

Реклама

ЦЕЛЬ УРОКА: РАССКАЗАТЬ О ТОМ, КАК СОЗДАЮТСЯ И ДОВОДЯТСЯ ДО
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМНЫЕ ОБРАЩЕНИЯ

Виды рекламы вряд ли поддаются какому-либо систематизированию, поскольку целей рекламирования может быть множество, как и способов рекламирования и место для размещения рекламы ограничены только законодательно, но никак не ограничены фантазиями рекламщика и целями заказчика на размещение рекламы. Тем не менее, рекламу различают:

- виды рекламы по месту и способу размещения;
- виды рекламы в зависимости от цели рекламы;
- виды рекламы по охвату
- по масштабности и затратности: ATL и BTL;
- по типам товаров и потребителям;
- по адресату (в зависимости от ее адресности);
- виды рекламы с позиции этики;

К



РЕКЛАМА

Виды рекламы по ее адресности:

прямая реклама

- непрямая реклама
- *Прямая реклама* – персональная личностная реклама; информация рекламного характера, которая передается непосредственно в прямом контакте, адресованная персонально. такая реклама, свою очередь, различается:
 - реклама по почте (direct mail);
- рекламные материалы, вручаемые лично, информационные письма;
- реклама по телефону;
- реклама «в каждую дверь» (коммивояжёрами, рекламными агентами);
- раздаваемые бесплатно рекламные газеты, листовки, сувениры;
- прямая реклама событийная;
- «из уст-в уста» («сарафанное радио»)
- семплинг и тестинг, как прямая реклама в местах продаж;
Непрямая реклама – массовая или групповая обезличенная реклама; распространение информации рекламного характера среди целевой аудитории, без непосредственного контакта с любым ее представителем;

Реклама в интернете

Google Яндекс

@mail.ru

YAHOO!

bing



Виды рекламы по охвату целевой аудитории:

- персональная реклама;
- групповая реклама;
- массовая реклама.

Массовая реклама – реклама ориентирована на массы, никак не определенные в группы или ориентированная на разные группы;

Групповая реклама – реклама ориентированная на группу людей, объединенных чем либо (реклама, ориентированная на целевую группу);

Персональная реклама – реклама в момент межличностной коммуникации;

В зависимости от цели выделяют следующие виды рекламы:

- информационная;
- увещательная;
- сравнительная;
- напоминающая.

Информационный вид рекламы – применяется для информирования потребителей о появлении на рынке новых товаров, услуг, идей. Преследуемая цель - выведение товара на рынок и поиск потенциальных потребителей.

Увещательный вид рекламы – формирование избирательного спроса. Применяется в случае, когда в условиях конкурентной борьбы предлагается товар, имеющий какие-либо преимущества перед другими товарами.

Сравнительный вид рекламы – проводятся основные характеристики рекламируемого товара в сопоставлении с аналогичными характеристиками товаров-конкурентов.

Напоминающий вид рекламы – рекламируется товар, который уже завоевал рынки сбыта, однако нуждается в напоминании покупателю о себе.



Виды рекламы по месту и способу размещения. Виды рекламы различают как по каналу её распространения, так и по её непосредственным источникам. По месту и способу размещения существуют следующие виды рекламы:

- реклама в средствах массовой информации;
- наружная реклама;
- реклама на транспорте;
- реклама на местах продаж;
- сувенирная реклама (сувенирка);
- печатная реклама (раздаточная полиграфия, раздатка);
- прямая персональная реклама (директ-реклама);
- реклама в интернете;
- событийная реклама (ивент-реклама)



