

ПОМИЛКИ В РЕКЛАМНОМУ ПОВІДОМЛЕННІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ВЦІЛОМУ

студент Аксьонова С.Ю., асист. Ілляшенко Н.С.

Досить тривалий час країни пострадянського простору ігнорували закони ринкової економіки. Фактично, до 1991 року вся рекламна кампанія на території колишнього СРСР носила скоріш ідеологічний характер, ніж виконувала свої прямі функції. На сьогоднішній день реклама є невід'ємною частиною нашого життя.

Рекламою є 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 має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм чи засобів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу. Мета будь-якої реклами – формування та підтримка інтересу до того чи іншого товару.

Велика кількість підприємств на своєму «життєвому шляху» переживала часи фінансової кризи, зниження рівня продаж та іміджу. Без сумніву, невдала реклама може призвести до зниження фінансової стабільності підприємства. Але, як показує судова практика, ще не було випадків, коли рекламодавцю вдалось би притягти до відповідальності автора реклами, так як в ланцюгу бізнес-інфраструктури реклама – далеко не єдиний елемент. Та все ж, робота спеціалістів з реклами регламентується законодавчими актами.

Так, головним документом, що визначає основні засади рекламної діяльності в Україні, регулює правові відносини, що виникають у процесі створення, розповсюдження, одержання реклами є Закон України «Про рекламу». У ньому вказані ті помилки, які є не просто причинами неефективної реклами, а правопорушеннями. Проте є помилки, які навряд чи приведуть вас до судової зали, але з легкістю зможуть перетворити рекламу на антирекламу.

Нижче наведений перелік основних типових помилок, що зустрічаються в сучасних рекламних повідомленнях. До них можна віднести:

1. Незрозумілість.
2. Граматичні помилки.
3. Невдала назва, логотип.
4. Неякісне оформлення.
5. «Реклама зі зворотнім ефектом».
6. «Реклама заради реклами».

Більш детальний опис помилок та результатів наведений у таблиці 1.

Таблиця 1 – Типові помилки, що зустрічаються в сучасних рекламних повідомленнях України

Назва помилки	Сутність помилки	Результат
Незрозумілість, неточність	Відсутність конкретики в рекламному повідомленні, неточна інформація про товар та виробника	Зменшення прибутків
Реклама зі зворотнім ефектом	Використання в рекламному повідомленні тих або інших елементів, які викликають протилежні емоції від нього	Втрата або зменшення прибутків
Реклама заради реклами	Концентрація сил, і в результаті уваги споживачів, при створенні рекламного повідомленні не на товар, а безпосередньо на рекламу	Великі фінансові витрати на створення рекламного повідомлення, які в результаті себе не виправдовують
Граматичні помилки	Допущення граматичних помилок у тексті рекламного повідомлення	Погіршення репутації підприємства
Невдала назва, логотип	Невідповідність використаних лозунгів та прийомів у рекламному повідомленні товару, що рекламується.	Зменшення прибутків
Неякісне оформлення	Низька якість технічного оформлення готового рекламного повідомлення	Втрата іміджу та суттєве зниження рівня довіри до підприємства, зменшення прибутків

Отже, помилки в рекламному повідомленні часто суттєво впливають на ефективність рекламної кампанії в цілому. Платою за такого роду помилки можуть стати як і матеріальні збитки (втрата або зменшення прибутків), так і моральні (заплямований імідж підприємства, втрата довіри клієнтів та покупців).