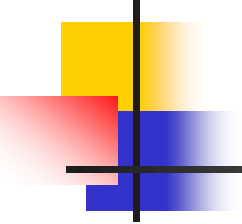




Marketing a reklama

PhDr. Tomáš Kupka
Gymnázium Česká Třebová
2019/2020

- 
-
- Instrukce ke studijní opoře
 - Studijní opora určena
 - k samostudiu v období **16. 4. – 23. 4. 2020**
 - jako podpora pro vypracování Podnikatelského plánu
 - jako informační zdroj pro přípravu na závěrečné písemné opakování



Reklama a psychika I.

Obecná definice

- Reklama
 - placená propagace výrobků a služeb
 - snaha o zvýšení prodeje (spotřeby zákazníků) – cíl: ZISK
 - informuje o:
 - nabídce
 - kvalitě
 - akcích spojených s prodejem
 - cílová skupina:
 - „staří“ zákazníci
 - noví zákazníci
 - zákazníci konkurence

Reklama a psychika I.

Obecná definice



Reklama „Svědce, který nás nutí kupovat věci, které nechceme nebo nepotřebujeme“

- komunikace mezi ZADAVATELEM a CÍLOVOU SKUPINOU
- komunikace s OBCHODNÍM ZÁMĚREM
- většinou nemá přemluvit spotřebitele, ale informovat, že to má k dispozici
- nezbytná a nutná součást tržního hospodářství

ÚKOL: informovat o produktu
oslovit nové zákazníky
prodat produkt

Reklama a psychika II.

Taktika reklamy

- zprávy zaměřené **RACIONÁLNĚ**
 - zákazník rozumem dojde k přesvědčení, že to potřebuje
 - použití čísel, odborné terminologie, důkazů, názorů odborníků...
- zprávy zaměřené **CITOVĚ**
 - zákazník má získat citový vztah k nabízené věci
 - použití podmanivé hudby, příjemného hlasu, fantazie...

může být i kombinace **obou** způsobů

Racionální důvody

- *400 g, 2 kg, 4 kg, 6 kg* Je prací prášek pro všechny druhy praček i na ruční praní. Je určen speciálně pro barevné prádlo s obsahem látek, které zaručí, že barvy oblečení zůstanou dlouho jako nové. Obsahuje změkčovač vody, který chrání vaši pračku před vodním kamenem.



Vazba na pocity, emoce

- Byla to zkouška trpělivosti.
Byla to zkouška víry.
Nyní se ti, kdo obstáli,
dočkají své odměny...

Je tu nový ****

Otevřete dveře a objevte
nový směr designu,
sportovního charakteru a
vzrušujících emocí.

Silnice patří jen vám.



- Třebaže se Altea freetrack cítí v drsném terénu jako doma, pořád si zachovává styl, sexy tvář a městský šarm. Přitažlivý, ladný design a množství praktických detailů potěší jak dobrodružnou, tak i praktickou stránku vaší osobnosti.

Reklama a psychika III.

Tvorba reklamy

- 7 nejdůležitějších faktorů:
 - OBRAZ
 - PÍSMO
 - ŘEČ
 - HUDEBNÍ PODKLAD
 - JEDNÁNÍ (příběh)
 - PŘEDMĚT
 - VÝHODNOST
- subfaktory:
 - styly
 - formát
 - tón
 - výběr slov



Vizualita v reklamě

- jasná informace vnímána jako první
- obraz
 - větší pozornost než text
 - zůstává lépe v paměti
 - silněji působí na emoce
- slova
 - nutná srozumitelnost
 - krátká, výstižná slova, krátké věty
 - písmo snadno čitelné, důležité zvýraznění písma
 - použití vhodných přívlastků (malý, sladký, levný, kvalitní...)

Příklady:

porovnejte prostý text a text s obrázkem

Intenzivní síla proti
skvrnám!

Nový

Palmex intensive

Intenzivní síla proti
skvrnám!



Příklady:

porovnejte prostý text a text s obrázkem

udělejte svému miláčkoví radost

pošlete ho na masáže

udělejte svému miláčkoví radost

objednejte mu jízdu na čtyřkolce

udělejte svému miláčkoví radost



udělejte svému miláčkoví radost



Barvy v reklamě

vznešenost, důstojnost, elegance (u atraktivního zboží)
jiné: smrt, pochybnost



čistota, mír, nevinnost, nedosažitelnost



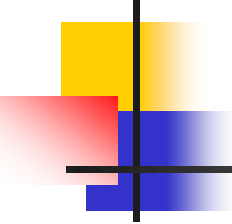


nerozhodnost, nedostatek energie, strach, vysoký věk, deprese, špína



nejklidnější barva, naděje, čerstvost, příroda, chlad



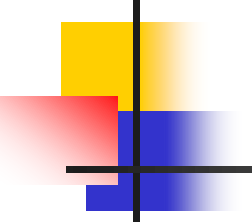


síla, život, energie, dynamika, vzrušení, žár, oheň, nebezpečí, šarm
přitahuje pozornost



hluboká, klid, uvolněná atmosféra, kvalita, krása, čistota





nejzářivější, nejoslnivější, teplo,
slunce, lesk, vitalita, nádhera



pocit pevnosti a užitku, zdravý život
(čím více tmavší, tím více vlastnosti černé)

