

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Reklama a wywieranie wpływu

W jaki sposób przekonywać niezdecydowanych?

dr Mirosława Malinowska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
15 października 2018

Organizatorzy



Pytania na dzisiejszy wieczór:

- Jak można wywierać wpływ na decyzje zakupowe ?
- Czym jest reklama?
- Jak działa reklama ?
- Jak buduje się skuteczny przekaz reklamowy?
- Jakie są style emisji przekazu?



Jak firmy wpływają na decyzje zakupowe...



- Jakość
- Cechy produktu
- Design
- Opakowanie
- Obsługa klienta
- Cena
- Dostępność
- Promocja
- Reklama
- Marka

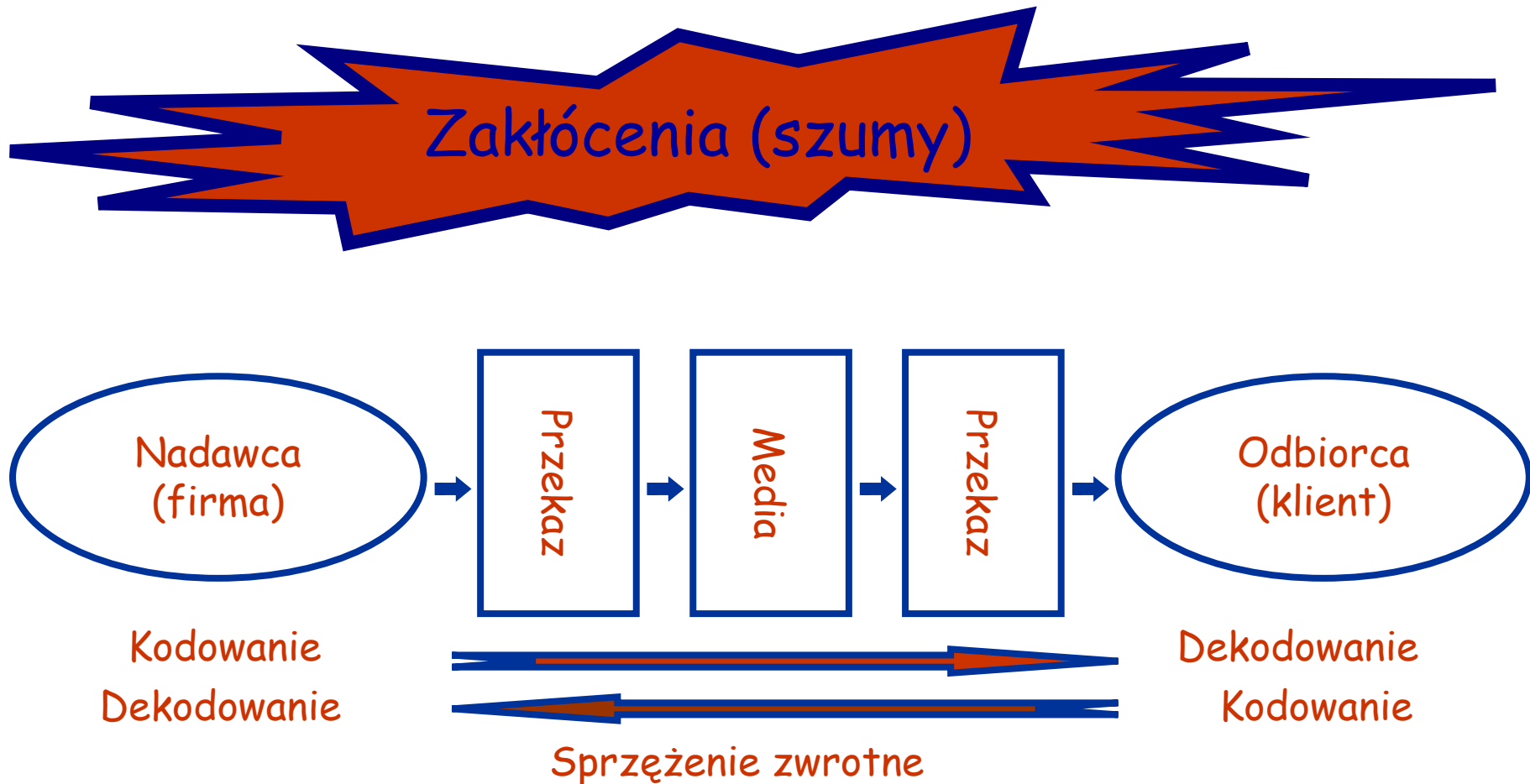
Reklama...

