

REKLAAMISTRATEEGIAD



Kersti Lepik

Reklaami eesmärk

- püüda tähelepanu;
- sihtrühma kaasa haarata;
- emotsioone tekitada;
- kaasa mõtlema panna;
- tekitada huvi reklaamitava brändi vastu;
- peamine ülesanne – reklaam edastab brändi ning selle väärtusi.

Võiks ju öelda, et

kui reklaami eesmärk on lihtsalt oma

- hinnaalandusest teada anda või
- hambapasta maha müüa,

siis kultuurile ei lisandu midagi,

aga kui eesmärk on ka

- inimest mõtlema panna ja
- teda inspireerida (ning seeläbi oma kaupa või ideed müüa),

siis saab ka kultuur oma väikese osa.

Kersti Lepik

Avalduslik

Mõni tähtis isik kuulutab, et ta on toodet kasutanud.

Kui tema seda juba teeb, siis järelikut on toode hea.

• ...

Massisümptom

Kasutatav mõiste viitab sellele, et kõik teevad seda või kasutavad seda.

Ostja ei taha jääda erandiks.

• ...

Tavalised inimesed

**Reklaam, mis näitab tavalist inimest
toodet soovitamas.**

Ostja samastab end selle inimesega.

• ...

Lõbutsemine

**Reklaam, mis kujutab inimesi lõbusalt
aega veetmas ja seda toodet kasutamas,
sisendab mõtet, et kui kasutate seda,
saate ka ise lõbutseda.**

• ...

Soovitu saavutamine

Reklaam, mis näitab, et inimesed on edukad kõikvõimalikes situatsioonides tänu sellele, et nad kasutavad toodet.

Ostja tunneb, et ka tema võib olla edukas.

• ...

Kersti Lepik

Valemäng

**Reklaam annab ühekülgset teavet
toote kohta.**

Rõhutatakse ainult kasulikke omadusi.

• ...

Statistika

Ostjale avaldab muljet statistika ja numbrid.

• ...

Ülekanne

Hea välimuse ja meeldiva suhtlemisega, seksikas hästiriidetatud mees või naine müüb toodet.

Ostja seostab toote selle müüja välimusega ning kujutab ette, et ka tema muutub toodet kasutades selliseks.

• ...

Huumor

**Inimesele jääb meelde reklaam,
mis neid naerma ajab.**

• ...

Orienteeritus tunnetele

**Pilte ja helisid kasutatakse selleks, et
meeled reageeriksid.**

Ostjale tundub, et tunneb toote maitset.

• ...

Säravad üldistused

Reklaam kasutab sõnu, nagu “parim”,
“suurepärane” jt.

Ostjat pommitatakse positiivsete
mõistetega.

• ...

Mure üldsuse heaolu pärast

Reklaam, mis kuulutab hoolitsust seoses
sotsiaalsete ja ökoloogiliste
probleemidega.

• ...

Faktid ja arvamus

**Avaldused, milles arvamus on pandud
kõlama faktidena.**



Lisaväärtus

Tüüpilised lastele suunatud tooted.

- Lays' krõpsud