

РОЗРОБКА РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ

Туренко Я. М.

Науковий керівник – доц. каф. «Документознавства та інформаційної діяльності»

Кубко В. П.

Актуальність теми обумовлена тим, що у сучасному світі реклама все частіше виявляється не тільки засобом підвищення продажів, а й фактором культурного впливу на суспільство. А це покладає на рекламистів все більше відповідальності у розробці рекламних кампаній. Все частіше суспільство сприймає рекламу як подразник, що змушує спеціалістів ставитися до розробки рекламних повідомлень більш креативно, відповідальніше планувати всі аспекти рекламної кампанії.

Метою є дослідження особливостей розробки рекламних кампаній. Побудова рекламної кампанії згідно з цілями маркетингової стратегії, розробка дієвого рекламного повідомлення. А також особливості медіапланування і методи оцінки ефективності рекламної кампанії.

Ефективність і креативність рекламної кампанії залежать від правильної її побудови, доцільного та своєчасного розміщення. Якісна рекламна кампанія здатна не лише підвищити попит на товар (послугу), а й стати рушієм культурних змін у суспільстві. Адже, у наш час, реклама – це не тільки засіб маркетингу, але й витвір мистецтва.

Проаналізувавши усі аспекти побудови рекламної кампанії, можемо зробити висновок, що чітка послідовність дій рекламиста згідно з етапами рекламної кампанії та креативний підхід до її розробки забезпечують якісний рекламний продукт і успішне проведення рекламної кампанії, а відповідно й підвищення попиту на товар (послугу), а також покращення іміджу фірми загалом. Оцінка ефективності рекламної кампанії дає змогу не повторювати скоєних помилок, або ж використати свої успіхи на користь підприємства у майбутньому.