному товарі. Якщо покупець не виявив інтерес, то мета рекламодавця не досягнута.*



переваги реклами:

- можливість залучення великої аудиторії;
- низька вартість одного рекламного контакту;
- у наявності мається велика кількість різних ЗМІ і можна - вибрати найбільш придатні для цільових сегментів;
- можливість контролювати зміст повідомлення, його оформлення, час виходу;
- можливість змінювати повідомлення залежно від реакції цільового сегмента;
- висока ймовірність того, що рекламне повідомлення дійде до потенційного споживача;
- ймовірність того, що покупець прийде до рішення про покупку до контакту безпосередньо з продавцем.

Реклама



ГОЛОВНІ НЕДОЛІКИ:

- рекламне повідомлення є стандартним, негнучким; немає можливості зосередитися на індивідуальних потребах клієнта;
- рекламне повідомлення є коротким;
- деякі види реклами вимагають великих інвестицій;
- у ряді випадків необхідно довго чекати розміщення рекламного повідомлення.



канали поширення

Засоби реклами (канали поширення рекламних звернень) вибираються таким чином, щоб ефективно досягти уваги цільової аудиторії. Причому основними критеріями при виборі каналів поширення рекламних послань є забезпечення максимального охоплення цільової аудиторії, відповідність вартості розміщення реклами з рекламним бюджетом і відповідність характеру рекламного повідомлення особливостям каналу. Крім того, вибір засобів реклами виробляється таким чином, щоб забезпечити необхідне географічне охоплення споживачів і бажану частоту й форму подачі матеріалу.



ВИДИ РЕКЛАМИ

реклама розповсюджується по різних каналах: у пресі, на телебаченні, на радіо, в кіно, на транспорті (на бортах автобусів, тролейбусів, трамваїв), на місцях продажів товару (вітрини магазинів, вивіски в торгових залах, упаковка). Так само зовнішня реклама (щити на вулицях, плакатах в метро) і сувенірна (календарі, теки, блокноти, значки, сумки, авторучки і т.д.).



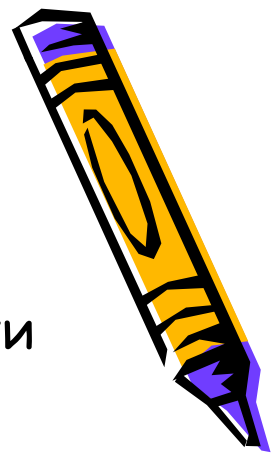
ВИДИ РЕКЛАМИ

Нарешті, фірма може забезпечити потенційних покупців власними друкарськими рекламними виданнями, такими, як проспект, буклет, каталог, плакат, листівка. Не можна не сказати і про такий канал розповсюдження обігу, як пряма поштова розсилка («директ-мейл»): створивши яку-небудь новину, фірма повідомляє про неї в інформаційних листах, які розсилає, скажімо, на двісті адрес - потенційним оптовим покупцям (дилерам).



ТАКОЖ:

- За характером і особливостям рекламного продукту, життєвого циклу товару і завдань, які ставляться перед рекламою на конкретному етапі, її можна класифікувати наступним чином: інформативна; вмовляльна; нагадувальна; підкріплююча.
- Досить новим видом на рекламному ринку стала соціальна реклама. Мета соціальної реклами - змінити ставлення публіки до якої-небудь проблеми, а в довгостроковій перспективі - виробити нові соціальні цінності. Предметом соціальної реклами є ідея, яка повинна володіти певною соціальною цінністю. Така реклама розрахована на широку аудиторію, яку хвилюють загальнолюдські проблеми.



Висновки:

- Зовнішня реклама в Україні, достатньо широко охоплена різноманітними рекламними площинами. У будь-якому куточку твого міста можна побачити білборди, сіті-формати, лайтбокси, беклайти, а іноді і плазмові екрани. Загальна кількість майданчиків зовнішньої реклами, що розкидані по країні, складає близько 100 тис. одиниць. Понад чверть з них зосереджена в Києві, а інші встановлені в містах і на автомагістралях по всій Україні. Найбільш поширеним видом зовнішньої реклами є білборди - щити стандартного розміру 3x6 м. Їх питома вага в загальній масі рекламних плоскостей складає близько 60%, тобто - це найпопулярніша зовнішня реклама в Україні. Не дивлячись на появу нових високотехнологічних і дуже ефектних її носіїв, старі добрі рекламні щити міцно тримають лідерство.



Презентацію розробила
студентка групи ДГ-2

Вірченко Олександра

