Διαφήμιση

Ενότητα 7: Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

BY SA

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

ΕΣΠΑ 2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Σκοποί ενότητας

Η έβδομη ενότητα ασχολείται με τη δημιουργική σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης. Αφετηριακό σημείο θεωρείται η ύπαρξη εκτεταμένης και ουσιαστικής πληροφόρησης που παρέχεται από την περίληψη. Περιγράφεται η διαμόρφωση και η ακολουθία της δημιουργικής διαδικασίας που οδηγεί στην ανάπτυξη της δημιουργικής ιδέας.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης

CC BY SA

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 1/17

Περίληψη (Brief)

1. Βασικά χαρακτηριστικά του επώνυμου προϊόντος.
2. Παραγωγική διαδικασία.
3. Στόχοι όγκου πωλήσεων και μεριδίου αγοράς.
4. Ανταγωνισμός.
5. Προηγούμενη διαφημιστική εκστρατεία.
6. διαφημιστική εκστρατεία των ανταγωνιστών.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 2/17

Περίληψη (Brief)

7. Στοιχεία για τον προϋπολογισμό.
8. Στοιχεία για την στοχούμενη αγορά και το στοχούμενο ακροατήριο.
9. Συνήθειες στοχούμενου ακροατηρίου σχετικά με τα Μ.Μ.Ε.
10. Η στάση του δυνητικού καταναλωτή απέναντι στο επώνυμο προϊόν και στα προϊόντα των ανταγωνιστών.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 3/17

Στρατηγική Δημιουργίας της Διαφήμισης

- Συγκέντρωση αναλυτικών στοιχείων για τα κίνητρα και τις ανάγκες των καταναλωτών σε συνάρτηση με το προϊόν που θα διαφημιστεί.
- Αξιολόγηση των δυνατών εναλλακτικών στρατηγικών για την επιλογή εκείνης που προσφέρει ισχυρό λόγο στον καταναλωτή για να προτιμήσει το συγκεκριμένο προϊόν.
- Ποιοι αγοράζουν το **προϊόν.**
- Ποια τα **Μ.Μ.Ε. που θα χρησιμοποιηθούν.**
- Ποια τα βασικά θέματα στα οποία οι καταναλωτές αντιδρούν ευνοϊκά.
- Πως σχετίζεται το μήνυμα με τα υπόλοιπα στοιχεία της διαφήμισης.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 4/17

Σχέδιο Εργασίας της Διαφήμισης

- Αντικειμενικοί **στόχοι.**
- Στοχούμενο **ακροατήριο.**
- **Κύρια ιδέα για την πώληση-βασικό ευεργέτημα.**
- Άλλα αξιοποιήσιμα χαρακτηριστικά του προϊόντος.
- Δημιουργική στρατηγική.

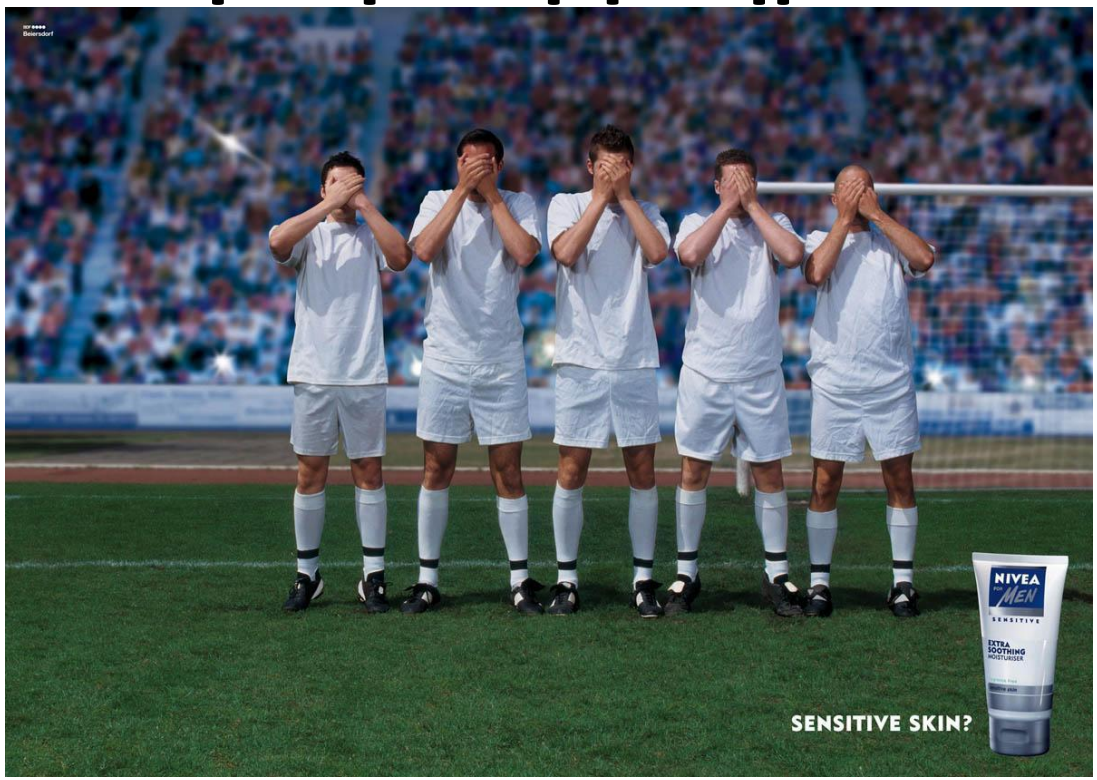
Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 5/17

