

Понятие, сущность и виды рекламы

1. Понятие и сущность рекламы.

2. Виды рекламы.



Реклама!

Как много в слове этом...

Оказывается, реклама существовала еще до нашей эры. Об этом свидетельствует египетский папирус, пришедший в современность из глубины веков. В нем сообщалось о продаже раба и были подробно описаны его личная характеристика и рабочие качества.

Напиток «Кока-кола» был изобретён в Атланте (штат Джорджия, США) 8 мая 1886 года. Его изобрёл фармацевт Джон Стит Пембертон, бывший офицер американской Армии конфедерации. Название для нового напитка придумал бухгалтер Пембертона Фрэнк Робинсон, который, владея каллиграфией, написал слова «Coca-Cola» красивыми фигурными буквами, до сих пор являющимися логотипом напитка.



Основные ингредиенты Кока-Колы были таковы: три части листьев коки на одну часть орехов тропического дерева колы.

Получившийся напиток был запатентован как лекарственное средство «от любых нервных расстройств» и начал продаваться через автомат в крупнейшей городской аптеке Джекоба в Атланте.

Сначала напиток ежедневно покупали в среднем лишь 9 человек. Выручка с продаж в течение первого года составила всего 50 долларов. Интересно, что на производство кока-колы было затрачено 70 долларов, то есть в первый год напиток был убыточным.

В 1888 году создатели продали все права на выпуск напитка за 2300 долларов. А в 1892 году бизнесмен Аса Григгс Кэндлер, обладавший правами на «Кока-колу», основал компанию «The Coca-Cola Company», которая занимается ее производством и поныне.

А знаете ли Вы, что...

- Кубики льда в рекламе напитков делаются обычно из акрила, затем добавляется вода, чтобы свет проходил лучше, а пузырьки делаются при помощи стирального порошка.
- Американские фармацевтические компании тратят в 2 раза больше на рекламу, чем на исследования.
- На рекламу в мире тратится более 500 миллиардов долларов в год.

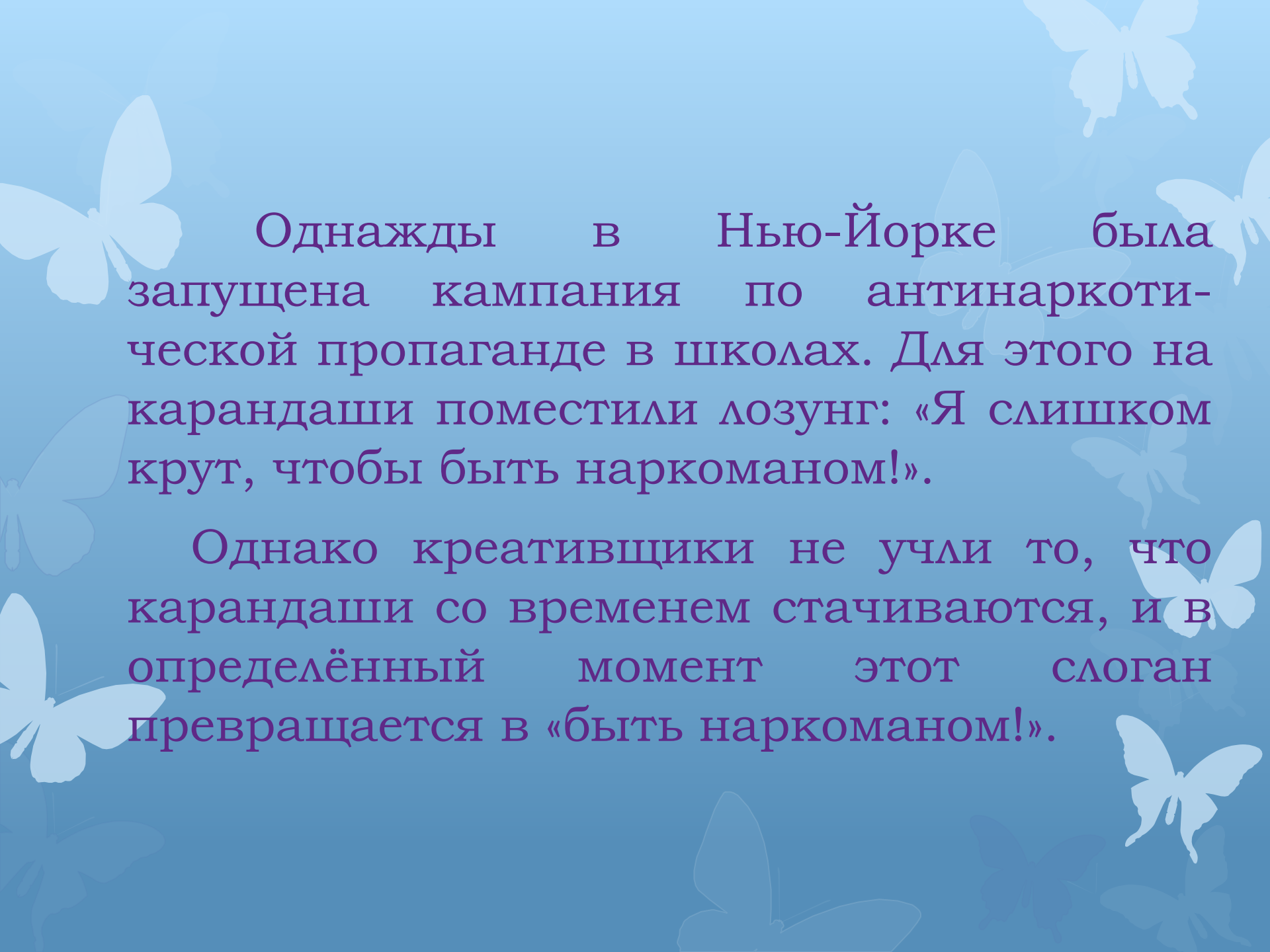
В 1955 году появилась первая реклама сигарет Мальборо. Рекламировали сигареты люди атлетического сложения. Наиболее популярным стал образ ковбоя.

