



Реклама

Сутність реклами

Реклама - це процес інформування населення про товар, знайомство з ним, переконання в необхідності його покупки.



"Реклама - це оповіщення різними способами для створення широкої популярності, залучення споживачів, глядачів

Реклама – це будь-яка платна форма неособистої пропозиції товарів і послуг від імені визначеного спонсора, з метою вплинути певним чином на аудиторію. За допомогою реклами формується визначене уявлення покупця про особливості товару чи послуги.



Оскільки термін "реклама" багатосторонній. Він може позначати й інформацію про продукт, і стимулювання його покупки (заклик: "Купуйте!"), і конкретний рекламний засіб (телевізійний ролик, плакат, буклет).



- Спонукаати потенційного покупця до придбання саме рекламованого товару;
- Стимулювати збут товару;
- Сприяти прискоренню товарообігу;
- Зробити даного споживача постійним покупцем товару;
- Формування в інших фірм образа надійного партнера;
- Нагадувати споживачу про фірму і її товари.



Закон України "Про рекламу" визначає, що реклама – це спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується у будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку[1].



Мета реклами

- 0 привернути увагу, викликати інтерес, передати споживачеві інформацію і змусити його діяти певним чином. Виробити товар ще недостатньо, важливо, щоб він знайшов свого споживача. Тому рекламне звернення має повідомити дещо важливе і цікаве для споживача, про щось виключне, особливе, чого нема в інших товарах. Звернення в рекламі повинно бути правдивим, доказовим і виголошеним доступно, вчасно, щоб покупець звернув увагу на рекламований товар (послугу) і придбав його.



У міжнародній практиці до реклами пред'являються наступні вимоги:

- 0 1. реклама не повинна містити тверджень чи наглядних зображень, які можуть образити суспільство чи окрему групу осіб
- 0 2. реклама має бути складена таким чином, щоб не обманути довір'я покупця використовуючи нестачу в нього досвіду або знань;
- 0 3. реклама не повинна в якості доказу посилатися на забобони, вона не повинна без достатньої причини грати на почутті страху;
- 0 4. реклама не повинна вводити споживача в оману у відношенні якості рекламованого товару, його ціни, супроводжуваних послуг, гарантійних умов;

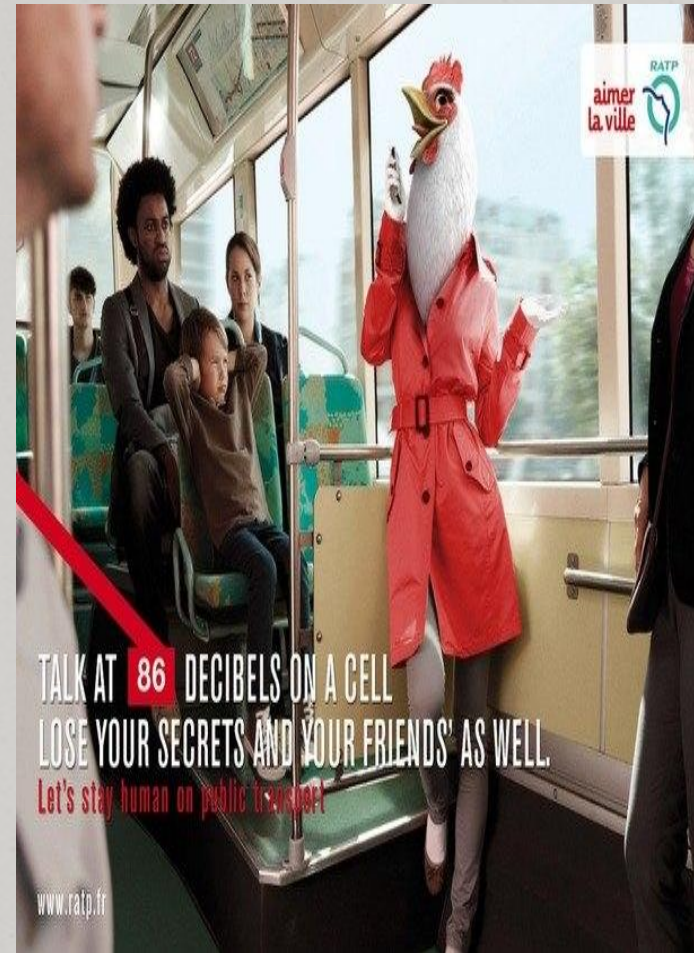


5. реклама не повинна містити неправдивих відомостей про інші підприємства, які можуть викликати до них чи їхніх товарів зневагу чи насмішку;

