

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Reklama a wywieranie wpływu

W jaki sposób przekonać niezdecydowanych?

Dr Aleksandra Kuźmińska-Haberła

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Data: 22.11.2021 r.

Organizatorzy



Ćwiczenie

Przypomnij sobie jaką ciekawą reklamę ostatnio widziałeś/łaś. Dlaczego była ciekawa? Co Ci się w niej podobało?

Marketing



- ✓ Rynkologia 😊
- ✓ to dostarczenie właściwego produktu, po właściwej cenie, we właściwym miejscu i czasie i przy użyciu właściwych środków promocji

Marketing-mix



- zbiór narzędzi marketingowych, które przedsiębiorstwo stosuje chcąc osiągnąć zamierzone cele na wybranym rynku działania
- narzędzia marketingowe (formuła „4P”):
 - ✓ Produkt (*Product*)
 - ✓ Cena (*Price*)
 - ✓ Dystrybucja (*Place*)
 - ✓ Promocja (*Promotion*)

Promocja



- oddziaływanie na nabywcę w celu skłonienia go do postępowania zgodnego z intencjami nadawcy



Reklama



- uważana za najważniejszy i najbardziej powszechny składnik promocji marketingowej
- reklama to wszelka płatna forma nieosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei przez określonego nadawcę

Media reklamy

- Telewizja
- Prasa
- Radio
- Kino
- Zewnętrzna
- Internet



AIDA



- termin używany w marketingu na określenie zestawu kolejnych reakcji klienta wobec produktu

- Litery AIDA oznaczają:

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 również:

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

6 M strategii reklamowej

- Mission (cele)
- Market (odbiorcy)
- Money (budżet)
- Message (przekaz)
- Media (kanały przekazu)

Dodatkowo

- Measurment (miara)

Funkcje reklamy

- Funkcja informacyjna
- Funkcja edukacyjna
- Funkcja przypominająca
- Funkcja perswazyjna



5 porcji zdrowia



**SZYBKE I ZDROWE
ŚNIADANIE?
TO PROSTE.**

SZKLANKA SOKU DO ŚNIADANIA
TO 1 z 5 PORCJI OWOCÓW,
WARZYW LUB SOKU.

PORANEK TO CZAS
NA 1 PORCJĘ ZDROWIA.

*Juana
Kozłowska*



Program sfinansowany ze środków Fundacji Promocji Owoców i Warzyw

Organizator: Stowarzyszenie Krajowa Unia Producentów Soków

KUPS
KRAJOWA UNIA
PRODUCENTÓW SOKÓW

Techniki perswazyjne



- bezpośrednie zwroty do odbiorcy
- słownictwo nakłaniające
- przymiotniki i przysłówki wartościujące
- oddziaływanie na emocje odbiorcy
- posługiwanie się niedopowiedzeniami
- przedstawianie korzyści
- porównywanie efektów działania produktów

Najdroższe reklamy świata



7. Ferrari
6. Honda
5. Pepsi z Britney Spears
4. Chrysler 200 z Eminemem
3. Norwich Union = AVIVA
2. Guinness
1. Chanel No 5

Fajne reklamy



- https://www.youtube.com/watch?v=_ve4M4UsJQo
- https://www.youtube.com/watch?v=0_bx8bnCoiU
- <https://www.youtube.com/watch?v=gAbjXN4MaUk>

Warsztaty



Przygotujcie reklamę rzeczy, którą
baaaarrddzozo chcielibyście dostać w
prezencie gwiazdkowym 😊