

MM pro týden 11.1. – 17.1.2021

REKLAMA - něco ,před čím se neschováte - je to součást propagace

Minulý týden jsem posílala prezentaci „Internetová reklama“ , teď ještě přidávám některé pojmy, se kterými se v reklamě setkáte

Reklamní strategie

Při reklamě můžeme používat :

Slogany – používají se často a neustálým opakováním se dostávají do povědomí lidí a mohou pomoci profilovat produkt nebo firmu

Racionální působení – reklama přesvědčuje rozumovými argumenty, spoléhá na logiku

Emocionální působení – působí na city , využívá poznatků psychologie, podmanivá hudba, působivé scenerie

Pro reklamu vybíráme takový prostředek, který osloví potenciální zákazníky (tisk, rozhlas, televize, web)

Techniky komunikace – Guerilla marketing – stojí na nápadech a atraktivitě, využívá netradiční nosiče (držadla MHD, sochy, koše), VIRAL marketing – šíření komerčního sdělení mezi lidmi obvykle pomocí e-mailu, webových odkazů. BUZZ marketing – firma vytvoří téma, které vyvolá rozruch, důležité je načasování. EVENT marketing – je založen na pořádání sportovních a kulturních akcí s využitím zástupného zájmu účastníků

Digitální komunikační techniky: MOBIL marketing – akční nabídky, slevy, SMS soutěže, E- MAILING – reklamní sdělení, newsletter

Využití internetových vyhledávačů – sociální sítě –FACEBOOK, YUTUBE, INSTAGRAM

ÚKOL :

1/ Vzpomeňte si na reklamy, které jste v poslední době viděly děvčata. Vyberte dvě, které na vás nejvíce zapůsobily - a) čím na vás zapůsobily - b) zda působily více racionálně nebo emocionálně - c) zda na začátku reklamy byl zařazen vhodný podnět, který vzbudil pozornost - d) zda závěr reklamy obsahuje vhodný podnět

2/ Uveďte příklady : a) viral marketingu

b) buzz marketingu

c) event marketingu