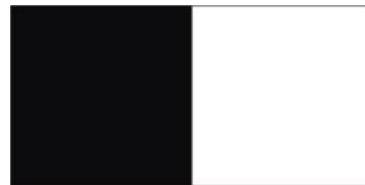
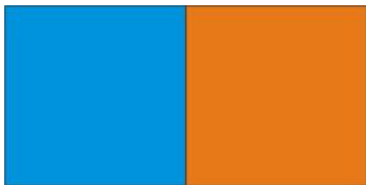
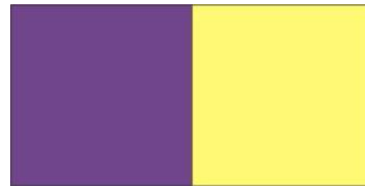
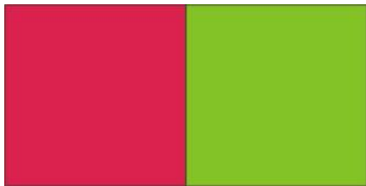


chlad, královský stav



Kontrasty

- Nejvýraznější:





Slova a symboly v reklamě

- osoby – Ford, Honda, Phillips...
- symboly – zvířata (orel, lev, liška)...., věci...
- význam – Kleenex, Pronto...
- délka – Czechia x Czech Republic
- první písmeno – R, K (údernost) – Rover, Rolex, Kodak...
- překlad slov – Montero, Nova
- slabikovatelnost – Adidas, Mercedes
- zkratky – FIAT, IBM



Metody reklamy

- dopis, poštovní leták – nízké náklady
- leták do schránek – nízké náklady
- plakát – nízké až střední náklady
- web – nízké až střední náklady
- inzerát v míst.t. – středně vysoké náklady
- spot v místním rádiu – vysoké náklady
- inzerát v celost.t. – vysoké náklady
- spot v rádiu a TV – vysoké náklady



MARKETING

- společenský manažerský proces, jehož prostřednictvím jednotlivci a skupiny uspokojují své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů
- snahou je vytvoření a udržení dlouhodobých vztahů s **cílovými zákazníky**, které umožňují firmám dosáhnout stanovených cílů



5 koncepcí marketingu

- **Výrobní koncepce** – spotřebitelé upřednostňují levné a široce dostupné produkty – efektivní výroba, distribuce a prodej za nízké ceny
- **Výrobová koncepce** – spotřebitel upřednostňuje kvalitní, výkonné, zajímavé a moderní výrobky
- **Prodejní koncepce** – zákazníci kupují výrobky na základě reklamy a různorodé podpory prodeje
- **Marketingová koncepce** – správně určit potřeby a přání zákazníků, cíleně a lépe než konkurence
- **Koncepce společenského marketingu** – uspokojit potřeby a přání zákazníků lépe než konkurence, s přihlédnutím k dlouhodobým zájmům spotřebitele a společnosti



Co v sobě zahrnuje marketing

- 1) výzkum trhu (najít „díru“ na trhu)
- 2) definice cílů (jak podnikat nejefektivněji)
- 3) produkt a cenová politika (různé výrobky v různých cenových hladinách)
- 4) podpora prodeje (ochutnávky, půjčení zdarma, dovážka do domu...)
- 5) REKLAMA (nejčastěji u nových produktů)
- 6) public relations (reklamní akce – přednášky, prezentace, oslovení zákazníků...)
- 7) kontrola (jak se přibližujeme k cíli, příp. změna strategie)



Marketingový mix

- skládá se ze všech aktivit, které firma vyvíjí, aby vzbudila po výrobku poptávku

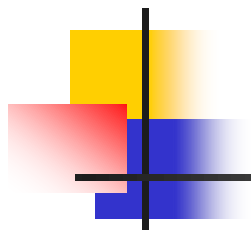
- je to soubor (mix) taktických marketingových nástrojů, např. koncepce 4P:
 - výrobek (product)
 - cena (price)
 - distribuce (place)
 - komunikace (promotion)

S pomocí těchto prvků firma upravuje nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu



Marketingový mix - vysvětlení

- Výrobní politika – sortiment, kvalita, design, značka
- Cenová politika – ceníky, slevy, náhrady, platební podmínky
- Distribuční politika – distribuční cesty, dostupnost distribuční sítě, prodejní sortiment
- Komunikační politika – reklama, osobní prodej, podpora prodeje, public relations



Konec prezentace