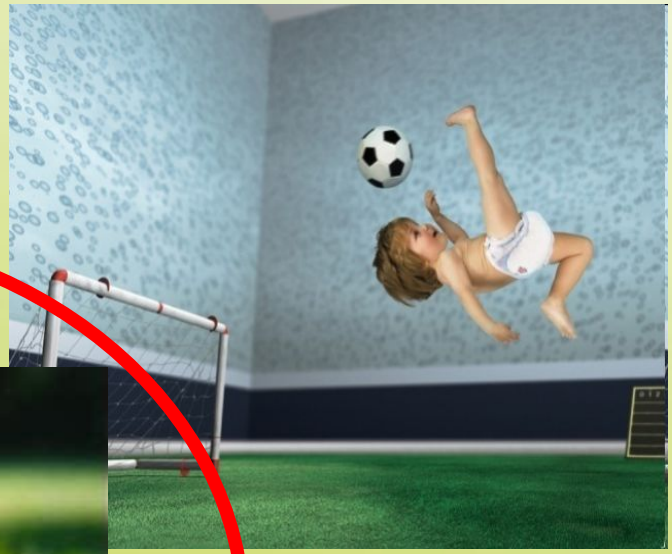
Образы животных в рекламе

Выполнила:
Зонь Карина
ФУ (Маркетинг)
5 курс, группа №7

В рекламной отрасли есть три общеизвестных козыря: секс, дети и животные. Считается, что использование любого из этих трех инструментов гарантированно дает положительный эффект. Однако в случае с братьями нашими меньшими главное - не переусердствовать.



