

ПРАВИЛА ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМИ

студентка гр. МК-91 Шатова В.

Реклама – інформація, поширена будь-яким способом, в будь-якій формі і з використанням будь-яких засобів, адресована невизначеному колу осіб і спрямована на привернення уваги до об'єкта рекламування, формування або підтримка інтересу до нього і його просування на ринку.

Реклама – двигун торгівлі. В даний час відомо безліч рекламних рішень, починаючи з оголошень на стовпах і закінчуючи мультимедійним вірусним маркетингом. Природно для різних видів господарської діяльності підходять різні види рекламних рішень. Наприклад, рекламувати дорогі прикраси рекламою на асфальті ніхто не наважиться. Або ж дешеві послуги для населення, навпаки будуть до речі.

Найефективніша реклама на даний момент – реклама в Інтернет, але до цього ми прийдемо трохи пізніше, а поки узагальнимо теорію.

Аудиторія. Для ефективної рекламної кампанії необхідно вибрати якісну цільову аудиторію. Перш за все, потрібно розуміти, хто ваш потенційний клієнт, його вік, стать, район проживання, соціальний статус, чи забезпечений він матеріально або товар (послуга) призначений для широкого кола користувачів з низьким доходом. Виходячи, з отриманих даних можна переходити до наступного параметру.

Критерій місця. Визначивши середнього покупця можна прив'язати його до конкретного місця - того місця, де він може побачити ваше рекламне послання. Місце може бути будь-яким і ніяк не обмежуватися. Інтернет, вулиця, клуби, супермаркет, робота все що завгодно. Так само визначаючи місце, до нього можна додати контакти (e-mail, телефон для обдзвону, квартира для поштових розсилок), так як все це безпосередньо буде місцем зіткнення Вашого повідомлення з аудиторією.

Час так само є одним з найважливіших критеріїв успішної реклами. Необхідно вибрати найбільш підходящі моменти для передачі інформації. Часовий критерій може сприяти отриманню цільової аудиторії, тому безліч прикладів: наприклад при перегляді футболу рекламуються препарати для підвищення потенції, так як основною аудиторією будуть чоловіки середнього віку.

Властивості товару варто розглядати не як критерій, а як саме послання. Ентузіазм і креатив будуть як не до речі, на допомогу при підготовці товару і його позиціонування перед потенційним клієнтом. Тут існує безліч прийомів і прикладів, як товар (послугу) зробити помітніше, відокремити від безлічі подібних послуг і товарів ваші конкурентів.

Підійшли до основного питання, де розміщувати рекламу. Виходячи з вищесказаних параметрів за цільовою аудиторією, для товарів масового споживання доцільно розміщувати рекламу в засобах масової інформації (газети, телебачення, громадський транспорт, соціальні мережі). Що стосується соціальних мереж, на них хочеться звернути особливу увагу для просування бренду.

Товари призначені для вузької аудиторії ефективніше рекламувати через тематичні рекламні видання, досить ефективно розміщувати інформацію в Інтернет на спеціалізованих форумах, сайтах присвячених суміжної тематики.

Помилки реклами можуть бути пов'язані з невідповідними образами, слабкою креативною стратегією, невірним вибором носія реклами, або з усім відразу. Ось десять конкретних порад, як не допустити помилок і зробити рекламу успішною.

1. Забезпечуйте частоту. При сучасній насиченості рекламного простору, все більшого значення набуває не охоплення, а частота.
2. Дотримуйтесь сталості. У статистиці сприйняття реклами криється і ще один секрет – не можна змінювати рекламу часто.
3. Слідкуйте за єдністю стилю. Якщо ви впливаєте на аудиторію за допомогою декількох каналів комунікації, прослідкуйте, щоб усі повідомлення, які виходять від вашої фірми, були витримані в єдиному стилі.
4. Не використовуйте "доказів від протилежного".
5. Оцінюйте рекламу за результатами продажів.
6. Поміщайте назва бренду на головне місце.
7. Враховуйте специфіку носія. До цих пір можна зустріти зовнішню рекламу з величезною кількістю тексту, набраного дрібним шрифтом.
8. Менше говоріть про себе. Більше - про споживача.
9. Вказуйте ціну.
10. Тестуйте. Перш ніж запускати рекламу, потрібно перевірити її. Якщо є можливість провести фокус-групу, не обмежуйтеся звітом.

Дотримання цих правил не дає стовідсоткової гарантії успіху всього вашого бізнесу. Адже крім реклами є ще продукт, цінова політика, канали збуту і конкуренти Але дотримання цих правил гарантовано вбереже вас від помилок і допоможе зробити рекламу більш ефективною.

1. Разюча реклама. Як створити найкращу в світі друковану рекламу брендів у XXI столітті // Ейтчісон Дж. /2-е вид. - М.: Вільямс, 2007. - 512 с.

2. Реклама для «чайників» // Дав Г. / М.: Діалектика, 2006. - 288 с.

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Ілляшенко Н. С.