



SKRYPT DO WYKŁADU „REKLAMA A WYWIERANIE WPŁYWU”

[zajęcia EUD w Kielcach, dr Magdalena Rycerz-Fiuk]

REKLAMA — (z łac. reclamo, recla) informacja, komunikat nakłaniający do zakupu lub używania konkretnego produktu lub usługi, popierania określonych idei. To najskuteczniejsza promocja dla firmy lub produktu.

AIDA — anglojęzyczny termin używany w marketingu na określenie zestawu kolejnych reakcji klienta wobec produktu.

A — Attention (uwaga) — przyciągnięcie uwagi klienta do produktu

I — Interest (zainteresowanie) — zainteresowanie klienta właściwościami produktu

D — Desire (pożądanie) — przekonanie klienta, że produkt jest mu potrzebny i może zaspokoić jego potrzeby

A — Action (działanie) — właściwe przekonywanie klienta do zakupu tego właśnie produktu

Obecnie niektórzy dodają jeszcze jedną literę:

S — Satisfaction (satysfakcja) — usatysfakcjonowanie klienta, co spowoduje, że znowu wybierze ten sam produkt i poleci go innym

MARKETING — handel aktywny, wychodzący naprzeciw potrzebom klienta, próbujący odgadnąć skryte potrzeby klienta, usiłujący te potrzeby uświadamiać oraz pobudzać a nawet kreować i zaspokajać je.

PUBLIC RELATION — to budowanie relacji z różnymi ludźmi. To działalność, która polega na komunikowaniu się osoby czy firmy z otoczeniem, aby zbudować wizerunek, który pozwoli zrealizować zamierzone cele.