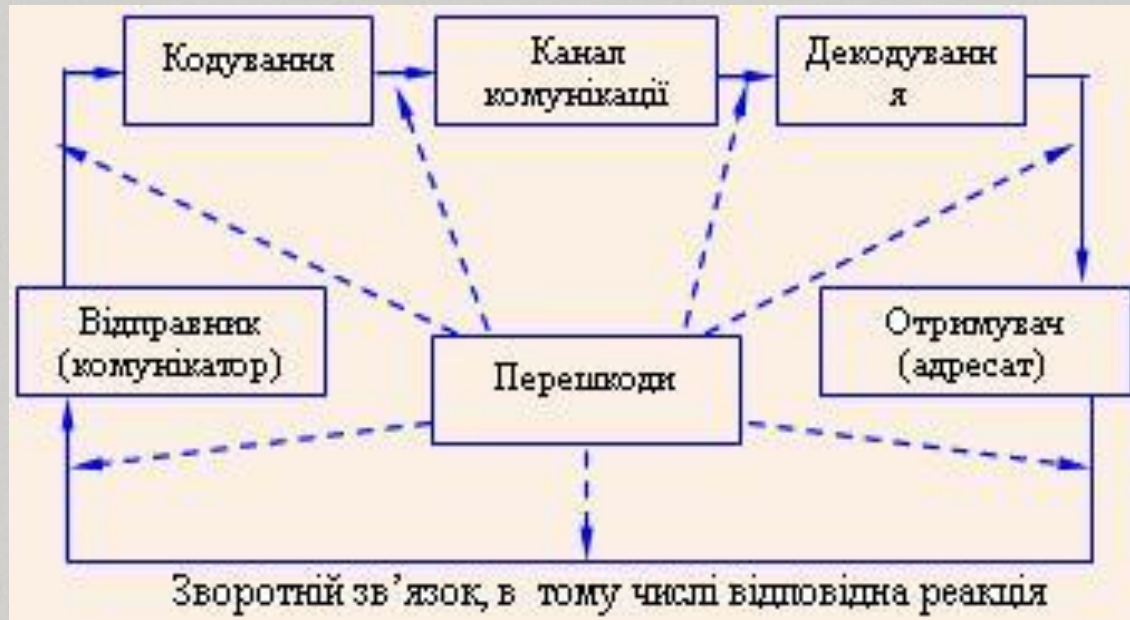
6. слід уникати будь-якого наслідування рекламним ілюстраціям, змісту та тексту реклами, які використовуються іншими рекламодавцями;

7. реклама не повинна містити таких зображень, де ігноруються загальноприйняті міри безпеки, що таким чином може заохочувати до халатності та недбалості;

8. реклама не повинна зловживати довір'ям людей, які страждають хворобами і не здатні в даний момент критично оцінити рекламу, що пропонує їм засоби для лікування чи виздоровлення.



На думку спеціалістів рекламу можна розглядати як форму комунікації, яка покликана перекласти якість товарів та послуг на мову потреб споживачів. Під рекламною комунікацією розуміється передача звернення від джерела інформації до її отримувача

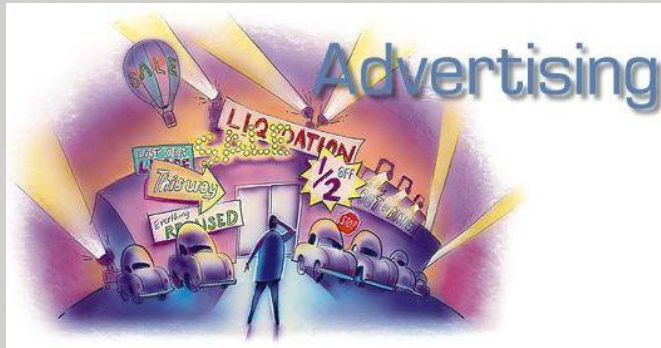


Види реклами



- **Інформативна реклама** використовується для інформування споживачів про нові продукти з метою створення первісного попиту.
- **Спонукальна реклама** використовується для створення в обраного сегмента споживачів попиту на якийсь продукт шляхом переконання споживачів, що рекламований продукт є найкращим з існуючих.
- **Порівняльна реклама** здійснює пряме чи непряме порівняння визначеної марки продукту з іншими марками.
- **Реклама-нагадування** нагадує споживачам про існуючі продукти.

Функції реклами:



- 0 - Інформаційна - припускає поширення в масовому масштабі інформації про товар чи послугу, їхній характер, місця продажу і т.п.;
- 0 - Економічна - стимулювання збуту товарів, а також вкладення інвестицій;
- 0 - Просвітницька - передбачає пропаганду різного роду нововведень;
- 0 - Соціальна - спрямована на формування суспільної свідомості, посилення комунікативних зв'язків у суспільстві і поліпшення умов існування;
- 0 - Естетична - націлена на формування смаку споживачів.

Дякую за увагу 😊

