

KAMPÁNYTERVEZÉS

Milyen a “jó” reklám?

“Pain” (szürke az ing)

“Goal” (fehérnek kell lennie)

“Product as aHero” (van aki megoldja: Tomi)

“Benefit” (a fogyasztó jól jár!”)

“Testimony” (bizonyíték, ígéret)



Milyen a “jó” reklám?

“Pain” (nem elég koszos semmi)

“Goal” (tartós, ragadós kosz kellene)

“Product as aHero” (van aki megoldja: a KOSZ!)

“Benefit” (igazi, maradandó kosz)”

“Testimony” (bizonyíték, ígéret)



Milyen a “jó” reklám?

“Pain” (fáj a derekam)

“Goal” (így is tudjak dolgozni)

“Product as a Hero” (van aki megoldja: Voltaren)

“Benefit” azonnal hat

“Testimony” (rögtön folytathatja a munkát)



Ahány feladat - annyiféle !

MI - HO - KI

- HO

Mit? - Hol? - Kinek ?

Hogyan?

REKLÁM TERVEZÉS

Üzenetek eljuttatása a célcsoportokhoz

Célcsoport:

Üzenet/Ígéret



Média:



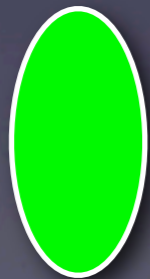
Üzenetek eljuttatása a célcsoportokhoz

Célcsoport:

Üzenet/Ígéret



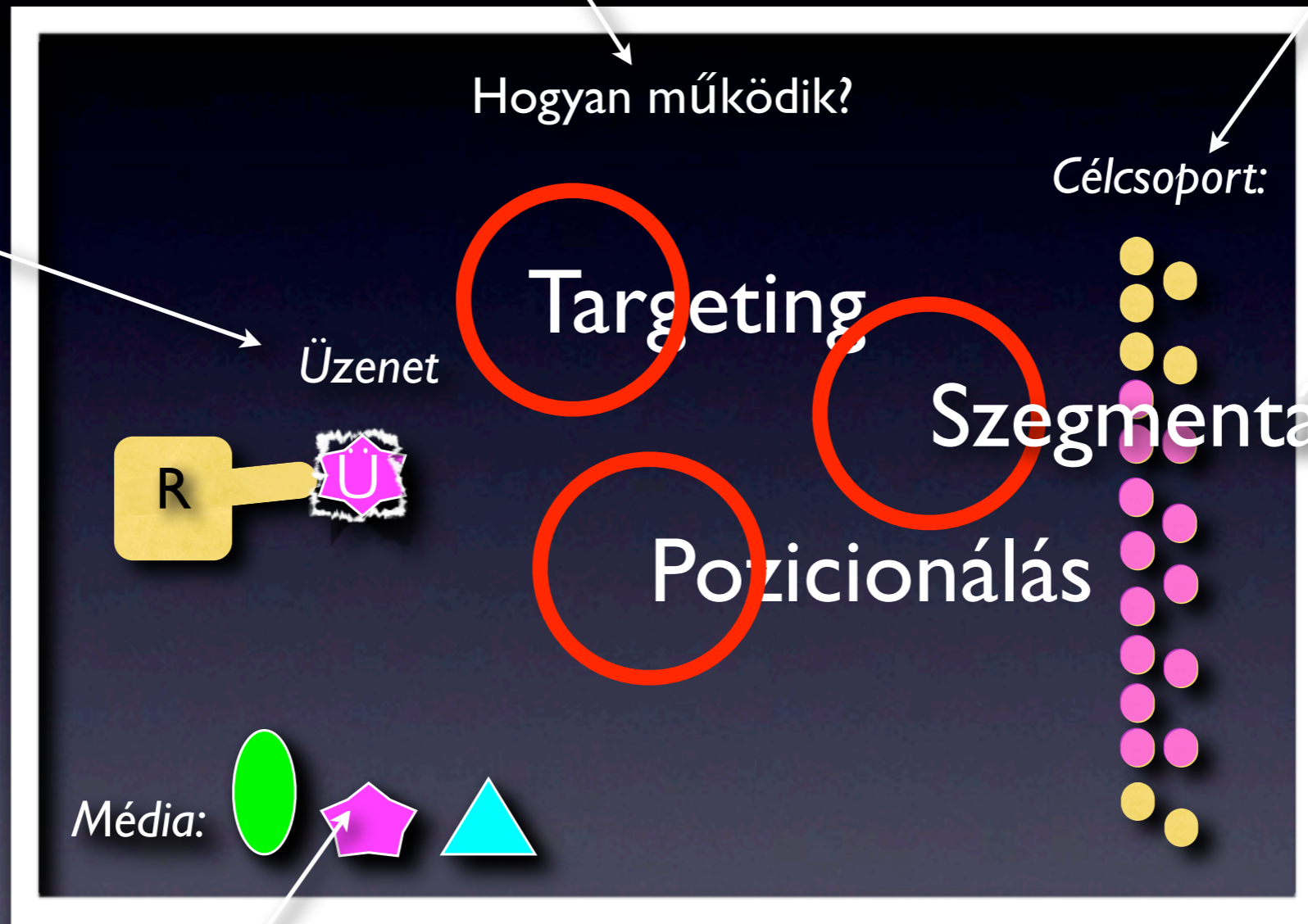
Média:



