

An abstract graphic on the left side of the slide. It features a dark blue background with several large, flowing, wavy shapes in shades of blue, orange, pink, and purple. There are also several small circles in orange, blue, and red scattered throughout the composition. The overall style is modern and artistic.

Основи реклами

Що таке реклама?

1

Реклама — це потужний інструмент, що поширює інформацію з метою привернути увагу, сформувавши потреби та спонукати до купівлі чи здійснення певної дії. Вона є невід'ємною частиною сучасного суспільства.

2

Девід Огілві

Видатний "батько реклами" Девід Огілві наголошував: «Мета реклами — не розважати, а продавати товар.» Це підкреслює її прагматичний і цілеспрямований характер.

selling product



Головна мета реклами

- **Привабити споживачів:** Захопити увагу аудиторії, виділитися серед конкурентів.
- **Вплинути на їхні смаки:** Сформувати бажання, асоціації та уподобання, що відповідають пропонованому товару чи послугі.
- **Переконати купити:** Створити чітке раціональне або емоційне обґрунтування для здійснення покупки.

Реклама — це «двигун прогресу», що стимулює виробництво і збут.

Вона є каталізатором для інновацій та розвитку економіки, заохочуючи компанії вдосконалювати свої продукти та послуги.

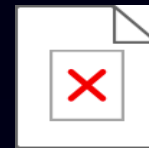


Види реклами



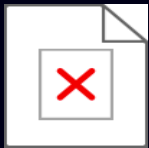
Комерційна

Націлена на просування товарів, послуг і брендів з метою отримання прибутку.



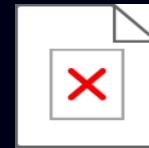
Соціальна

Спрямована на вирішення суспільних проблем, благодійність, зміну поведінки.



Політична

Має на меті підтримку політичних партій, кандидатів, ідей під час виборчих кампаній.



Приватні оголошення

Некомерційні повідомлення від приватних осіб про продаж, купівлю, обмін.

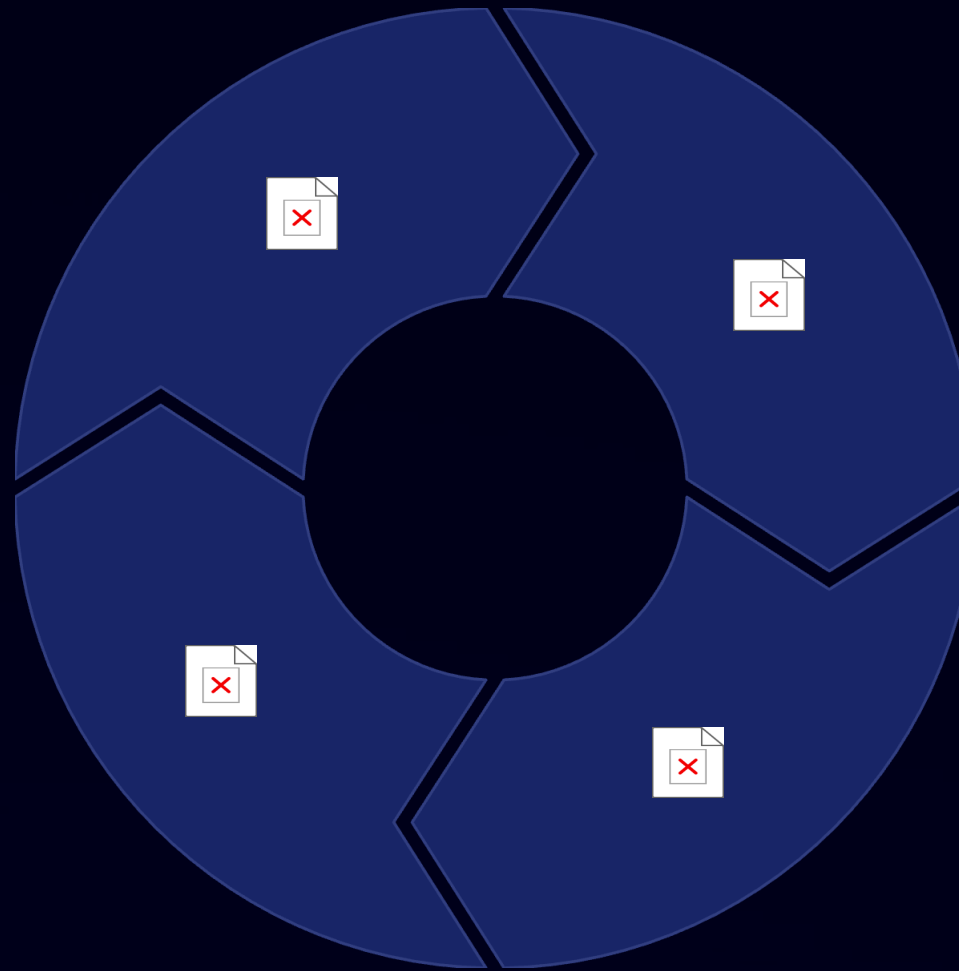
Функції реклами

Економічна

Стимулює збут, збільшує прибуток,
сприяє розвитку ринку.

Комунікативна

Забезпечує зворотний зв'язок між
виробником і споживачем, будує
діалог.



Освітня

Інформує споживачів про нові
товари, послуги та їхні переваги.

Психологічна

Впливає на емоції, формує потреби,
створює позитивне ставлення до
бренду.

