



ОСНОВНОЙ ФУНКЦИОНАЛ РЕКЛАМИСТА.

Скрипник Яна 1115

РАБОТА РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА СОСТОИТ ИЗ НЕСКОЛЬКИХ ЭТАПОВ:

- Этап консультирования.
- Этап планирования;
- Этап создания рекламного продукта;
- Этап предварительного тестирования готового рекламного продукта;
- Этап размещения готового рекламного продукта в соответствии с медиапланом;
- Этап контроля и измерения эффективности рекламной кампании.

УТОЧНЕНИЕ

- На этапе консультирования и планирования нужно обратить особое внимание, ведь понимание желаний клиента и ориентированность на ТУ Самую целевую аудиторию, дает начало хорошей рекламной кампании.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ И РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ МОЖЕТ СТРОИТЬСЯ ПО ПРИНЦИПАМ:

- Рекламодатель полностью контролирует работу агентства, основываясь на собственном видении разработки рекламной кампании;
- Рекламодатель доверяет всю работу рекламному агентству;
- Рекламодатель и рекламное агентство работают совместно.

ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- Деятельность специалиста по рекламе заключается в следующем:
информирование потребителей о новой продукции, услугах;
- создание положительного имиджа как товара (услуги), так и его производителя;
- конечная цель рекламиста – стимулирование сбыта. (хотя цель не всегда однозначна, ведь никто не может ЗАСТАВИТЬ потребителя что-то купить, ведь он не дурак.)

ПРИМЕРЫ РАБОТ РЕКЛАМИСТОВ

- Выделим самые яркие работы , которые можно найти на сайтах РА:
- 1 будет BBDO, на счету которого сотни работ, наиболее яркими из которых, на мой взгляд, являются:



HUNGRY BOYS КОФЕ «ЧЕРНЫЙ»

- У рекламистов Была ЗАДАЧА
- По-новому представить привычный для общества продукт с помощью разрушения стереотипов о кофе как наркотике и о даркнете как площадке для продажи нелегальной продукции.
- Они запустили рекламную кампанию, нацеленную на переворот известного стереотипа о кофе. Накануне старта проекта во всех проходных заведениях и клубах города Москвы появилось более 1000 стикеров с доменным именем .onion и призывом заказать себе продукт. 24 октября мы запустили онлайн-магазин cherniyx23rmtfane.onion, доступный только через даркнет-браузер Tor. Дизайн сайта и процесс покупки кофе стилизован под площадки “темного” интернета. Приобрести кофе можно привычным для анонимных маркетплейсов способом — через биткоины или систему Qiwi — после чего на электронную почту пользователя приходит адрес места с “закладкой” приобретенного товара. В тот же день в 4:20 PM мы выпустили видеоролик-тизер, снятый в знакомых для аудитории “Черного” локациях.
- РЕЗУЛЬТАТ
- Рост продаж на 300%
PR Value – \$1 млн
Медиабюджет – 0\$
180 публикаций по всему миру на 10 языках
Первый в мире онлайн-магазин легального продукта в даркнете



СПАСИБО ЗА attention