Δημιουργία Διαφήμισης

- Ευεργετήματα και χαρακτηριστικά του προϊόντος ιδιαίτερα ευκρινή.
- Το σενάριο αναπτύσσεται με βάση το προϊόν και τονίζει τα χαρακτηριστικά του.
- Συναισθήματα και αναφορές στο θυμικό συνδεδεμένα με τις ανάγκες και προσδοκίες.
- Έντονα δραματοποιημένη παρουσίαση.
- Πρωτότυπη δημιουργία (ώριμα προϊόντα).
- Μουσική, χιούμορ, celebrities.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 6/17

Ευκρινή ευεργετήματα



Εικόνα 1
Πηγή: http://adsoftheworld.com/media/print/nivea_for_men_free_kick

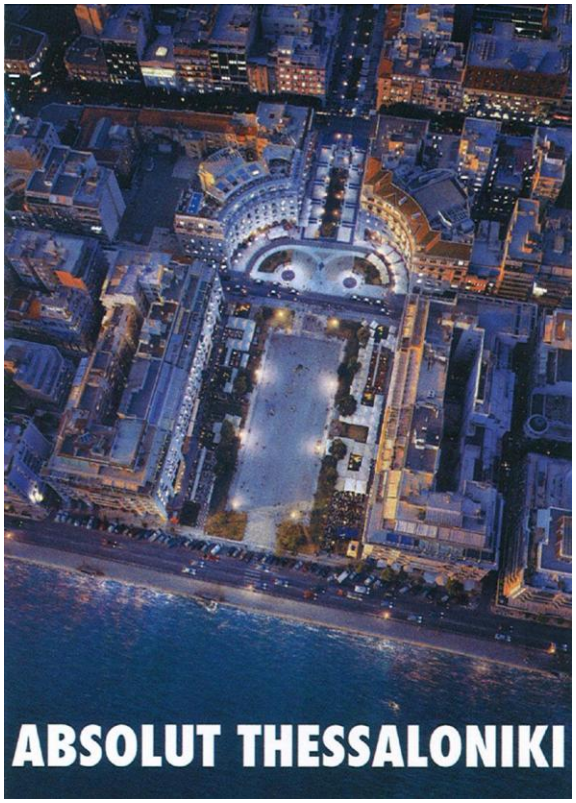
Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 7/17

Έκκληση φόβου (συγκινησιακή προσέγγιση)

Εικόνα 2
Πηγή:http://adsoftheworld.com/media/print/dutch_association_of_traffic_victims_mobile_coffin

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 8/17

Πρωτότυπη παρουσίαση

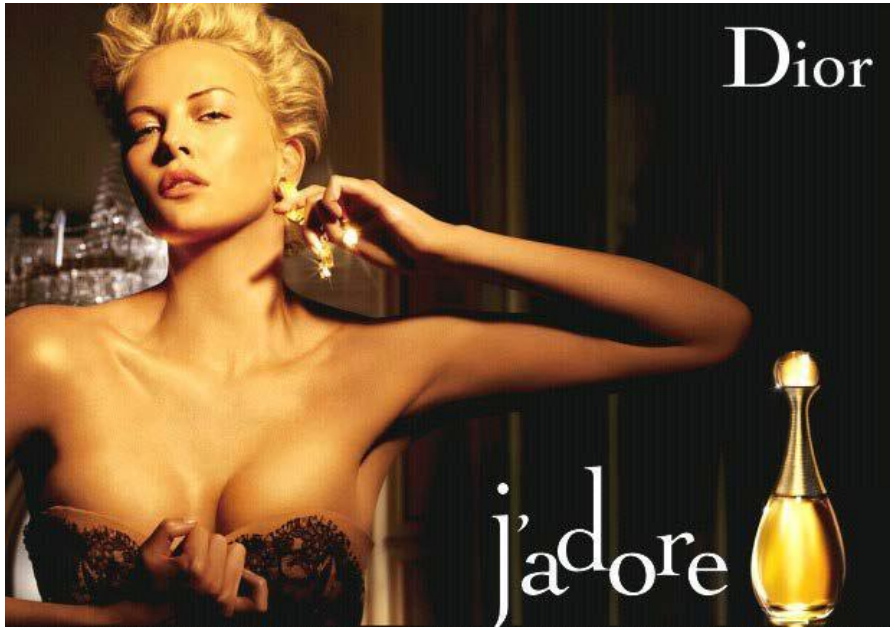


Εικόνα 3

Πηγή: http://www.mykefalonia.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=20265:&Itemid=267