Три человека, которые появлялись в этой рекламе, в последствие скончались от рака легких.



В 1959 году в Москве проходила Американская национальная выставка, где Хрущёву предложили попробовать Пепси-колу.

Он согласился и невольно стал рекламным лицом компании, так как на следующий день в газетах всего мира была опубликована фотография, на которой советский лидер пьёт Пепси.

The background is a solid light blue color with several white butterfly silhouettes scattered across it. The butterflies are of various sizes and orientations, some appearing to fly towards the right and others towards the left. The overall aesthetic is clean and modern.

Однажды в Нью-Йорке была запущена кампания по антинаркотической пропаганде в школах. Для этого на карандаши поместили лозунг: «Я слишком крут, чтобы быть наркоманом!».

Однако креативщики не учли то, что карандаши со временем стачиваются, и в определённый момент этот слоган превращается в «быть наркоманом!».

А знаете ли Вы, что...

- Для пропаганды картофеля среди французов в конце 18 века агроном Антуан Пармантье выставлял в дневное время вокруг своего картофельного поля вооружённую охрану. На ночь сторожа удалялись, позволяя людям «украсть» клубни.
- В 1910 году преступник, приговорённый к казни, крикнул в толпу: «Пейте какао Ван Гуттена!» в обмен на солидную сумму от производителя какао для наследников. Эта фраза попала во все газеты, и продажи резко увеличились.
- В 20-х годах в Америке выпустили презервативы Рамзес. И только через два месяца после начала продаж кто-то сказал главному менеджеру проекта, что у Рамзеса II, в честь которого назвали марку, было 160 детей

- В Германии в самый разгар эпидемии коровьего бешенства умудрились выпустить молочные ириски под названием «Сумасшедшая Корова». Надо было видеть, что творилось с людьми, когда они видели эти рекламные щиты. Компания-производитель потерпела громадные убытки.
- В России в начале XX в. промышленник Николай Шустов рекрутировал десяток студентов, которым было велено обходить московские трактиры и требовать «шустовский коньяк». Не получая коньяк, студенты устраивали шумный скандал и лезли в драку. О происшествии стали писать газеты, и Москва быстро узнала о новой марке алкоголя.
- Гигант американской автомобильной индустрии - компания General Motors попала в неловкую ситуацию, экспортируя из России свой новый автомобиль Chevrolet Nova на рынки Латинской Америки. Выяснилось, что Nova по-испански означает "не может двигаться"

Квентин Тарантино не любит рекламу в кино. В его фильмах герои курят только сигареты придуманной Тарантино марки 'Red Apple'.