- Płatna
- Medialna
- Określony nadawca



- Informowanie
- Kreowanie postaw
- Wywoływanie zakupu

Reklama jako proces komunikacji...

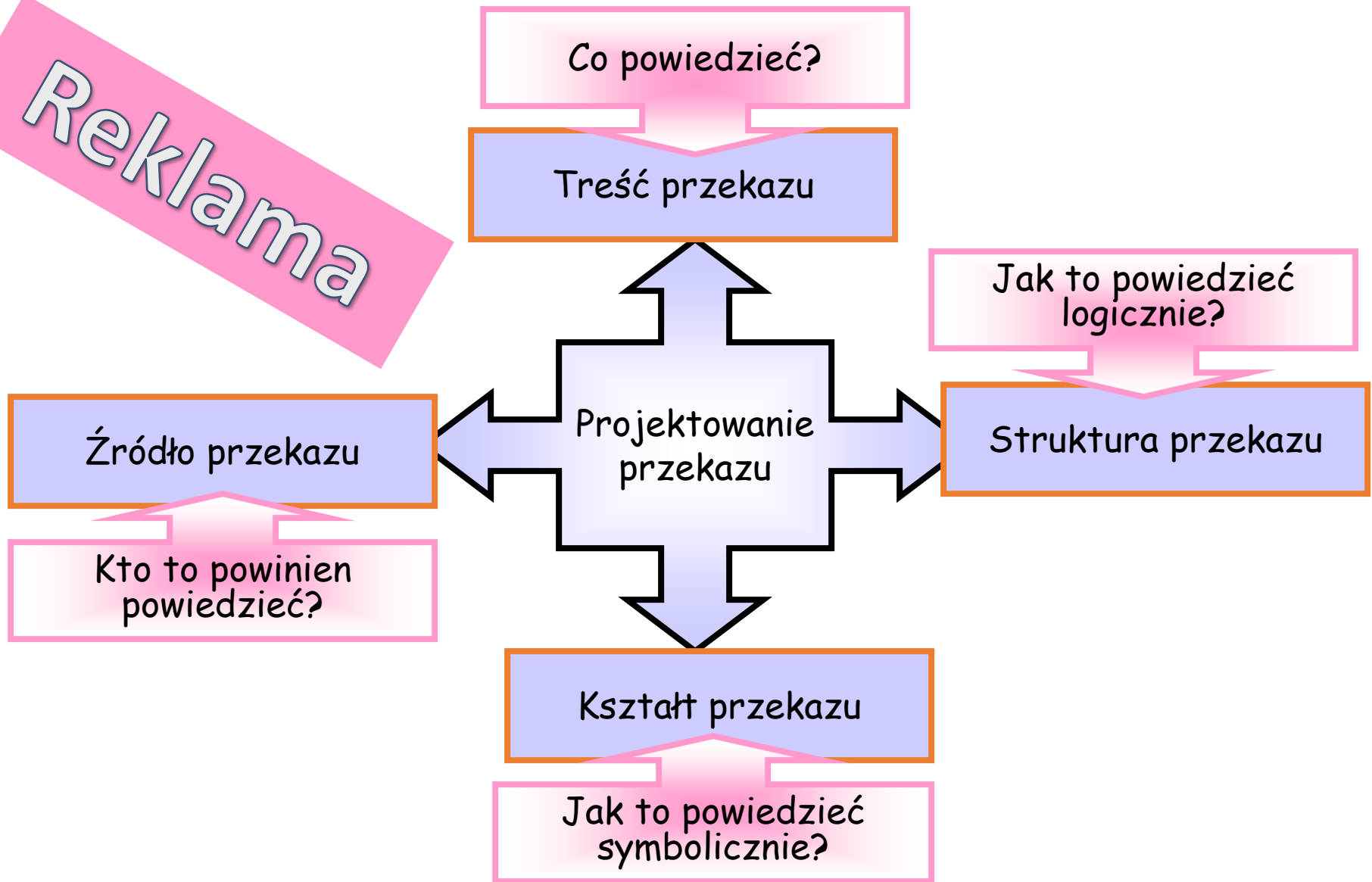


Przekaz reklamowy...



- Co chcesz reklamować?
- Jakie potrzeby zaspakaja Twój produkt/usługa?
- Jakich korzyści oczekują klienci?
- Jakie korzyści będą mieli klienci jeśli zdecydują się na Twój produkt?
- Oferuj korzyści a nie produkty
- Slogan reklamowy
- Elementy graficzne

Reklama



Style emisji przekazu reklamowego...



- Fragment z życia
- Styl życia
- Muzyka
- Symbol osobowy
- Ekspertyza techniczna
- Dowód naukowy
- Świadectwo uznania

Postrzeganie reklamy...

Odbiór reklamy

- umieszczenie przekazu w reklamowego w takich mediach, które są czytane/słuchane/oglądane przez potencjalnego klienta.
- zwrócenie uwagi na przekaz reklamowy

Reakcja odbiorcy

- zakup
- uświadomienie istnienia produktu
- poprawienie wyobrażenia o marce
- nabranie chęci do posiadania produktu

Zwrócenie uwagi na reklamę....

- intensywność bodźców
- niespotykane rozwiązania techniczne
- silny kontrast w stosunku do otaczających reklam
- ruch
- nagrody
- tematy zwiększające prawdopodobieństwo zwrócenia uwagi
 - zwierzęta
 - dzieci
 - samochody
 - katastrofy
 - rozrywka
 - znane osoby
 - moda
 - jedzenie
 - wróżby
 - humor
 - skandale
