

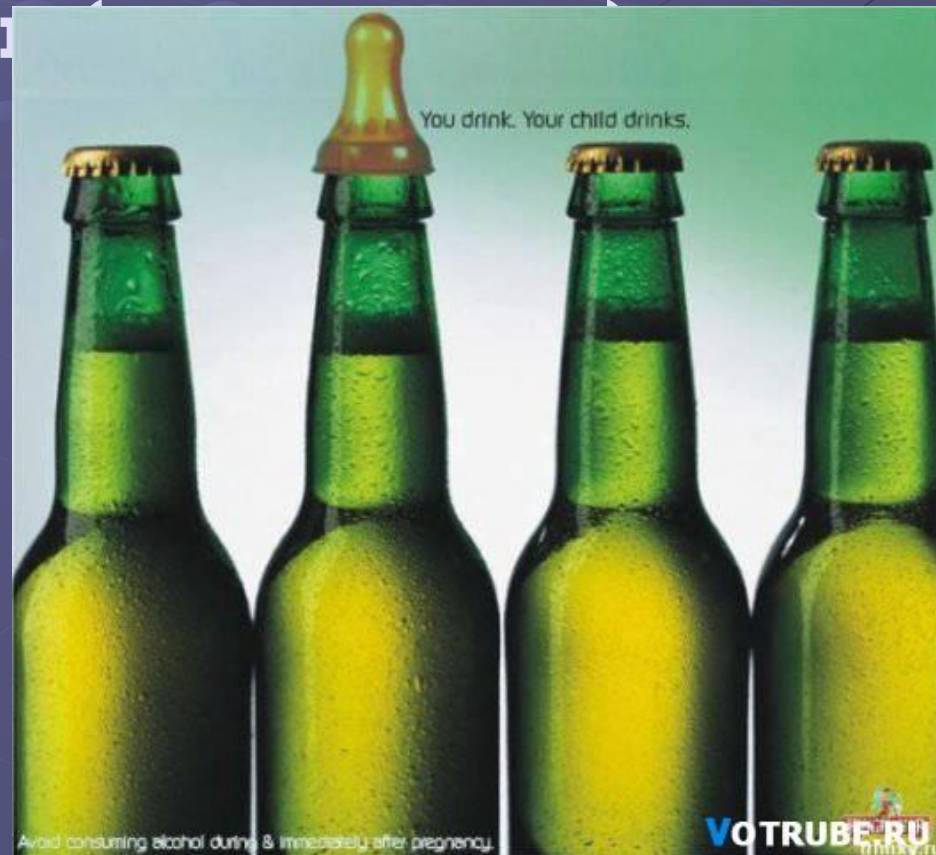
Маркетинговые коммуникации

Тема 3. Реклама. ВТЛ

Тема 4. Реклама. ВТЛ

Цель рекламы:

- Донесение информации от рекламодателя (отправителя) до целевой аудитории



Задачи рекламы:

- **Формирование у потребителей определенного уровня знаний об объекте рекламы**
- **Побуждение потребителя к выполнению каких либо действий**
- **Формирование устойчивого спроса потребителя к объекту рекламы**
- **Ускорение и регулирование товарооборота рекламодача**

Тема 4. Реклама. ВТЛ

Функции рекламы:

- Экономическая
- Просветительская
- Воспитательная
- Эстетическая



Факультет информационных технологий

"Учить не мыслям, а мыслить".
Иммануил Кант



Подготовка специалистов, востребованных на рынке труда

Тема 4. Реклама. ВТЛ

Виды рекламы в России – по объекту:

- Коммерческая реклама
- Социальная реклама
- Политическая реклама



Когда власть любви
превзойдет любовь к
власти, настанет мир на
Земле..