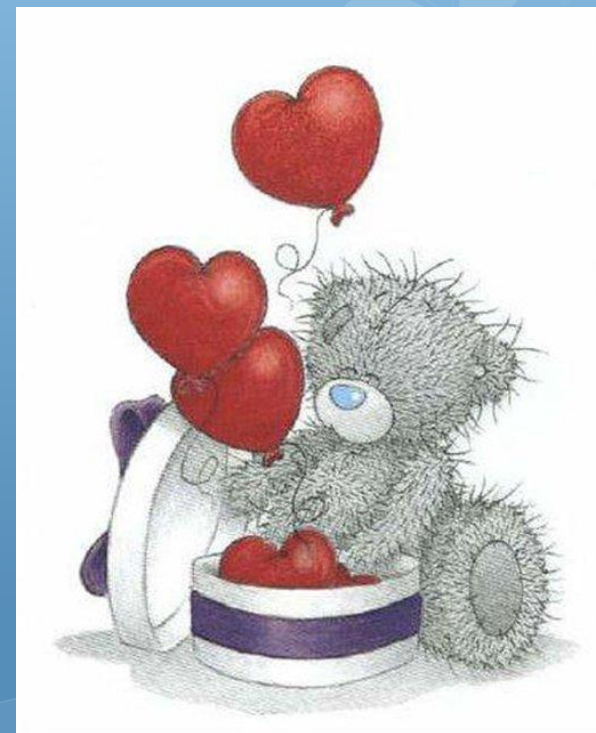
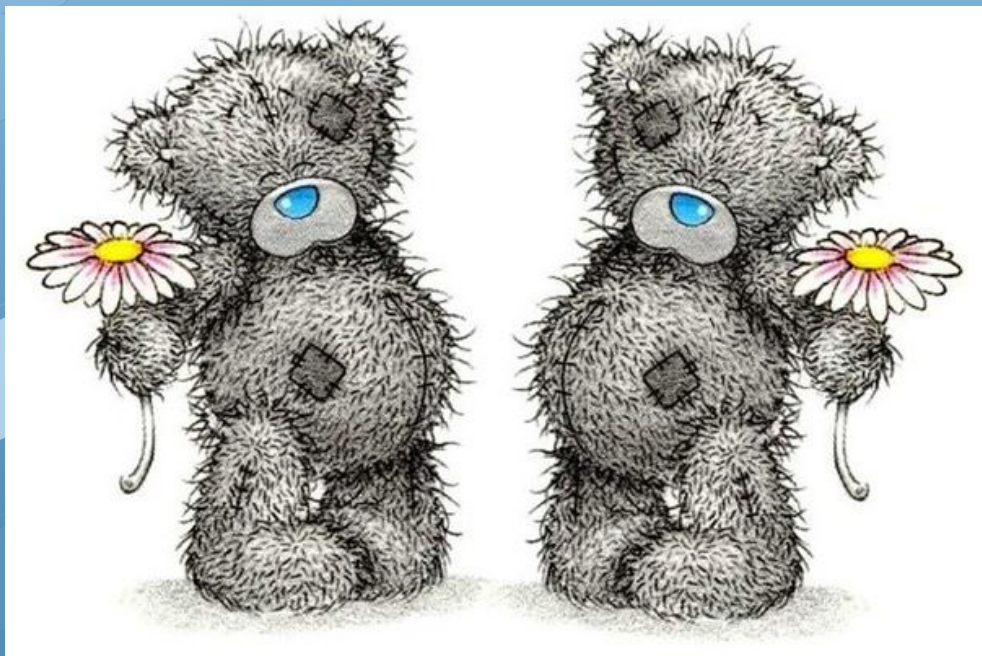
- Производитель товаров для детей Gerber начал продавать детское питание в Африке. На коробке был изображён улыбающийся младенец. Позже маркетологи Gerber с удивлением узнали, что из-за того, что в Африке очень много неграмотных, на упаковках местных товаров принято изображать их содержимое. Например, изображение каши помещается на упаковке овсяных хлопьев. Неграмотные африканцы были дезориентированы.
- Фирма "Маттел Тойз Интернейшнл" предпринимала бесплодные усилия в рекламе и сбыте куклы Барби в Японии и, отчаявшись завоевать долю японского рынка, продала лицензию на производство Барби японской фирме. Как оказалось, по мнению японцев, у Барби был слишком большой бюст и слишком длинные ноги. Японская фирма пересмотрела общее исполнение, попутно заменив голубые глаза на карие, и в течение следующих двух лет продала более 2 млн. кукол.
- Pepsi дословно перевела на китайский язык свой главный рекламный девиз: "Живи с поколением Пепси" (Come Alive With the Pepsi Generation), шокировав китайцев. Этот слоган в Поднебесной приобрел неожиданное звучание: "Пепси заставит ваших предков подняться из могил".
- Компания Colgate-Palmolive вывела на французский рынок свою новую зубную пасту Cue. Позже американцы узнали, что именно такое название носит популярный французский порножурнал.