Рекламні стратегії та ходи



Відомі особистості

Використання популярних акторів, спортсменів чи мультперсонажів для асоціації з брендом.



Метод «натовпу»

Створення відчуття, що "всі купують" даний товар, спонукаючи до дії за принципом соціального доказу.



Подарунки та лотереї

Залучення споживачів через бонуси, розіграші та ексклюзивні клуби за інтересами.



Повторення

Систематичне повторювання та нав'язування повідомлення для кращого запам'ятовування та впізнаваності.

Основні вимоги до реклами



Правдива та інформативна

Реклама має містити достовірну інформацію про продукт, без прихованих фактів чи перебільшень. Це будує довіру.

Переконлива та мотивуюча

Її мета — не лише інформувати, а й ефективно переконувати споживача у цінності продукту чи послуги.



Коротка та динамічна

У сучасному світі увага споживача обмежена. Реклама повинна бути лаконічною, чіткою та зрозумілою.

Зрозуміла та повторювана

Легкість для сприйняття та можливість повторення сприяють кращому запам'ятовуванню і стійкості рекламного образу.

Історія реклами: від глашатаїв до сучасних технологій

Стародавній світ

Перші рекламні оповіщення з'явилися в античності завдяки **глашатаям**, які оголошували новини та товари на площах.

XX століття

З'являються нові медіа: радіо, телебачення, зовнішні носії (білборди), що розширюють можливості реклами.

Кінець XIX століття

Чеський художник **Альфонс Муха** став
піонером модерну в рекламному плакаті,
створюючи витончені та художні
оголошення.

Сучасність

Ера інтернету, соціальних мереж та мобільних технологій докорінно змінила підходи до таргетингу та взаємодії зі споживачем.



Приклади сучасної реклами



Телевізійна реклама

Емоційний вплив і масовий оховат аудиторії через візуальні та звукові образи.



Інтернет-реклама

Таргетинг, персоналізація та інтерактивність для досягнення цільової аудиторії.

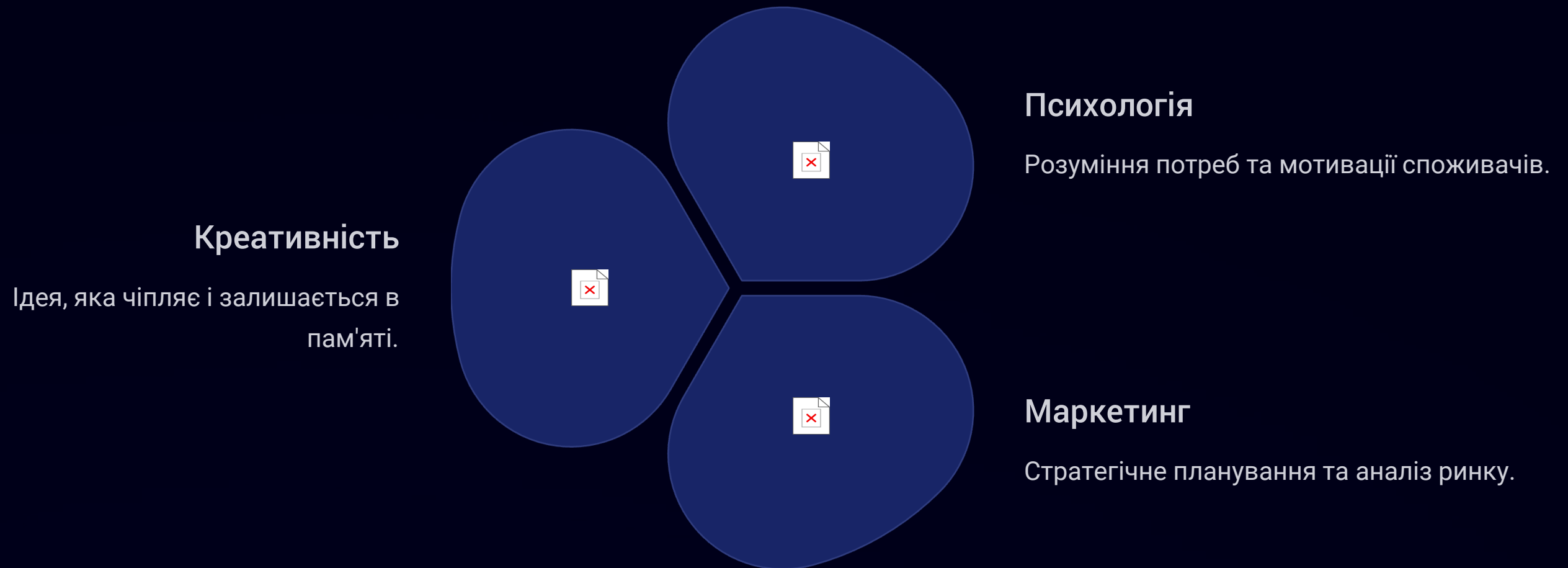


Зовнішня реклама

Білборди, банери, постери у міському просторі для широкого охоплення.

Висновок: Реклама — мистецтво впливу

Реклама — це не просто продаж товарів; це глибоке занурення в психологію, креативність та соціологію. Вона формує не лише попит, а й культуру споживання, наші цінності та навіть наше сприйняття світу.



Ваша задача як майбутніх фахівців — навчитися розуміти і створювати ефективні рекламні повідомлення, що поєднують ці елементи, щоб не лише продавати, а й позитивно впливати на суспільство.