

REKLAMA – Kryteria sukcesu



Transfer, adaptacja oraz wdrożenie innowacyjnych rozwiązań w zakresie rozwijania umiejętności uczniów szkół budowlanych w obszarze języka obcego ukierunkowanego zawodowo i kompetencji personalno-społecznych, w ramach sieci współpracy



Kampania reklamowa

Jest to zespół skoordynowanych i zorganizowanych działań reklamowych, wykorzystujących jeden lub szereg różnych, powiązanych ze sobą środków przekazu, które występują w określonej kolejności i w odpowiednio ustalonych terminach.

Działania te służą osiągnięciu ściśle określonych celów. Najbardziej ogólnym celem kampanii reklamowej jest wywarcie wpływu na decyzje i zachowania konsumentów na rynku.

Dlatego też często uważa się, że jednym z najważniejszych elementów kampanii reklamowej jest przyciągnięcie uwagi.



Cele reklamy

- Wzrost lub utrzymanie poziomu sprzedaży
- Wzrost lub utrzymanie udziału w rynku
- Wprowadzenie na rynek nowego produktu
- Zmiana wizerunku produktu
- Zwiększenie rozpoznawalności marki
- Zdobycie lub utrzymanie lojalności nabywców
- Zajęcie lub utrzymanie pożądanej pozycji na rynku



Skuteczna reklama

- **Korzystaj z doświadczeń innych.** Dobre pomysły możesz czerpać studiując reklamy produktów podobnych do twoich. Zgromadź cały dostępny materiał: reklamy prasowe, ulotki, reklamy internetowe, e-maile itp. Stwórz reklamę w oparciu o ten materiał, ale nie kopiuj tekstu słowo w słowo.
- **Ustal, jaki cel ma twoja reklama.** Może to być np. pozyskanie potencjalnych klientów, sprzedaż produktu, zwiększenie ruchu na stronie itp.
- **Sporządź listę zalet i korzyści, jakie można osiągnąć dzięki twojemu produktowi/usłudze.** Reklamę zacznij od najważniejszej korzyści. Umieść ją już w nagłówku reklamy lub zaraz w pierwszej linii tekstu.
- **Przedstawiaj korzyści w sposób konkretny.** Używaj dokładnych liczb, procentów, kolorów, zapachów, dźwięków, przymiotników opisowych itp.
- **Wyróżnij się na tle konkurencji.** Sporządź listę cech, którymi twój produkt różni się od produktów konkurencyjnych. W reklamie uwzględnij wszystko to, co sprawia, że twój produkt jest lepszy od konkurencyjnego.



Skuteczna reklama

- **Podkreślaj cechy swojego produktu.** Wykorzystaj grafikę, rysunki, zdjęcia ludzi, których potrzeby zostały zaspokojone przez twój produkt. Twoim celem jest wywołanie w odbiorcach emocji, impulsu, który nakłoni ich do kupna.
- **Określ docelową grupę odbiorców reklamy.** Ile mają lat, jakiej są płci, skąd pochodzą? Gdy już określisz profil potencjalnych klientów, zapisz na kartce argumenty, które mogą skłonić ich do kupna twojego produktu. Uwzględnij je w swojej reklamie.
- **Uwzględnij obiektywnie potwierdzone informacje.** Mogą to być wyniki ankiet konsumenckich, badania naukowe, statystyki, recenzje produktu itp.
- **Nie zapomnij o korzyściach „posprzedażowych”.** Poinformuj odbiorców reklamy o wsparciu, jakie uzyskają po zakupie produktu. Może ono polegać na darmowych konsultacjach, wsparciu technicznym, darmowym serwisie itp. Obsługa posprzedażowa może mieć ogromny wpływ na decyzję o zakupie.
- **Szukaj informacji wśród ludzi, którzy nie zdecydowali się na zakup twojego produktu.** Zapytaj, co skłoniło ich do podjęcia takiej decyzji. Da ci to nowe pomysły na to, jak zmodyfikować swoje reklamy, by przyniosły większy zysk.