DEMOTIVATORS.RU



Виды рекламы – по финансовому признаку:

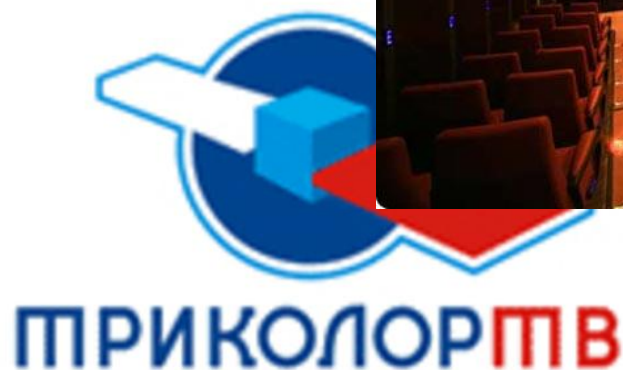
- **Пассивная – потребитель не участвует в распределении рекламного бюджета**
- **Активная – оплата за рекламные действия производится потенциальному потребителю**

Виды рекламы – по месту и способу размещения:

- **АТЛ** (от англ. *above-the-line* над чертой) — традиционный (классический) вид рекламы
- **ВТЛ** (от англ. *below-the-line* — под чертой) — комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающийся от традиционной рекламы АТЛ уровнем воздействия на потребителей в местах продаж в момент принятия решения о покупке

Тема 4. Реклама. ВТЛ АТЛ

- СМИ, полиграфическая продукция
- Телевидение, кинотеатр
- Наружная реклама
- Радио



РАДИО

Тема 4. Реклама. ВТЛ

АТЛ критерии выбора канала коммуникации

- Максимальный охват целевой аудитории
- Соответствие стоимости размещения рекламы и эффективности
- Соответствие характеру рекламной кампании



Тема 4. Реклама. BTL

BTL

- **Consumer events**
- **Consumer promotion**
- **Trade promotion**
- **Trade marketing**
- **Direct marketing**
- **Merchandising**
- **POSM**
- **Road-show**
- **Life placement**

BTL

- **Consumer events** (специальные события для покупателей), **Special events** (специальные события), **events marketing** (событий маркетинг) – комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговых марок с помощью ярких и запоминающихся событий.

BTL

- **Цели событийного маркетинга: формирование информационного повода для PR-кампании, способ взаимоотношений с целевыми группами (инвесторы, партнеры, клиенты), эффектное начало или завершение рекламной кампании.**

Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событийного маркетинга



Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событийного маркетинга



КОРПОРАТИВ!

Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событийного

- Роял-шоу



Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событийного маркетинга

- Корпоративные и дилерские конференции



ВТЛ. Инструменты событий маркетинга

- **Sponsoring**

Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событий маркетинга

- Участие в отраслевых выставках



Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событий маркетинга

- Нестандартные события для бренда



**О-о-о... О-о-о-о-о... О!
М-м-м-м-м... ДА... ДА!
ЕЩЕ... ЕЩЕ! О-о-о-о...**

Любовь не может ждать!

Теперь у Вас есть УПАКОВКА С ОГОНЬКОМ.
Несколько минут, и Вам снова будто двадцать.
И возлюбленная вновь порывисто обнимает
Вас в изнеможении от удовольствия.
И, глядя в ее глаза, Вы видите, как в них
отражаются огоньки Вашей любви.

Узнайте про УПАКОВКУ С ОГОНЬКОМ
в аптеке или позвонив на бесплатную горячую линию
по телефону **8 800 200 10 15** (для России)*, **(495) 727 10 10** (для Москвы)*
или на сайте www.na-senovale.ru



Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событий маркетинга

- Нестандартные события для бренда



Тема 4. Реклама. ВТЛ

ВТЛ. Инструменты событий маркетинга

- Нестандартные события для бренда



Тема 4. Реклама. BTL

BTL

- **Consumer events**
- **Consumer promotion**
- **Trade promotion**
- **Trade marketing**
- **Direct marketing**
- **Merchandising**
- **POSM**
- **Road-show**
- **Life placement**