

# 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 – телекомпания, 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.