



Reklama i jej oddziaływanie

Komunikowanie się Studium przypadku

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Reklama i jej oddziaływanie

Cel

Celem case study jest uświadomienie mechanizmów działania reklamy na konsumentów rynku.

Iwona zupełnie przypadkiem trafiła na ogłoszenie o castingu do reklamy telewizyjnej. Chciała tylko zobaczyć, jak przeprowadza się takie castingi, a tymczasem dostała główną rolę w reklamie. Dzięki temu dowie się, jakie chwytły wykorzystują twórcy reklam.

Wstęp

Iwona właśnie przeczytała ogłoszenie, jakie pojawiło się w lokalnej gazecie. „Telewizja TVC i agencja reklamowa Kryształek zapraszają na otwarty casting do roli w splocie reklamowym. Wymagania: ciekawa osobowość i piękny uśmiech”. Iwona nigdy nie brała udziału w żadnym castingu i nie ciągnęło jej do świata filmu ani telewizji. Ale teraz, trzymając w ręku ogłoszenie, pomyślała sobie: a czemu by nie? Akurat tego dnia nie miała zajęć na uczelni, więc postanowiła, że spróbuje swoich sił.

Otoczenie podmiotu

Reklama telewizyjna jest obecnie powszechną formą komunikacji masowej, mającą najszerze i najskuteczniejsze oddziaływanie na konsumenta. Telewizja oglądana jest codziennie przez miliony widzów, którzy jednocześnie często mimowolnie stają się odbiorcami reklam. Siłę reklamy telewizyjnej upatruje się w połączeniu obrazu z dźwiękiem, czyli w jednoczesnym oddziaływaniu na zmysł słuchu i wzroku. Obecnie twórcy spotów telewizyjnych mają prawie nieograniczone właściwości techniczne, które w połączeniu z kreatywnością i perswazją językową pozwalają zareklamować każdy produkt.

Problematyka

Iwona stała w długiej kolejce do budynku, w którym odbywał się casting. Rozglądając się dookoła, zauważyła, że większość osób miała mniej więcej tyle lat co ona. – Jak myślisz, długo to jeszcze potrwa? – zaczęła osobę stojącą obok. – Ja czekam już godzinę i myślę, że minie jeszcze jedna, zanim stanę przez kamerą – odezwał się ktoś z kolejki. – Przed kamerą? – zapytała ze zdziwieniem w głosie Iwona. – Przecież idziesz na casting do reklamy TV! – No tak... – zaczęła coś mówić Iwona, ale zanim dokończyła zdanie, niespodziewanie podszedł do niej pan z mikrofonem w ręku, który zaprosił ją do środka i zaprowadził do jednego z pokoi.

– Proszę się przedstawić do kamery i powiedzieć coś o sobie – usłyszała zaraz po wejściu do pokoju. – Dzień dobry! Nazywam się Iwona... Początkowy niepokój i zdenerwowanie towarzyszące Iwonie szybko przerodziły się w wyjątkowy spokój i pewność siebie. Po nagraniu zrobiono jej jeszcze kilka zdjęć twarzy oraz sylwetki i kazano czekać na telefon. I rzeczywiście już po czterech dniach dostała informację, że to właśnie ona zagra główną rolę w reklamie. Dziewczyna nie mogła uwierzyć, że pokonała tak wielu kandydatów. Pod koniec tygodnia zaproszono ją na spotkanie z producentami w celu omówienia szczegółów. – Reklama będzie nagrywana w taki sposób, by była jak najbardziej realistyczna – zaczął pan producent. Pani zagra młodą lekarkę, dentystkę. Na ekranie umieścimy napis: Iwona Wiśniewska – specjalista stomatologii, laureatka Ogólnopolskiego Plebiscytu Medycznego 2012. Niech się pani nie zdziwi, gdy ktoś będzie panią zaczepiał na ulicy, myśląc, że naprawdę jest pani dentystką. To się często zdarza przy tego typu reklamach.



Reklama i jej oddziaływanie

– Ale tak nie można – zaczęła Iwona. – Ludzie będą mi zarzucać, że ich okłamuję. Pan producent patrzył na dziewczynę z niedowierzaniem. – To pani jeszcze nie wie, że reklama kłamie?

Czy wiesz, że pierwszą reklamę telewizyjną nadano 1 lipca 1941 r. w Stanach Zjednoczonych tuż przed transmisją meczu baseballowego. Właściciel firmy Bulova, produkującej zegarki, zapłacił za nią 4 dolary!

Główni aktorzy

Iwona jest studentką II roku pedagogiki specjalnej. Bardzo lubi pracę z dziećmi i w przyszłości chciałaby pracować jako terapeuta zajęciowy. Ostatni rok spędziła w Szwecji jako wolontariuszka programu Wolontariat Europejski, pracując w przedszkolu integracyjnym w Sztokholmie.

Podsumowanie

Reklama jest jednym z instrumentów marketingu wykorzystywanych przez producentów do promowania swoich towarów. Ilość produktów jest tak ogromna, że obecny rynek to świat, w którym konsument ma wielki wybór. A każdy producent próbuje przedstawić swój produkt jako najlepszy, ten który jest jedynym słusznym wyborem. W świecie tak ogromnej konkurencji rzetelność przekazywanych informacji oraz prawda o produkcie mają coraz mniejsze znaczenie. Najważniejsze to sprzedać jak największą ilość produktów i usług.

Pytania do rozwiązania

1. Jakie znasz rodzaje reklam?
2. Czym warto kierować się przy zakupie danego towaru i usługi?
3. Jakie znasz chwytły” wykorzystywane w reklamach?