

# Виды стратегий рекламного обращения

ХРОМЕНКО ЕКАТЕРИНА

401 ГРУППА

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ РЕКЛАМА

# Рационалистические

Родовая

Преимущества

УТП

Стратегия  
позиционирования

# Родовая

- ▶ утверждение торговой марки, о достоинствах товара, которые он несет, без прямого или косвенного сравнения с конкурентами.

**Время меняет все,  
кроме наших условий**

Домашний Интернет + Цифровое ТВ

**500** РУБ / МЕС ПРОСТО.  
ЧЕСТНО.

 **МТС** [dom.mts.ru](http://dom.mts.ru)

[WWW.MTS.RU](http://WWW.MTS.RU)

Действительно при одновременном заключении услуг «Домашний Интернет» и «Домашнее Цифровое ТВ» с 01.10.2015 по 31.09.2016 на условиях публичного плана «Бизнес». При переходе на другой публичный тарифный план специальная услуга больше не будет доступна. Подключение производится при наличии технической возможности. Организатор акции – ОАО «МТС». Подробности на сайте [mts.ru](http://mts.ru).

**до 20% НА ВСЁ ПОЛУЧАЙ!**

С КАРТОЙ  
ХОУМ КРЕДИТ-ЭЛЬДОРАДО



**ИКЕА 75**

**Спасибо  
за сказки  
на ночь**

ЛАМПА/ЛАМПАН  
настольная лампа  
**399.-**



Цены в рублях.  
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.

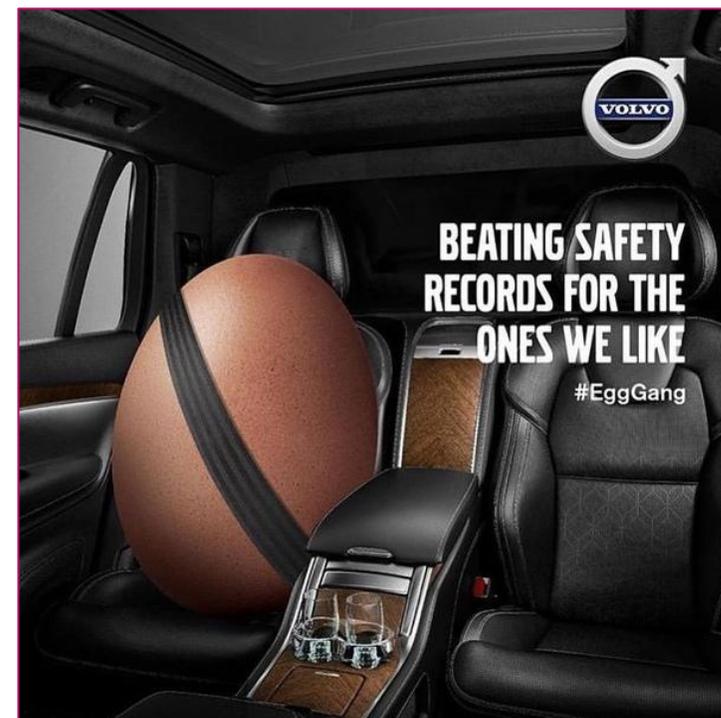
# Преимущества

- ▶ утверждение превосходства товара или торгового предложения фирмы над конкурентами.



# УТП

- ▶ уникальное торговое утверждение



# Стратегия позиционирования

- ▶ программа действий по завоеванию конкурентного преимущества на рыночном сегменте, которая разрабатывается в рамках проведения **позиционирования** товара.

КОФЕЙНЯ ФИКСИРОВАННЫХ ЦЕН

ВСЕ ПО  
**60**  
РУБ.



**cofix** fresh coffee.fixed price.

OYSTER PERPETUAL  
GMT-MASTER II



ROLEX  
ROLEX.COM

Спонсор  
1 января



1890  
Dzuduba - Borjomi  
**BORJOMI**  
Избавляет от лишнего

ბორჯომი

\*Боржом

# Проекционного типа

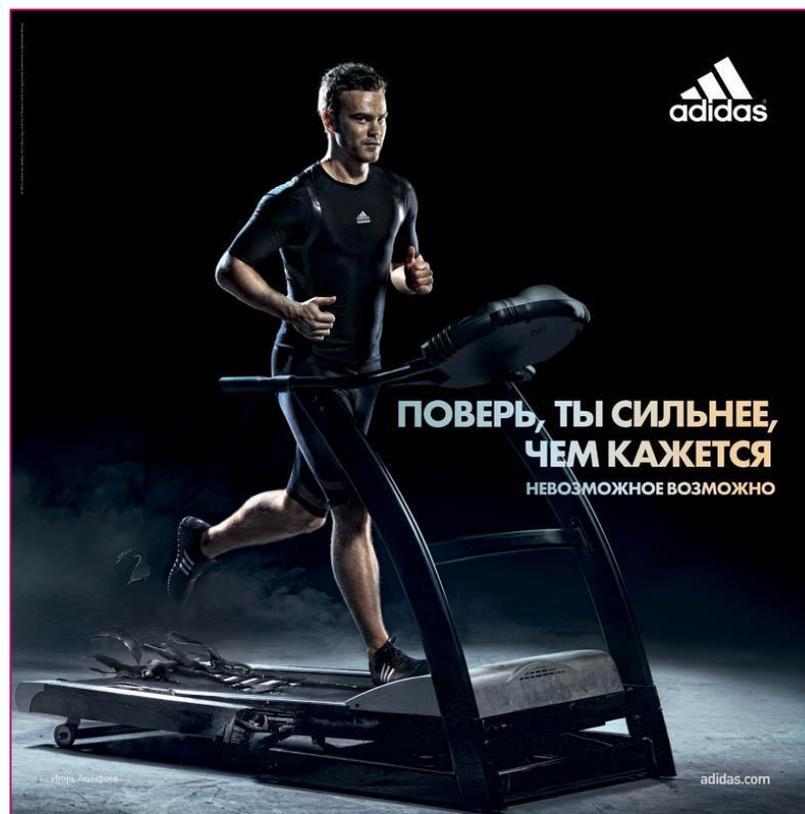
Имидж марки

Резонанс

Развлекательная

# ИМИДЖ МАРКИ

- ▶ образ в сознании потребителей, который отражает то, что они думают и чувствуют о товаре



# Резонанс

- ▶ Реклама, вызывающая у потребителей противоречивые чувства и эмоции, привлекающая их внимание к товару