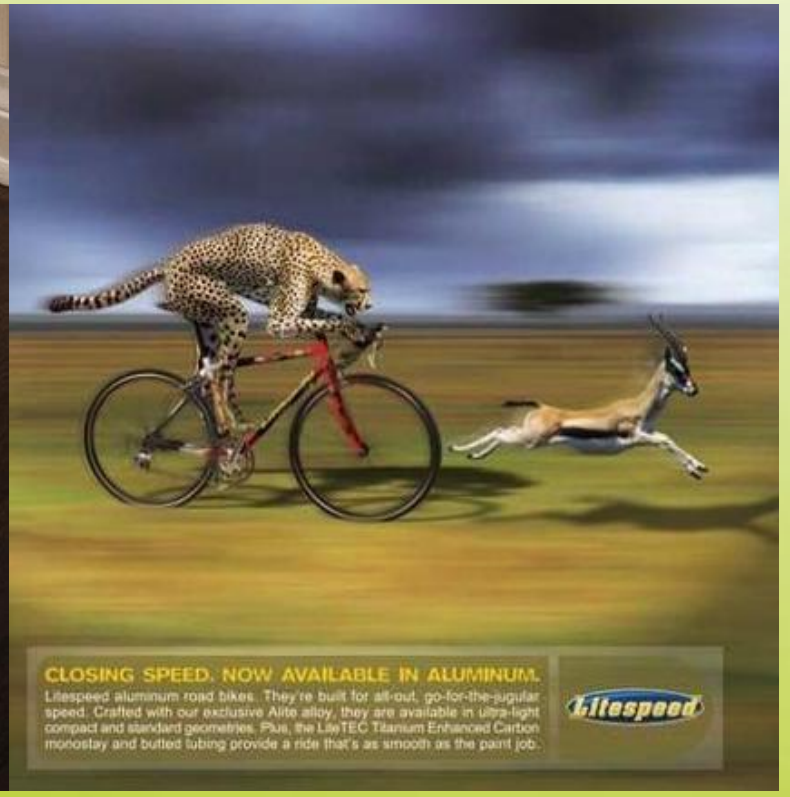
Группа №1

Животные как часть природы для иллюстрации натуральности происхождения продукта

Видеоролик №1

Группа №2

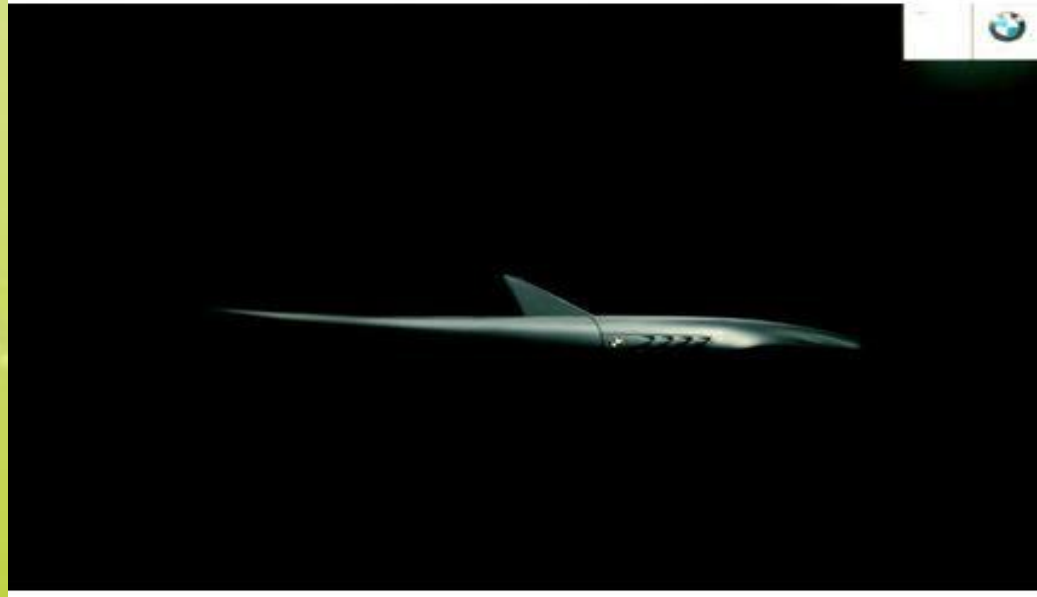
Животные как яркие образы, носители понятной эмоции (используется для активной, молодежной продукции)



Использование животных в рекламе абсолютно нормальный ход. Который бывает уместным, а бывает нет – как и все другое.

И если раньше использование животных было ограничено возможностями компании, физиологией животных, их стоимостью, сложностью съемки, то с развитием компьютерных технологий эти преграды практически снимаются и в дальнейшем мы все чаще будем встречать эти замечательные существа в рекламе.

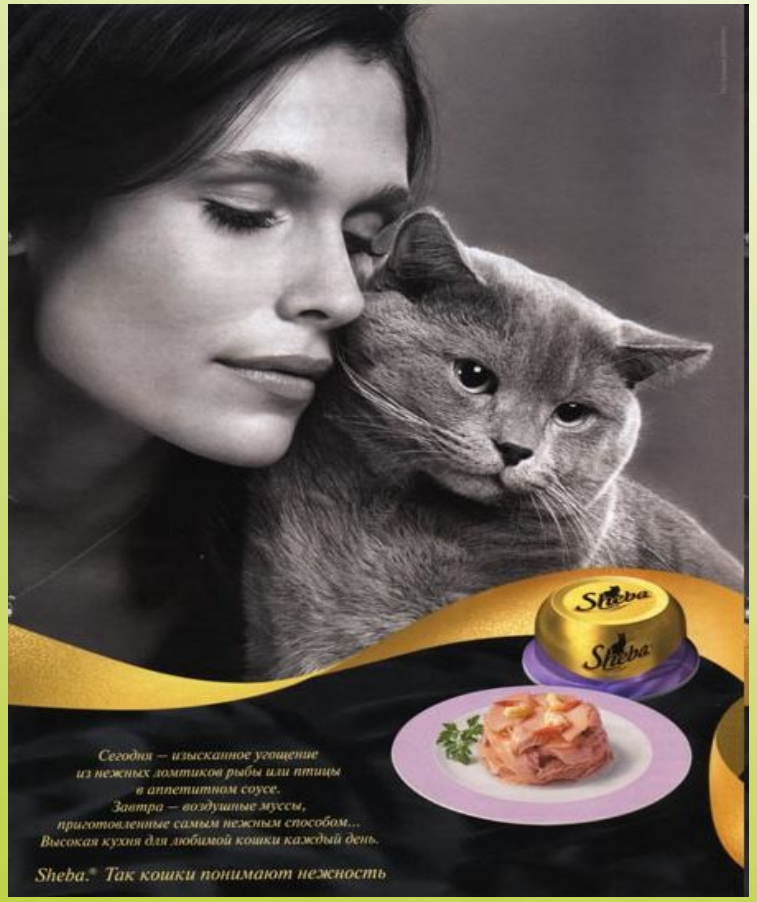
Использование образа животных тонко, полунамеком. Причем, часто это даже не сами животные, а их отражения в нашей жизни. Но как это красиво получается...