- На Украинском рынке несколько лет назад была представлена минеральная вода «Blue water». В рекламном ролике на фоне стакана с водой , девушка томным голосом несколько раз повторяла по-английски название: «Блю вота» , что на украинском языке звучит как «Рвота». Народ это очень потешало.
- Логотип, абсолютно идентичный логотипу МТС, впервые появился в конце 90-х и принадлежал испанской компании. С той лишь разницей, что вместо МТС на нем было написано "Nuevo duro"» (досл. "крутое яйцо"). Похожий логотип имеет и немецкий производитель текстиля.
- Дореволюционная реклама смирновской водки до сих пор приводится в качестве положительного примера в соответствующих учебных заведениях США. Весь лист газеты, отведенный на рекламу, был чист, и только в углу его была ма-а-аленькая надпись «Смирновская водка в рекламе не нуждается».
- При продвижении шариковых ручек Паркер на рынок Латинской Америки компания Parker Pen хотела использовать слоган «Вас никто не собьет с толку, если у вас есть "Паркер"!». Дословный перевод этой фразы на испанский язык придал слогану несколько другой смысл. По-испански выражение "быть сбитым с толку" звучит так же ,как "забеременеть".

□ Выдающийся английский физик Поль Дирак люто ненавидел рекламу во всех ее проявлениях: одно упоминание о рекламном агентстве или услугах консалтинга вызывало в нем как минимум раздражение или праведный гнев. Это пробудило в нем желание отказаться от Нобелевской премии, которую ему присудили в 1933 году. Церемонию вручения премии он искренне считал ненаучно-маркетинговым проектом и участвовать в подобных рекламных акциях не хотел. И все же Дирак получил Нобелевскую премию. Принять ее его уговорил другой великий физик – Эрнест Резерфорд, который к рекламе относился ничуть не лучше. А убедил он Дирака взять премию очень просто: «Отказ от Нобелевской премии – гораздо большая реклама», – объяснил он коллеге.

- Рекламная кампания зубной пасты "Pepsodent" в Юго-Восточной Азии с треском провалилась именно потому, что реклама обещала людям сделать их зубы белоснежными. В культуре этих стран символом престижа считаются жёлтые и чёрные зубы.
- В Саудовской Аравии запрещена реклама с участием женщин, а мужчинами могут быть только арабы.
- Американская корпорация «Эксон» затратила много денег на маркетинговые и статистические исследования рынка бензина в Японии, чтобы понять причину провала её бензина марки «Энко». Затем был проведён экспертный опрос, в котором первый же респондент-японец сообщил, что "енсо" по-японски — «заглохший автомобиль».

В 1902 году, предоставив свое имя для новой детской игрушки-плюшевого мишки, двадцать шестой президент Соединенных Штатов **Теодор Рузвельт** невольно стал одним из создателей игрушечной индустрии "Teddy-Bears", которая на данный момент является одной из самых коммерчески успешных в мире.



Слово SPAM появилось в 1936 году — под такой маркой американская компания выпустила острые мясные консервы («SPiced hAM»). Чтобы сбыть их запасы не первой свежести после второй мировой войны, была проведена массированная рекламная кампания, ставшая эталоном назойливости.

В 1986 году в конференциях Usenet появилось множество одинаковых сообщений от некоего Дэйва Родеса, который рекламировал новую финансовую пирамиду.

Кто-то провёл аналогию между такой рассылкой и консервами, и с тех пор слово «спам» закрепилось в новом значении.

