

# РЕКЛАМА

## ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ

### ПЛАН

1. Понятие рекламы.
2. Цели рекламы.
3. Задачи рекламы.
4. Функции рекламы.
5. Виды рекламы.

# 1. РЕКЛАМА. ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ.

- РЕКЛАМА (лат. *reclamare* – кричать, громко извещать)

Корни рекламы уходят в глубокую старину и связаны с тем, что ремесленникам (производителям) и торговцам требовалось сообщать людям о продаваемых ими товарах, об оказываемых услугах, а так же о предстоящих мероприятиях

# ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН N 38-ФЗ "О РЕКЛАМЕ" ОТ 13 МАРТА 2006 г.

**Реклама** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

## 2. ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ.

Концепция ступенчатого действия рекламы

# AIDA

- **Attention** – внимание
- **Interest** – интерес
- **Desire** – желание
- **Action** – действие
  
- **Confidence** – доверие

# ЦЕЛИ В ОБЛАСТИ СБЫТА, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

должны привести к осязаемому приросту объемов продаж или побудить потребителей к приобретению товаров или услуг:

- поддержка сбыта товара;
- формирование потребности в данном виде товара или услуги;
- побуждение к приобретению именно данного товара у данной фирмы;
- объявление о льготных сделках, распродажах, снижениях цен;
- сокращение сроков вывода на рынок нового товара или услуги;
- представление товара в новой упаковке.

# ЦЕЛИ В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИЙ

направленные на формирование имиджа предприятия, изменение потребительских привычек, что способствует росту уровня продаж в долгосрочном периоде:

- ознакомление потребителя с новым продуктом, новой маркой или новым предприятием;
- повышение уровня известности продукта;
- изменение имиджа в определенном направлении;
- поддержание верности продукту;
- улучшение мнения о предприятии и его продукции;
- выделение собственных товаров среди конкурентов (УТП).

# ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ СФОРМУЛИРОВАНЫ МАКСИМАЛЬНО КОНКРЕТНО.

цели рекламы бывают:

- краткосрочными
- среднесрочными
- долгосрочными

в зависимости от стратегии компании

Расплывчатая формулировка целей лишает руководителя возможности контролировать рекламную деятельность и оценивать ее результаты.

# 3. ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ

В зависимости от особенностей рекламного обращения различают рекламу:

- информативную
- убеждающую
- напоминающую

Каждый вид рекламы решает определенный блок задач

# ИНФОРМАТИВНАЯ РЕКЛАМА

преобладает на этапе выведения товара на рынок:

- рассказывает рынку о новинке или новых применениях существующего товара;
- информирует рынок об изменении цены;
- объясняет принцип действия товара;
- описывает оказываемые услуги;
- исправляет неправильные представления об организации или рассеивает опасения потребителей;
- формирует образа фирмы.

# УБЕЖДАЮЩАЯ РЕКЛАМА

приобретает особую значимость на этапе роста:

- формирует предпочтение к марке;
- поощряет переход на вашу марку;
- изменяет восприятие потребителем свойств рекламы;
- убеждает потребителя совершить покупку не откладывая.

# НАПОМИНАЮЩАЯ РЕКЛАМА

чрезвычайно важна на этапе зрелости:

- напоминает потребителям о том, что товар может им скоро понадобиться;
- напоминает потребителям, где можно купить товар;
- удерживает товар в памяти потребителей в период межсезонья;
- поддерживает осведомленность о товаре на высшем уровне.

## 4. ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ.

Реклама – это посредник между производителем, продавцом и покупателем.

Реклама отличается разнообразием форм и служит различным целям, оказывая большое влияние на экономику, идеологию, культуру, социальный климат, образование и многие другие аспекты действительности.

Однако главное, традиционное назначение рекламы – обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.

# ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ

- **Экономическая функция** – реклама формирует спрос и стимулирует сбыт, заставляя потребителей покупать товары и ускоряя процесс "купли-продажи", а в результате и оборачиваемость капитала.
- **Маркетинговая функция** - представляя собой самостоятельный инструмент рынка, имеющий свои особенности, реклама в то же время является частью системы маркетинговых коммуникаций.
- **Социальная функция** - реклама служит общественным нуждам, формирует потребности, стереотипы, идеологию. Распространяет социальные ценности. Стимулирует труд, усиливает мотивацию для достижения позитивных целей.

# ФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ

- **Познавательная функция** – реклама информирует о новой и улучшенной продукции, учит как пользоваться этими новинками.
- **Эстетическая функция** – реклама формирует представления о нормах и правилах поведения людей в различных ситуациях и, таким образом, выполняет задачу социализации, приобщения человека к общественной жизни.
- **Политическая функция** - в условиях расширяющейся демократии возрастает роль политической рекламы как средства борьбы за голоса избирателей.

# 5. ВИДЫ РЕКЛАМЫ.

В зависимости от **охватываемой** рекламной деятельностью **территории** выделяются:

- локальная реклама;
- региональная;
- общенациональная;
- международная.

По **с** **концентрированности** на **определенном сегменте** целевой аудитории выделяют:

- селективную (избирательную) рекламу;
- массовую рекламу.

# ВИДЫ РЕКЛАМЫ

**В зависимости от спонсора выделяют:**

- Рекламу от имени производителей и торговых посредников;
- Рекламу от частных лиц;
- Рекламу от имени правительства и общественных.

**В зависимости от предмета рекламы различают:**

- рекламу товара;
- рекламу услуги;
- рекламу предприятия.

**В зависимости от объекта рекламирования выделяют:**

- товарную рекламу
- имидж рекламу (престижную).

# ВИДЫ РЕКЛАМЫ

**По направленности различают:**

- рекламу возможностей фирмы;
- рекламу потребностей фирмы.

**В зависимости от характера и особенностей рекламного обращения различают:**

- информативную рекламу;
- убеждающую рекламу;
- напоминающую рекламу.

**По способу воздействия на целевую аудиторию реклама бывает:**

- рациональную;
- эмоциональную.

# ВИДЫ РЕКЛАМЫ

**В зависимости от средств распространения различают:**

- рекламу в прессе;
- прямую почтовую рекламу;
- печатную рекламу;
- наружную рекламу;
- аудиовизуальную рекламу;
- выставки и ярмарки;
- радио- и телерекламу;
- Компьютеризованную рекламу (Internet);
- рекламные сувениры.

# ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

## ПРОТОРЕКЛАМА

1. Реклама в Древнем Мире ( Древняя Греция, Древний Египет, Древнеримская Империя);
2. Реклама в Средние века (Раннее средневековье, Классическое средневековье, Позднее средневековье);
3. Становление рекламы в Западной Европе;
4. Становление рекламы в США;
5. Становление рекламы в России (дореволюционная реклама, реклама в СССР, современная реклама в России)

# ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

## РЕКЛАМНЫЙ ПРОЦЕСС

- Реклама и рекламный процесс;
- Основные участники рекламного процесса;
- Организация взаимоотношений участников рекламного процесса;
- Типы рекламных агентств;
- Структура рекламного агентства.