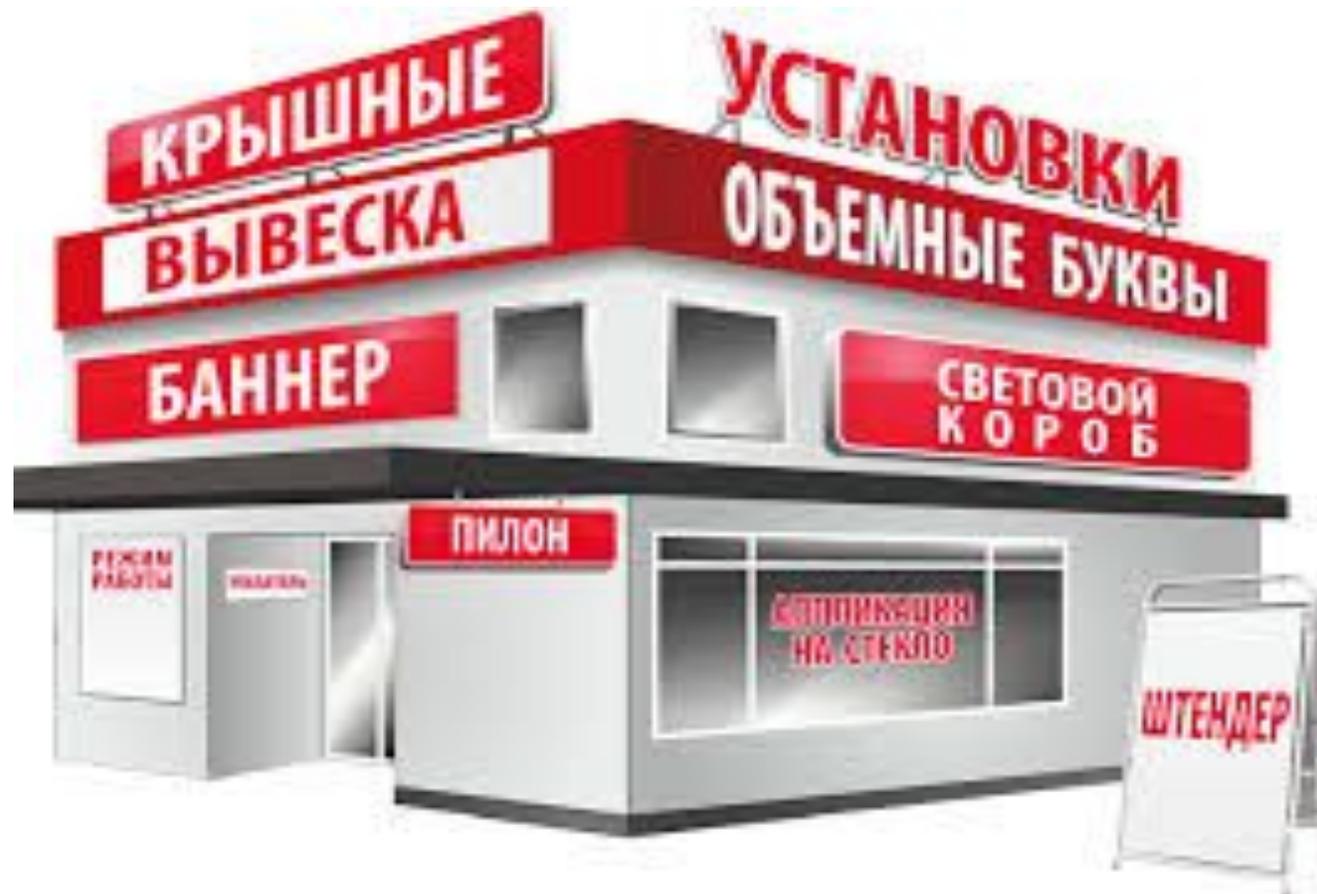
Реклама в средствах массовой информации:

- телевизионная реклама (специальные передачи, видеоролики, заставки, встроенная в сюжет);
- реклама на радио (ролики в рекламных блоках, рекламные передачи, реклама по ходу радиопередач);
- газеты информационные и рекламные (федеральные, местные муниципальные, профессиональные);
- реклама в журналах (специальные рекламные, отраслевые, экономические, и т.п.);
 - печатные издания с использованием магнитных записей, дисков CD, слайдов и т. п.);
 - аудио-книги;
 - онлайн-журналы;
- аудиовизуальные издания;
- отраслевые каталоги продукции;
- справочники: телефонные, отраслевые, бюллетени;



Наружная реклама

- по конструкции:
- плоскостная или объемная;
- не световая реклама и световая:
- электрифицированная;
- не электрифицированная реклама,
- Светодиодная
- газосветная;
- с фронтальной подсветкой и «бэклайт» (подсветка сзади или изнутри)





•по размещению:

- отдельно стоящая конструкция;
- размещаемая на объектах торговли;
- размещаемая на зданиях;
- на объектах городской инфраструктуры;

•по видам:

- щиты (билборды, сити-форматы, штендерная реклама, тривижены);
- пространственные конструкции (столбы и тумбы; штендеры);
- на объектах продажи (ламбрекены, витрины, вывески оклейка: окон, стен);
- на объектах городской инфраструктуры (пилоны, тролы; перетяжки, транспаранты брендмауэры, крышные установки);
- на объектах транспорта (басорама, оклейка бортов, реклама внутри транспортного средства);
- надписи в небе (воздушные шары, дирижабли);
- реклама на экранах (мультимедийные экраны, световые и неоновые установки);

- лайтбоксы и ситиформаты (рекламные конструкции с подсветкой);

- свободно стоящие витрины с товарами...



Реклама на транспорте:

- надписи на наружных поверхностях транспортных средств (крыши, борта, двери, будки, стекла);
- басорама (рекламная панель с подсветкой на крыше автобуса);
- печатные объявления, размещаемые в салонах транспортных средств;
- реклама на мониторах в транспорте;
- витрины с товарами на вокзалах, в аэропортах и в иных местах;
- реклама внутри транспортного средства.

Реклама на местах продаж:

- рекламное оформление торговых залов;
- витрины магазинов (наружные и внутренние);
- вывески, знаки, планшеты в торговом зале;
- витринные стикеры;
- напольные стикеры;
- дисплеи и ТВ-мониторы;
- упаковка с нанесенными названиями и товарными знаками рекламодателя: коробки, футляры, оберточная бумага, скотч и т.п.;
- манекены и бутафория;
- горки и стеллажи;
- фирменные ценники;
- wobлеры;
- реклама в прикассовой зоне;
- устная реклама через информационные системы ритейла;



Событийная реклама:

- реклама на выставках;
- проведение конференций, пресс-конференции;
- реклама в период фестивалей и праздников;
- реклама на презентациях, пресс-показах;
- реклама в шоу-показах;
- интерактивная реклама;
- MICE-реклама;
- проведение дегустаций;
- проведение встреч с покупателями;
- сенсационные зрелища, реклама на спортивных соревнованиях, концертах;

