

Дата: 20.03.2023

Група: 26

Предмет: «Комунікаційні та рекламні системи»

Тема № 2. Розробка, оформлення та презентація комунікаційних та рекламних концепцій

УРОК: 43

Тема: Визначення мети рекламної кампанії

Мета:

- Ознайомитись з плануванням, процесом розробки, оформлення та презентації комунікаційних та рекламних концепцій.

Вивчити значення та роль реклами та рекламних комунікацій, систем, їх планування та створення.

- Виховати зацікавленість та компетентність до обраної професії.

ХІД УРОКУ

Рекламна кампанія (розробка дизайну реклами) це:

Рекламная кампанія – це ваша головна зброя у війні за місце під сонцем для вашого бренду. Недостатньо просто створити бренд, розробити дизайн упаковки, назви і фірмового стилю, ще необхідно його подати цільовій аудиторії.

Рекламна кампанія призначена для інформування споживачів про компанію, її продукт або послугу, здатна привернути до них увагу та сформувати позитивний імідж в очах аудиторії. Якщо ваш бренд якісний, унікальний і «гідний королів» про це повинні знати не тільки ви і ваша компанія, про це необхідно повідомити всіх.

Рекламна кампанія, як маленька битва за увагу та визнання аудиторії. Вона допомагає продемонструвати унікальність вашого продукту, концепцію позиціонування, легенду бренду, конкурентні переваги товару.

Ефективність рекламної кампанії, порівняно з окремими рекламними заходами, доведена світовою практикою. Ефект від окремих рекламних заходів значно нижчий, а витрати значно більші, у зв'язку з цим зростає актуальність планування рекламних заходів в комплексі.

Рекламна кампанія це

Стратегія проведення ретельно спланованих рекламних заходів та організація подій для просування компанії або продукту на ринок – це рекламна кампанія.

Основна її мета – подання якісних рекламних повідомлень про продукт кінцевому споживачу за допомогою різних видів реклами і відповідних рекламних носіїв. Важливу роль відіграють зміст і форма подачі рекламних повідомлень, дизайн реклами, засоби поширення реклами, час виходу повідомлень, кількість публікацій і под.

Залежно від цільової аудиторії, охоплення, засобів реклами, цілей, розрізняють велику кількість видів рекламних кампаній.





Види рекламних кампаній

Відповідно до об'єкту рекламування, виділяють наступні види рекламних кампаній:

- **рекламна кампанія** для окремого товару, продукту. Такі кампанії доцільні тоді, коли планується запуск нового продукту або ж впали продажі існуючого товару і необхідно їх підняти.

- **іміджева кампанія** – рекламна стратегія для торгової марки в цілому, бренду або компанії-виробника.

В залежності від поставлених цілей:

- рекламна кампанія для успішного запуску нового продукту;
- для збільшення обсягів продажів компанії;
- кампанія для підтримки рівня збуту існуючого товару.

За охопленням рекламна кампанія може бути:

- міжнародного рівня;
- національного рівня;
- регіональна;
- локальна.

Залежно від цільової аудиторії:

- орієнтована на споживачів;
- розрахована на продавців і дилерів;
- спрямована на конкурентів.

За тривалістю дії виділяють такі рекламні кампанії:

- короткострокова (до 1 місяця);
- середньострокова (від 1 до 6 місяців);
- довгострокова (більше 6 місяців).

Для того, щоб розробити стратегію проведення рекламної кампанії, потрібно чимало попрацювати. Чим якіснішою буде реклама, тим меншої кількості публікацій і матеріальних коштів вона потребує для ефективного впливу на споживача.



Розробка рекламної кампанії: медіапланування

План рекламної кампанії складається з таких пунктів:

1. **Підготовка до рекламної кампанії.** На цьому етапі визначаються цілі рекламної кампанії та основні завдання. Для цього, впершу чергу, необхідно провести дослідження ринку і аналіз конкурентних компаній, сформувані основні характеристики цільової аудиторії та її потреби, визначити бюджет кампанії та строки її проведення.

2. **Розробка рекламної кампанії.** Визначення унікальної ідеї кампанії і формування стратегії її проведення. Вибір засобів реклами, медіапланування. Розробка дизайну реклами, виготовлення рекламних матеріалів, POS-матеріалів, написання рекламних текстів.

Це найважливіший і визначний для успіху етап, оскільки він включає головні процеси, такі як медіапланування і розробка дизайну реклами. Як, в який час, за допомогою яких засобів і в якому вигляді ви подасте рекламу масам, визначить успіх всієї рекламної кампанії.

Медіапланування складається з вибору медіаресурсів, розкладу показу рекламних матеріалів, оптимізації розміщення за охопленням аудиторії, вартості реклами та інших характеристик. Дизайн реклами і дизайн-концепція – основні засоби, за допомогою яких можна виробити стійкі асоціації у споживачів і відгук на рекламну кампанію, побудувати емоційний ряд і донести потрібну інформацію. **Дизайн реклами** – це наочне графічне уявлення ідеї рекламної кампанії, яке відображається в рекламних модулях преси і журналів, на виставкових стендах, дизайн зовнішньої реклами, POS-матеріалах та інших рекламних площинах.

3. **Проведення рекламної кампанії:** розміщення реклами, розповсюдження рекламних матеріалів, проведення рекламних заходів.

4. **Оцінка ефективності рекламної кампанії:** порівняння обраних методів впливу, медіаресурсів і складання рекомендацій на перспективу.

Поки ви самі про себе не заявите, про вас ніхто не дізнається! Проведення рекламної кампанії вам дозволить розкрити ідею вашого продукту, донести високий рівень, величч вашого бренду, надіти на нього царську корону в очах споживачів.



Основна мета рекламної кампанії:

- привернути увагу конкретно ваших споживачів;
- сформувані сприйняття вашої торгової марки, бренду, компанії, товарів або послуг компанії;
- закріпитися у свідомості споживачів, стати впізнаваними, залучити цільову аудиторію;
- сформувані та зміцнити довіру до бренду і лояльність споживачів.

Домашнє завдання:

- ✓ **Опрацювати самостійно матеріал.**
- ✓ **Виконати короткий конспект**
- ✓ **Фотографію конспекту надіслати викладачу mTanatko@ukr.net**