

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ АКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ СИБИРЬ-ЕВРОПА)

Гордеева С. С.,

научный руководитель старший преподаватель Говердовская А. В.

Сибирский федеральный университет

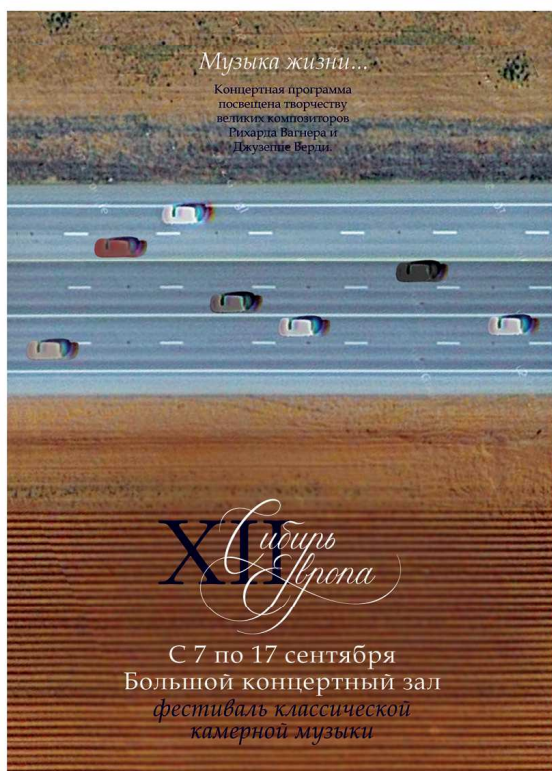
Рекламная акция — это специально организованное мероприятие, целью которого является повышение объема продаж. Целями рекламной акции могут быть и такие мотивы как утверждение позиций на рынке или привлечение внимания целевой аудитории. Такое мероприятие может осуществляться как отдельно, так и в рамках более крупных событий (например, рекламная акция на День города).

Одним из образных средств рекламы является метафора. Метафора – это скрытое сравнение, построенное на сходстве или контрасте явлений, в котором слова как будто отсутствуют, но подразумеваются. Метафоры в основном представляют собой визуальный образ. Слоган часто используется как «ключ» для понимания её смысла. Метафора в рекламе нацелена и на адекватное восприятие информации потенциальным потребителем.

В процессе проведения рекламной акции задействуют целый ряд инструментов продвижения:

Рекламный плакат — это один из самых распространенных и эффективных способов размещения информации и рекламы. Какой бы не была реклама, главная ее задача быть эффективной и привлекать к себе внимание. С помощью плаката, можно охватить большое количество целевой аудитории. Рекламные плакаты легко разместить в разрешенных для этого местах и так же легко сменить в случае, если информация устарела. Так же это дешевый способ рекламы.

В серии плакатов для фестиваля Сибирь – Европа была сделана попытка отойти от стандартных приемов (изображения инструментов, музыкантов) часто используемых в рекламе классической музыки, создать новый образ при помощи метафоры. В серии использован образ нотного листа, появляющийся по разному – в виде капелек росы, дороги, птиц на проводах. Эти образы были выбраны для того чтобы подчеркнуть разнообразие классической музыки – то громкой и внушительной, то гармоничной и умиротворяющей. Это подкреплено слоганом «Музыка жизни». Серия подчеркивается тем что нотный лист одинаково расположен в каждом плакате.



Серия рекламных плакатов для международного фестиваля классической камерной музыки Сибирь Баргата выполнена при помощи фотографии. В плакатах используется образ жгучих листьев, появляющихся в виде капель росы, точек на проводах или дороги. Это подкреплено слоганом музыка жизни.

Сибирский федеральный университет
ИНСТИТУТ АРХИТЕКТУРЫ И ДИЗАЙНА
 архитектурное проектирование
 графический дизайн
 проектирование в графическом дизайне,
 рекламная акция
 ГОРИЗЕВА СВЕТЛАНА, 2 курс, 1 семестр, 2015 г.
 ст. преподаватели: Зюмина Н.М.,
 Говердовская А.В.

Журналы — эффективные рекламные средства, помогающие легко и развернуто донести информацию до целевой аудитории. Большое количество читательской аудитории можно считать лояльной (любят и читают одно издание из номера в номер). По статистике 1 человек в месяц читает от 3 до 5 изданий. Соответственно, доверие к рекламе, размещённой в любимом издании, больше. Следовательно, для достижения эффекта требуется меньшее количество контактов целевой аудитории с рекламным объявлением, чем в других СМИ.



Листовки — неизменный атрибут рекламных акций: они распространяются на улицах, на выставках, сообщая о скидках, новом товаре или открытии магазина. Они обеспечивают хороший охват целевой аудитории и оперативность.