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 9/17

Σχέση διασημότητας με το προϊόν



Εικόνα 4

Πηγή: http://www.luxmaniak.pl/180/christian-dior-jadore-woda-perfumowana-damska/

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 10/17

Δημιουργική Ιδέα (creative concept)

«ξεχωριστή ιδέα που είναι πρωτότυπη και δραματοποιεί το στοιχείο πώλησης του προϊόντος».

- *BBDO: εντοπισμό του προβλήματος(problem detection).*
- *D.D.B. Needham: εμπόδια στην αγορά του προϊόντος(barriers to purchase)(Relevance, Originality, Impact).*
- *J. Walter Thomson: μοναδικότητα προϊόντος, δημιουργία ταυτότητας, χρησιμοποίηση γοήτρου.*

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 11/17

Δημιουργική Διαδικασία

- *Προετοιμασία (preparation).*
- *Επώαση (incubation).*
- *Έμπνευση (illumination).*
- *Επαλήθευση (verification).*

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 12/17

Εκτέλεση Δημιουργικής Ιδέας

- Μήνυμα σκληρού και μαλακού περιβλήματος (hard and soft shell message).
- Απλότητα και πολυπλοκότητα του μηνύματος. Ανάγκη της επανάληψης.
- Μονόπλευρο, αμφίπλευρο, μήνυμα αναίρεσης(one-sided, two sided, refutational message).
- Μήνυμα θετικού και αρνητικού πλαισίου.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 13/17

Απλότητα μηνύματος

Εικόνα 5
Πηγή: http://www.zyn-e.com/_biblio_bookstores/BookS_ana.htm

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 14/17

Μήνυμα αρνητικού πλαισίου

(επικεντρώνεται στον ανταγωνιστή και υπογραμμίζει τις αρνητικές συνέπειες που θα έχει ο καταναλωτής αν επιλέξει το ανταγωνιστικό προϊόν).

Εικόνα 6

Πηγή: http://visual.ly/coca-cola-and-pepsi

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 15/17

Εκτέλεση Δημιουργικής Ιδέας.

<u>Συγκινησιακή προσέγγιση.</u>

- Αξιοποίηση του χιούμορ.
- Μήνυμα έκκλησης φόβου.
- Μουσική.
- Στερεότυπα στην ανάπτυξη του μηνύματος.

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 16/17

Χιουμοριστικές εκκλήσεις

Εικόνα 7

Πηγή: http://izifunny.com/2012/02/03/advertising-the-engine-of-progress-and-good-business-43-pics.html

Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης 17/17

Γυναικεία στερεότυπα

Εικόνα 8

Πηγή: http://www.huffingtonpost.com/dr-peter-rost/naked-in-paris_b_20800.html

Βιβλιογραφία - Ιστοσελίδες

- Ζώτος, Γ. Χ. (2008), *Διαφήμιση: Σχεδιασμός, ανάπτυξη, αποτελεσματικότητα*, University Studio Press, 5η έκδοση.
- Εικόνα 1: http://adsoftheworld.com/media/print/nivea_for_men_free_kick
- Εικόνα 2: http://adsoftheworld.com/media/print/dutch_association_of_traffic_victims_mobile_coffin
- Εικόνα 3: http://www.mykefalonia.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=20265:&Itemid=267
- Εικόνα 4: http://www.luxmaniak.pl/180/christian-dior-jadore-woda-perfumowana-damska/
- Εικόνα 5: http://www.zyn-e.com/_biblio_bookstores/BookS_ana.htm
- Εικόνα 6: http://visual.ly/coca-cola-and-pepsi
- Εικόνα 7: http://izifunny.com/2012/02/03/advertising-the-engine-of-progress-and-good-business-43-pics.html
- Εικόνα 8: http://www.huffingtonpost.com/dr-peter-rost/naked-in-paris_b_20800.html

Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη. «Διαφήμιση. **Ενότητα 7**: Σχεδίαση και ανάπτυξη της διαφήμισης». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014.

Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: http://eclass.auth.gr/courses/OCRS166/

Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Έλλη Βλαχοπούλου
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2013-2014

BY SA

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.