

Реклама в системе маркетинга

- *Реклама* – часть, инструмент маркетинга.
- *Реклама* – это единственный маркетинговый инструмент гласный, агрессивно воздействующий на рынок и дающий быструю обратную реакцию.

Реклама используется для ускорения и облегчения процесса покупки и продажи.

Товары, различные по своему назначению, по-разному рекламируются.

- **Группа I.** Товары повседневного спроса, первой необходимости.

Цель рекламы в этой группе – обеспечить наибольший охват торговых точек и наибольший контакт товара с рынком.

Для этого необходимы:

во-первых, наибольшая известность названия товара или фирмы и их положительные характеристики, и,

во-вторых, побуждение розничного торговца спешно торговать его товаром.

- *Группа II.* Выбираемые товары (их покупке предшествует решение о покупке).

Приобретаются нечасто и дорого стоят.
Выбираются из однотипных.

Рекламе отводится ведущая роль в выборе бренда. Имиджевая реклама.

- *Группа III.* Специально разыскиваемые товары: фирменные, марочные, превосходящие все остальные. Не допускается никакой замены!

Реклама тут сугубо имиджевая, индивидуальная.

Товарные знаки

- Дает возможность отстроиться от конкурентов и выбрать из однотипных товаров.
- Американская ассоциация маркетинга:
«Марка – наименование, термин, знак или дизайн, символ, а также их комбинации, являющиеся средством идентификации товара или услуги одного продавца или группы продавцов, позволяющие выделить их товары из массы аналогичных товаров или услуг».

Типы товарных знаков

1. Словесный.
2. Изобразительный. Эмблема фирмы.
3. Объемный, трехмерный.
4. Звуковой – телекомпании, радио.
5. Комбинированный.

Фирменный стиль

- Набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Элементы фирменного стиля

1. Товарный знак.
2. Шрифтовая надпись (логотип).
3. Фирменный блок.
4. Фирменный лозунг (слоган).
5. Фирменный цвет.
6. Фирменный набор шрифтов.
7. Рекламный символ фирмы – определенный персонаж, выступающий от имени фирмы при рекламных и PR-мероприятиях. Это может быть мультяшный персонаж, животное, растение и т.д.
8. Аудиообраз – музыкальная фраза, композиция, несколько нот в сочетании с определенным шумом.
9. Другие внутрифирменные постоянные.