Reklámtervezés

Célcsoport tervezés

Kreatív tervezés



Médiatervezés

Szegmentáció

- Demográfiai
- Jövedelmi
- Életmód, Életsílus
- Fogyasztói szokások

Targeting

- földrajzi célzás
- tartalomra célzás
- viselkedésre célzás

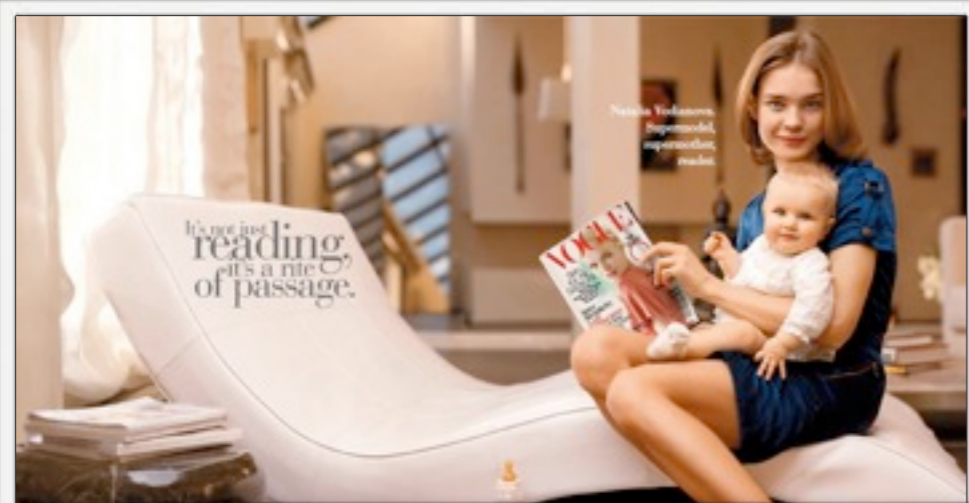
Pozicionálás

- a márka elhelyezése a piacon
- a márka elhelyezése a fejekben

Meg kell tervezni:

- Mi legyen a benefit ? (product value)
- Ki legyen a célközönség ?
- Hova pozicionáljuk a terméket?
- Mi legyen az üzenet? (ígéret)
- Milyen eszközökkel juttassuk célba?
- (Hogyan kövessük a fogyasztói reakciókat?)

célközönség? - üzenet? - eszköz? - előny? - pozícinálás ?



azonosítsd a pozíciót, az üzenetet és a célközönséget!

célközönség? - üzenet? - eszköz? - előny? - pozícinálás ?



azonosítsd a pozíciót, az üzenetet és a célközönséget!

Mit? - Hol? - Kinek? Hogyan?

MI - HO - KI

- HO

↓
üzenet
(benefit)

↓
média

↓
célközönség

↓
kreatív

Mi-Ho-Ki ... Új!

5 M

Kampánytervezés

- **M**ission (mi célból?)
- **M**essage (mit?)
- **M**edia (kinek, hol?)
- **M**oney (mennyiért?)
- **M**easurement (hogyan?)

K u t a t á s

Mi-Ho-Ki ... Új-2!

4 C

Kampánytervezés

- **C**ustomer (ki a fogyasztó?)
- **C**ost (mennyibe kerül?)
- **C**onvenience (kinek az érdekében?)
- **C**ommunication (mit mond?)

K u t a t á s

Robert Lauterntorn

REKLÁM KUTATÁS

Reklámtervezés

REKLÁMKUTATÁS

Célcsoport tervezés

CÉLCSOPORT KUTATÁS

Kreatív tervezés

KOMMUNIKÁCIÓ KUTATÁS

Hogyan működik?

Célcsoport:

Targeting

Üzenet



Szegmentáció

Pozicionálás

Média:



Médiatervezés

MÉDIA KUTATÁS

**PIACKUTATÁS
MOTIVÁCIÓ-
KUTATÁS**

tudomány?

kutatás?

művészet?

kreativitás?


“Minél inkább tudomány, annál kevésbé művészet.”
(Gesztai Péter)

“A kutatás a reklámkészítés óvszere”
(Kaszás György)



tudomány?

kutatás?



művészet?

kreativitás?

válasz?

Üzleti
cél

Kommunikációs
cél

Pszichológiai
cél

Értékesítés,
Piaci részesedés
növelése,

Disztribúció
fokozása

Ismertség
Kedveltség
növelése

Kipróbálások
elérése

Emlékezet
Motiváció
növelése,

Akarat
mozgósítása

FORGALOM

IMÁZS

ATTITŰD