- 30-метровая интерактивная неоновая рекламная вывеска Coca-Cola была установлена в центре Лондона на знаменитом углу Пикадилли Циркус. До этого здесь также висела реклама Coca-Cola, но размером в 3 раза меньше. На электронном щите на фоне фирменных цветов и надписи Coca-Cola появляется приветствие "Hello, London".
- Самая большая реклама с искусственной подсветкой имеет размеры 60x20 м. Ее освещает 62400 металлогалогенных прожектора. Реклама установлена израильской компанией «Абуди сайнз индастри».
- Самая большая световая реклама покрывала площадь в 5033 кв. м., была построена 18 декабря 1999 г. на острове Цинг И в Гонконге и содержала более чем 800 000 лампочек.
- Самое большое в мире движущееся изображение расположено возле отеля «Серкус-Серкус», Рено, штат Невада, США, и называется «Клоун Топси». Его высота – 38,7м, а вес — более 40 т, в него вмонтировано 2,25 км неоновых труб. Улыбка клоуна достигает 4,26 м в ширину.
- В мае 1986 г. была установлена самая большая неоновая реклама сигарет «Мальборо» в Гунг-Гоме, Коулун, Гонконг. Ее размеры 64x16,7м. В нее вмонтировано 10668м неоновых труб, а вес составляет приблизительно 114,7 т.
- Самый большой рекламный щит в мире был установлен 27 апреля 1989 г. на площади Пласа дэ Торос Монументаль в Барселоне в ходе рекламной компании по продаже «фордов» в Испании. Размеры щита – 145x24 м.

- Самый длинный рекламный щит была сделан перед запуском нового канала «Южноафриканской Радиовещательной корпорации» 11 мая 1998 г. Его длина была 268,25 м, а покрываемая площадь 1072,19 кв. м. Она была установлена на поезде, путешествующем между городами в районе Гаутэнг.
- Самый большой рекламный знак был создан компанией «Ситроен» и установлен на Эйфелевой башне в Париже. Его включили впервые 4 июля 1925 г., и он был виден на расстоянии 38 км. Знак светился 6 цветами. Для подключения 250 тыс. ламп потребовалось 90 км провода. Высота буквы "N", на которую заканчивается название фирмы, составляло 20,8 м. Рекламу убрали только через 11 лет.
- Самое дорогое объявление было помещено 5 февраля 1979 г. в журнале «Тайм» (в американских и зарубежных изданиях) и обошлось компании «Голф энд уэстерн исландз» в 3,2 млн. долл.
- Самая большая сумма за разовую рекламу в периодическом издании (журнал «Тайм» от 7 ноября 1988 г.) – 3 851 684 долл. — была выплачена компанией «Уолт Дисней продакшнз» по случаю 60-летия Микки Мауса.

- Большинство наручных часов на рекламе показывает 10.10., так как стрелки часов обрамляют название бренда на циферблате в виде улыбки.
- Американская ассоциация психологов утверждает, что большинство детей не может критически относиться к рекламе, так как они свято доверяют ей.
- Компании, производящие фаст-фуд в США тратят в среднем 1.6 миллиарда долларов на рекламу.
- Реклама очень часто направлена на детское самолюбие. Более половины опрошенных детей ответили, что когда им купили определенные рекламируемые вещи, они стали ценить себя намного выше.
- В рекламе для детей обычно участвуют дети-актеры старше, чем целевая аудитория. Например, в рекламе для 8 и 10летних детей участвуют 11 или 12летние модели с игрушками для 8летних. Рекламодатели используют образ старшего ребенка как идеал, к которому должны стремиться младшие.





Termites eat
24 hours a day.

TERMINIX



**DON'T BE
STUPID**
PROTECT YOURSELF
CONDONSHOP.CH



seen on
www.boredpanda.com



www.advertisers.ru



Tiernitos

307



Tiernitos

Con los mejores ingredientes para



Мороженое никогда не снимают вживую, под софитами оно моментально тает — это всегда пластиковая, силиконовая или гелевая масса. Ей придают нужный цвет, фактуру, делают шарик пористым и шероховатым. Безупречных вафельных рожков тоже не найти — везде или кусочек оторван, или цвет неровный, так что приходится их тоже лепить. А чтобы с мороженого не стекало варенье или мед, прокладывается тонкий слой полиэтилена.



OTVETNIK

Супы. Для рекламы супов в пакетиках варят настоящий суп. Но если просто налить его в тарелку и сфотографировать, не будет ничего видно, все ингредиенты утонут.

Поэтому на дно кладется слой прозрачного желатина, сверху наливается бульон или обычная вода, а потом уже аккуратно выкладывается капуста, слегка обжаренная ветчина, маслины, петрушка и овощи. Главное — создать впечатление богатого набора витаминов.



OTVAALRU





3M Security Glass

УГНАЛИ?



НАДО БЫЛО СТАВИТЬ **CLIFFORD** т. 273 2222

WORLD-CLASS AUTO SECURITY™



БЛАГОТВОРИТЕЛЬ
КОТОВ
круглосуточно!
46-04-54



БЛАГОТВОРИТЕЛЬ

Поиск трубки

Громкая связь

Клас

скидка 50%

~~399~~

799 ₴

ua
prikol.i.ua