

МОТИВАЦИЯ В РЕКЛАМЕ

Т.А. Крымова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

Принято считать, что любая реклама - это стимулирование торговли. Это не так, далеко не любая. Плохая реклама не стимулирует, а напротив замедляет процесс торговли. Бывает что рекламные объявления напечатана в одном и том же издании, объемы объявлений примерно одинаковы, текст изложен грамотно, есть даже иллюстрации, но эффективность одной рекламы превышает другую во много раз. Напрашивается вопрос, в чем же проблема? Рекламный мотив одного из объявлений выстроен верно и покупатель готов приобрести товар или воспользоваться услугой. Рекламная мотивация услуги или товара должна продемонстрировать покупателю, что он получит если приобретет товар или воспользуется услугой, на сколько он может удовлетворить свои потребности вашим предложением. «Если товар не служит удовлетворению потребности или желания потребителя, его реклама, в конечном счете, обязательно провалится». Р. Ривз [1]

Мотивация считается ценной, если она выгодно отличает вашу услугу или товар, от услуг и товаров конкурентов. На наш взгляд, дипломированные маркетологи не всегда могут создать мотивирующую рекламу, так как это творческий процесс. Выявление рекламной мотивации это процесс очень тщательного и тонкий анализа ситуаций на рынке рекламы.

Если рекламу создает маркетолог не знающий рекламную мотивацию, то не стоит ожидать от такой рекламы огромного успеха. «Реклама стимулирует сбыт хорошего товара и ускоряет провал плохого». А. Политц [2]

Часто путают мотивацию с характеристиками товара. Характеристика это только материал для мотивации. Зачастую реклама содержит только перечень характеристики, такая реклама не привлечет должного внимание потребителя, покажется скучной и неприметной. Но с другой стороны перечень только мотивации сделает рекламу голословной, ведь потребителю нужно не только интересная реклама но и ему нужны доказательства и аргументы. Самым верным решением, является демонстрация тех качеств которые важны потребителю и уместны на данном рынке. Чем уникальнее свойства товара, тем больше мотивационное обращение к потребителю. Чем больше у вас мотивация, тем удобнее и проще вам работать с разными сегментами рынка. Большой запас мотиваций – ваш маркетинговый капитал. Разные наборы мотивации используются в разных сегментах рынка.

Часто у фирм имеется уникальные свойства товара, и огромный рекламный мотивационный капитал, а они выставляют банальные, изъезженные рекламные материалы, которые можно встретить в любой конкурирующей фирме.

Методы мотивации:

1) Метод убеждения

Воздействие на потребителя за счет использования различных аргументов и доводов в пользу рекламируемого товара или услуги. С их помощью покупатель должен сам захотеть приобрести товар или воспользоваться услугой. Реклама

может быть ориентированно как всей целевой группе, или «коммуникационным лидерам». Коммуникационные лидеры либо убедят приобрести товар членов той или иной социальной группы, либо члены группы сами будут подражать приобретая рекламируемый товар.

2) Метод внушения

Чаще используемый в рекламе. Задачей этого метода является, достижение положительного отношения к товару, формирование желания приобрести товар.

Получает, реклама должно содержать информацию той или иной потребности, которую покупатель может удовлетворить с помощью рекламируемого товара.

На наш взгляд, что бы реклама была успешной маркетолог должен досконально изучить свой товар и потенциального потребителя, чем больше он знает о товаре, тем более

эффективна будет реклама. Следует изучить потребителей, узнать, что они думают о товаре, какие качества ценят. Если учесть все эти моменты можно выявить какая рекламная мотивации будет эффективна именно вашему продукту.

Литература и источники:

1. Мотивация в рекламе. [Электронный ресурс] URL: <http://vanblogger.Livejournal.com/3017.html>
2. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности. [Электронный ресурс] URL: http://www.elitarium.ru/2009/03/25/analiz_motivov_v_reklame.html
3. Бизнес цитатник. [Электронный ресурс] URL: <http://www.business-citation.ru/author/Альфред%20Политц>
4. Как создать эффективную рекламу. [Электронный ресурс] URL: http://www.formen.su/reklama/effektivnaya_reklama