 - sport
 - wojny
 - śluby



Przekaz i AIDA...

- ? **Attention** - w jaki sposób zamierzasz przyciągnąć uwagę odbiorcy?
- ? **Interest** - W jaki sposób zamierzasz wzbudzić zainteresowanie produktem?
- ? **Desire** - Jak wzbudzisz pożądanie posiadania reklamowanego towaru? Dopasuj korzyści, które oferujesz do potrzeb i marzeń twojego odbiorcy.
- ? **Action** - Spowoduj działanie, przyspiesz decyzje nabywcy.

Warsztaty - tworzenie skutecznej reklamy...

Firma Matex postanowiła rozszerzyć zakres swojej działalności poprzez wprowadzanie na polski rynek znanych w krajach europejskich gotowych produktów typu „pie” (specjalny rodzaj ciasta z nadzieniem o różnych smakach, podawanego na ciepło lub zimno). Z analizy sytuacyjnej wynika, że na krajowym rynku wyrób ten z takimi produktami jak hamburgery, hot-dogi, pizza, gofry itp.

W ocenie ekspertów podstawową barierą wprowadzania tego produktu na polski rynek jest całkowita nieznamość tego typu produktów wśród konsumentów.

Zadania:

1. Kto byłby odbiorcą/adresatem reklamy takich produktów?
2. Jakie cele powinna zrealizować reklama, do czego powinna doprowadzić?
3. Co powinien zawierać przekaz reklamowy, jaką treść powinien komunikować, jakie elementy graficzne powinny się w nim znaleźć?
4. Jakie media powinny być wykorzystane w kampanii reklamowej?