



Słowa-klucze do wykładu „W jaki sposób przekonywać niezdecydowanych?”

dr Edyta Pieniacka

Wrocław, dnia 24 kwietnia 2017 r.

Reklama - to płatna, bezosobowa, adresowana do masowego odbiorcy forma przekazywania informacji rynkowych.

Funkcje reklamy - 1. Informacyjna; 2. Perswazyjna (nakłaniająca); 3. Przypominająca; 4. Edukacyjna;

Reklama – może promować: 1. Nazwę firmy; 2. Wizerunek firmy; 3. Znak firmowy; 4. Produkt; 5. Usługę; 6. Ideę;

Budowa przekazu reklamowego:

Nagłówek- przyciąga uwagę odbiorcy i nakłania go do zapoznania się z treścią całego przekazu;

Treść zasadnicza- wywołuje zainteresowanie; przybiera formę krótkich, ale treściwych zdań; dostarcza odbiorcy więcej szczegółów;

Ilustracja- wskazuje na atrakcyjność produktu lub sposób jego wykorzystania - pobudza pragnienie posiadania produktu; postać pojedynczych zdjęć, rysunków lub ich kombinacji; bądź krótkiego filmu;

Slogan- wyraża główną myśl reklamy za pomocą niewielkiej liczby słów, których sens, dobór, brzmienie i rytm umożliwiają wywarcie dużego wrażenia i sprzyjają zapamiętaniu.