

ATL

Подготовила:
Смирнова Ирина
Специальность:
реклама 4 курс 10гр

Определение ATL:

- **ATL** (от англ. *above-the-line*) — традиционный (классический) вид рекламы — в прессе, на телевидении и радио, наружная и полиграфическая реклама. Целевыми аудиториями (ЦА) ATL-рекламы являются самые широкие (массовые) социальные группы населения. Широкий охват ATL-рекламы и высокий уровень ее воздействия на ЦА обуславливают высокую абсолютную стоимость этого вида рекламы. (источник: википедия)



Определение ATL:

- **Что такое ATL - прямая реклама**
- ATL - это прямая реклама в традиционных медиа. Затраты на ATL включают в себя все расходы, связанные с размещением рекламы в средствах массовой информации (СМИ), а также наружную рекламу.
- **Виды ATL**
- Выделяют пять составляющих в прямую рекламу ATL:
 - печатные СМИ;
 - телевидение;
 - радио;
 - реклама в кинотеатрах;
 - outdoor (наружная реклама);
 - indoor (реклама в местах продаж).
- Также некоторые специалисты включают в ATL и рекламу на автотранспорте и в Интернете.
- Источник: http://www.photoads.ru/advertising/opportunities_03.php

Виды ATL:



ATL-средствами являются:



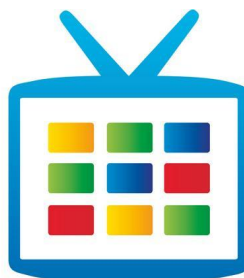
Печатная реклама – тиражирование данной рекламы осуществляется полиграфическими методами. Сюда можно отнести: рекламные модули, статьи, афиши, буклеты, каталоги, информационные листки, наклейки, информационные письма, плакаты, пресс-релизы, проспекты при условии, что они используются в периодике, на выставках, ярмарках, симпозиумах.



Реклама на телевидение:



- Телевизионная реклама имеет очень большое влияние на сознани позволяет за короткий промежуток времени охватить большой объем аудитории.
- Очень важный плюс – это возможность воздействовать на сознание зрителей, используя для этого изображение, движение и звук. Такой вид рекламы можно считать наиболее продуктивным, особенно если продукт новый, что дает возможность продемонстрировать все особенности и отличительные оригинальные черты. К тому же, в сравнении с другими СМИ, такой уровень рекламы наиболее запоминаемый.
- **Сегодня выделяют два основные формы телевизионной рекламы:**
- Прямая реклама на телевидении, когда размещение рекламного ролика происходит в рекламном блоке во время паузы, либо внутри программы или фильма.
- Спонсорская реклама на телевидении – популярный вид рекламы. Заказчик, которому требуется телевизионная реклама, берет на себя расходы по спонсированию программы или показа фильма. Это выгодно тем, что в программу показа входит и спонсорский ролик, объявление ведущего, либо аудио/видео интеграция. Эффективность этой рекламы в том, что она направлена на конкретную аудиторию.



Радио реклама:



- **Реклама на радио** имеет достаточно большую аудиторию, скорее всего даже больше чем мы можем себе даже представить. Это объясняется тем, что радио можно слушать везде: на работе, дома, в машине, на отдыхе и т.д. При этом прослушивание радио не влияет на нашу работу, являясь приятным фоном.
- **Реклама на радио имеет так же ряд своих преимуществ:**
 - широкий охват аудитории;
 - за счет голоса и музыка радио становится «живым» носителем рекламы;
 - правильно подобранная радиостанция не является раздражителем;
 - вызывает мгновенную реакцию, побуждающую к действию;
 - позволяет изготовить рекламный материал за максимально короткий срок;
 - имеет возможность ориентирования покупателей в товаре или услугах за очень короткий срок.



Наружная реклама:

- Наружная реклама – вид рекламы (рекламные щиты, постеры, вывески, растяжки, рекламные листовки, плакаты и тд) размещаемой на улицах и площадях, автобусных остановках и транспорте, в помещениях и на территории других организаций. Учитывая особенность данной рекламы (мгновенность информирования), важно чтобы наружная реклама была простой, яркой, четкой и плакатно-броской;



Waterworld

A film by Kevin Reynolds
Starring Kevin Costner Chaim Girafi Rick Aviles
R.D. Call Zitto Kazann Leonardo Cimino Zakes Mokao



Реклама в интернете:



- Реклама в интернете: вид рекламы, который предполагает размещение рекламных баннеров, блоков, ссылок на объявления. А т реклама в блогах – новое явление в Интернет-рекламе, подразумевае размещение рекламных текстов в популярных блогах. Интернет - свободная площадка позволяющая легко найти нужную целевую аудиторию. Минусами является то, что в настоящее время рекламные блоки, такие как баннеры стали игнорироваться пользователями, а также не все пользователи популярных Интернет-блогов согласятся на размещение у себя на странице текстов содержащих рекламную информацию.

Mercedes-Benz International

Mercedes-Benz

The new SLK in „Speed Date“.

> Back > More features Mercedes-Benz in your country/region

SPEED DATE

DISCOVER THE NEW SLK UP CLOSE IN AN INTERACTIVE ROAD MOVIE.

START >

Deutsch | Newsletter | Contact | Provider | Privacy Statement | Legal Notice

Please watch the Case first!

BAD WEATHER VACATION

1 During this time, I'll launch the "Bad Weather Vacation", the very first competition for bad weather, in a special mobile app.

2 The app tracks your position and your current weather conditions. You have to check in your weather conditions and the areas they are, the better you score.