Видеоролик №2

Группа №3

Животные, «умиляющие аудиторию»



Видеоролик №3

Видеоролик №4

Группа №4

"Образ разных животных - это инструмент, который помогает быстро и точно передать те состояния, качества, характеристики, которые другим путем объяснялись бы долго и тяжело, - объясняет он. - Например, образ коровы обозначает медлительность, кошки - хитроумие, осла - глупость и т. д. Остановимся подробно на образах.

Видеоролик №5

Образы животных в рекламе (восприятие)

Составители рекламы могут апеллировать к каким-либо известным всем свойствам животных. Например, **бобер** (“Colgate лечебные травы») или, лучше, **белка** («Кедровый бальзам») рекламируют зубные пасты.

Петух – символ солнца, пробуждения, начала нового этапа развития, а также семейных вечных ценностей. Поэтому его образ отражает основную идею рекламного ролика печенья “Юбилейное”.

Змея – символ древней мудрости, поэтому уместен телевизионный рекламный ролик телевизоров “Shivaki” с изображением двух змей (““Shivaki” – шикарно”).

Заяц ассоциируется со стремительностью, в то же время он изобретателен и бдителен к любым изменениям ситуации. Поэтому именно ему доверили рекламировать батарейки «Duracell”.

Пчела символизирует творчество, организованность, богатство, усердие. В то же время она является идеальным мифологическим символом. Характерно использование пчел в телевизионной рекламе маргарина “Rama Vitality».

Еще одно животное, обладающее фиксированными культурными коннотациями – **это слон**. Он символизирует силу, мудрость, спокойствие, вечность, сострадание. Поэтому это идеальное животное для рекламы детского «Панадола», который заботливая слониха предлагает слоненку.

Тигр – это доблесть и в то же время свирепость и динамическое могущество. Поэтому горделиво ступающий тигр может действовать от фирмы «Гранд», продающей чай. И в то же время энергичный тигр, которого нефтекомпания «Эссо» предлагала автовладельцам «посадить в свой бензобак» – один из самых знаменитых рекламных слоганов.

Некоторые животные становятся постоянными символами какой-либо торговой марки. Среди подобных мифологических персонажей – **верблюд** Camel, **муравей** Volkswagen, кролик Minolta, **зебра** Chinzano, **бык** Maggi.

НЕОправданная жестокость

"Ford К прославился серией жестоких по отношению к животным роликов,- Конечно, цель любой рекламы - не оставить своих зрителей равнодушными, но использование для этого жестоких или неэтичных образов абсолютно неоправданно".

Зарубежные рекламисты уже поняли, что внимание потребителей привлекает не только жестокость, страх или "маркетинг ниже пояса". В роликах активно используются юмор и романтика. Ролики, в которых животные вызывают **смех или умиление** не только лучше запоминаются, но и вызывают большой поток вторичной рекламы и желание "переслать другу". Например «белые медведи» от Coca-Cola

Белые медведи компании «Coca-Cola» – одни из самых моих любимых рекламных персонажей-животных. Они были созданы исключительно силой воображения и стали одним из наиболее успешных символов компании. В образах этих медведей интересно то, что они со своей наивностью были в равной степени обращены и к детям, и к пожилым людям и укрепили образ прямоты и откровенности, ассоциирующийся у потребителей с кока-колой.

ВАЖНО!

Однако, несмотря на то, что история знает множество успешных рекламных кампаний с использованием животных, маркетологи предупреждают: самое главное - не сделать образ четвероногого друга слишком ярким. Животные, как и дети, всех переигрывают.

Во всем нужен **баланс и идея** ☺