

Реклама по телевидению



Преимущества ТВ - рекламы

- визуальное и звуковое воздействие, движение вовлекает зрителя в демонстрируемое;
- мгновенность передачи, что позволяет контролировать момент получения обращения;
- возможность избирательно действовать на определенную аудиторию;
- огромная аудитория;
- имеет ни с чем не сравнимые возможности для создания незабываемых образов;
- сам факт присутствия вашей фирмы на телеэкране может создать впечатление, что она больше, солиднее и крепче, чем в действительности;
- телевидение может создать вокруг рекламируемых товаров и услуг атмосферу актуальности, успеха и праздника.

Недостатки ТВ - рекламы

- телереклама кратковременна и эпизодична. Если телевизионная реклама не угадала режим дня потенциального покупателя, то рекламные обращения в срок не попадут.
- краткость телевизионной рекламы не дает возможности детально описывать положительные качества товаров и не позволяет предложить слушателям весь ассортимент товаров.
- главная причина ограничения телевизионной рекламы высокая стоимость.
- ни один другой тип рекламы не требует столько мастерства, знаний и творческих способностей;

- Торговые фирмы используют рекламное время в телепередачах продолжительностью от 5 секунд до 1 минуты. Но этот недостаток можно обойти, составляя телепрограмму с рекламой на кооперативных началах с другими фирмами



Эффективность рекламы на ТВ

- Из многих способов определения эффективности телерекламы обратим внимание на два наиболее простых метода:
 - 1) интервьюирование населения района для выяснения, какие телепередачи были просмотрены за предыдущие 3-4 часа;
 - 2) телефонное интервьюирование жителей района во время передачи рекламы для определения названия передачи в момент телефонного звонка.



- На первом месте по популярности находится реклама "прямого типа". Это ролики, которые транслируются поочередно в ходе рекламной паузы между передачами и фильмами



HYUNDAI

HYUNDAI CONCEPT GENESIS

© Copyright Hyundai Motor UK Ltd. (01-09-1428000), reproduction free for editorial use only. Issued 03/07



- На втором месте рейтинга популярности стоит реклама в виде спонсорства. Этот вид рекламирования товара предполагает его показ в процессе телепередачи или шоу.



**СПОНСОР
ПОКАЗА**

- Следующий вид рекламы на ТВ - это пока не слишком распространенный в нашей стране *product placement*. Такая реклама подразумевает использование рекламируемых товаров в фильме или передаче.



- Следующий вид рекламы на ТВ - телевизионные заставки. Это изображение, которое появляется на экране на определенное время, оно абсолютно неподвижно и часто не сопровождается озвучкой.



- Любая реклама на телевидении по эффективности превосходит рекламу в иных средствах массовой информации. Кроме того, при просмотре качественной телерекламы потребитель на подсознательном уровне формирует для себя образ товара и чувствует себя участником современного рынка. Это психологический фактор, который заставляет покупателя реагировать на рекламируемый товар и отдавать предпочтение конкретному производителю.

**Здесь
могла быть
ваша**