3 In the Facebook app, you get an overview of the competition and of your friends' settings.

In the end, the person with the worst weather who has had holiday in the Dominican Republic. And this is what the German winner looks like now!

TUI.com

Реклама в кинотеатрах:



- В основе кинорекламы лежит оказание подсознательного воздействия на потребителя во время просмотра фильма, в котором в выгодном свете используется марка, продукт/услуга.



Немного о BTL:



- **BTL** (от англ. *below-the-line* — под чертой) — позволяет доносить рекламное сообщение или призыв к покупке непосредственно к индивидуальному потребителю, сообщение в этом случае носит максимально личностный и индивидуальный характер, место воздействия максимально приближается к месту продажи или к месту, где принимается решение о покупке.
- *По российской классификации BTL включает в себя:*
- стимулирование сбыта среди торговых посредников (trade promotion),
- стимулирование сбыта среди потребителей (consumer promotion),
- прямой маркетинг (direct marketing),
- специальные мероприятия (special events),
- партизанский маркетинг (guerrilla marketing),
- POS-материалы

Инструментарий ВТЛ:

Наиболее часто используемые методы работы:

- торговые конференции;
- промоакции;
- вирусный маркетинг;
- выставки и ярмарки;
- спонсорство;
- интернет-конференции;
- установление многоступенчатых программ по стимулированию сбыта;
- корпоративное мероприятие;
- внутриотраслевое мероприятие (B2B party);
- разработка программ лояльности;
- управление базами данных.
- (источник-википедия).

Таблица №1:

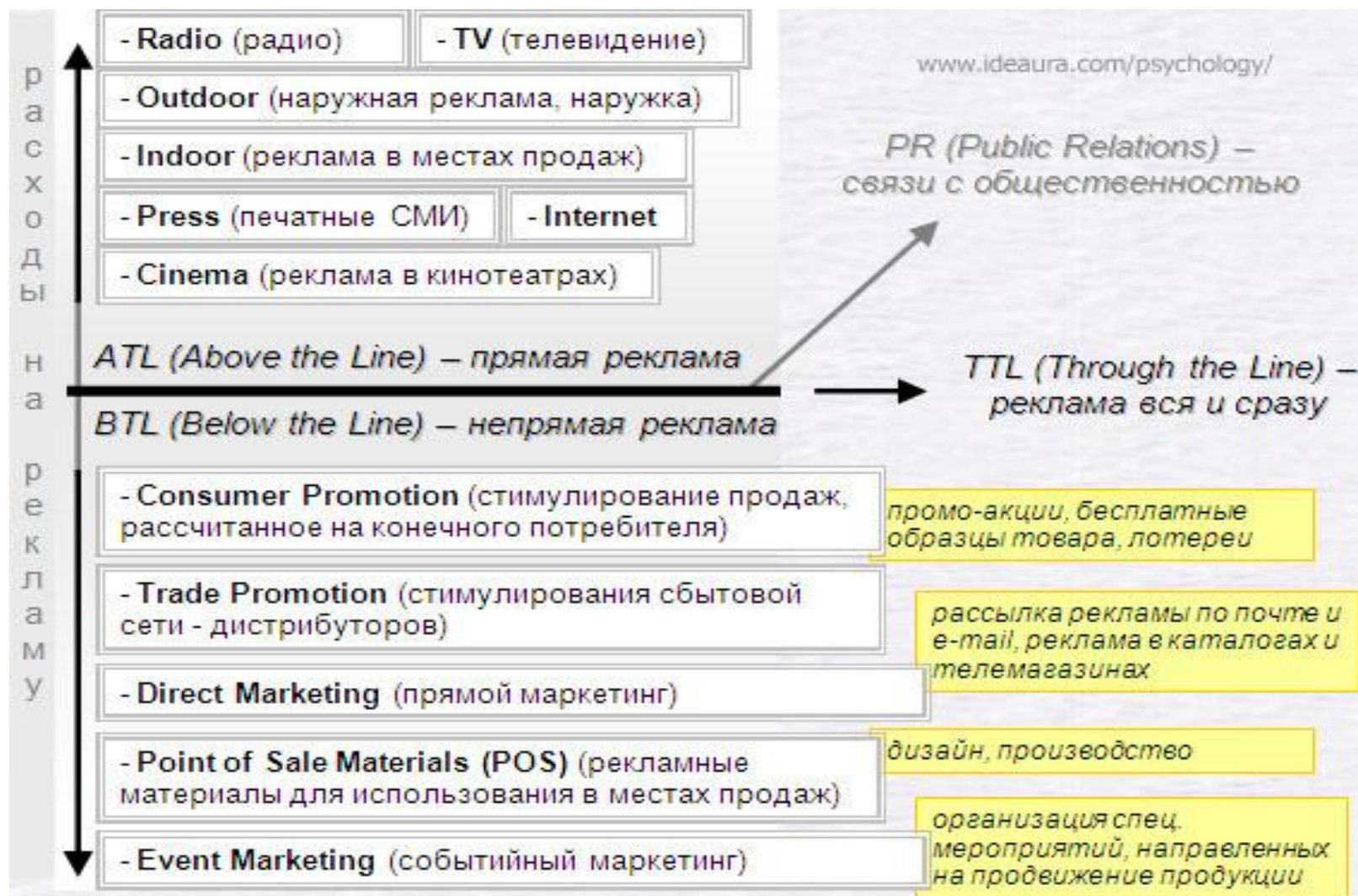


Таблица №2:



Спасибо за внимание!

