

Дядюшко М. Е

студентка,

науковий керівник - Чекштуріна В.М. д-р.соц.ком, доц., проф.кафедри УСК

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Засоби удосконалення рекламного контенту у спеціалізованій пресі

Актуальність дослідження обумовлена постійним зростанням українського ринку реклами. Швидкий розвиток рекламної комунікації є потужним інструментом збуту товарів та послуг, а також засобом інтенсивного вдосконалення інформаційних контентів. Реклама - це інформація про певний товар або послугу, яка доноситься до споживача декількома способами з метою популяризації продукції та привернення уваги громадськості до певного об'єкту. Вивчення ефективності реклами, як важливого контролюючого елемента рекламної діяльності, є актуальною проблемою. Реклама в пресі вже досить тривалий час не втрачає свою актуальність і популярність серед потенційних рекламодавців. Багато в чому актуальність реклами в друкованій пресі забезпечується її значними перевагами. Реклама в пресі - одне з найбільш часто використовуваних засобів поширення рекламної інформації. Її метою є привернення уваги покупців до фірми, її можливостей, товарів, підкреслюючи їх високу якість, новизну, надійність, зручність використання і прийнятну ціну. Перевагами реклами у пресі можна назвати і велику кількість «вторинних читачів», наприклад, члени родини, друзі, колеги, і гнучкість, що дозволяє ефективно позиціонувати пропоновані товари, і значно більшу кількість часу, що надається читачеві для осмислення змісту рекламного повідомлення в порівнянні з радіо або телебаченням.

На сьогодні, все більшої популярності у нашій країні завойовує реклама в пресі. Особливості створення рекламного контенту в пресі, виявлення наслідків реклами, впливу на аудиторії досліджують такі українські вчені: А. Бойко, Ю. Васьківський, Н. Грицюта, І. Пенчук, В. Музикант, Л. Хавкіна, Н. Фурманкевич та ін. Реклама в пресі включає в себе різні рекламні матеріали, їх можна умовно розділити на дві основні групи: рекламні оголошення і публікації оглядово-рекламного характеру, до яких відносяться статті, репортажі, що несуть іноді пряму, а іноді і непрямую рекламу. Перевага реклами в пресі заключається в її високій виборчій здатності. Люди з різними інтересами будуть читати літературу, присвячену тій сфері життя, що їх цікавить. Таким чином, завдяки газетам і журналам рекламні звертання впливають на визначену споживчу групу.

Вивчивши рекламу в пресі, причини падіння ефективності реклами, і проаналізувавши структуру рекламних повідомлень і їх ефективність у друкованих ЗМІ, наведемо деякі рекомендації:

- рекламне оголошення без заголовка схоже на книгу без назви.
- потрібно поважати аудиторію.
- в рекламному оголошенні все має бути простим і легким для сприйняття.
- реклама, що запам'ятовується - яскрава, оригінальна, цікава.
- реклама повинна викликати довіру у потенційного клієнта. Потрібно доводити до нього повну, точну і правдиву інформацію.
- робити акцент на якості товарів.
- повідомляти про дешевизну товару або послуги слід, не використовуючи слова: «дешевий» або «недорогий».
- використовувати такі слова і вирази, як: «кращі ціни», «за найвигіднішими цінами», «привабливі ціни».
- малюнки і фотографії потрібно розміщувати зліва, текст - справа або внизу.

Найважливіша перевага реклами в пресі полягає в простоті охоплення ринку. Найбільші недоліки - це короткий життєвий цикл, перешкоди і погана якість відтворення зображень. Однак, журнали мають прекрасну можливість звернення до попередньо відібраної цільової аудиторії. Реклама в пресі не втрачає своєї актуальності. Підприємці та бізнесмени щодня публікують в газетах і журналах безліч рекламних матеріалів, основним завданням яких є залучення цільової аудиторії. Реклама в газетах крім тексту часто містить і візуальний образ пропонованого товару (послуги), що також привертає увагу потенційних споживачів.

Отже, реклама в пресі дуже ефективна. В силу своєї оперативності, повторюваності, широкого охоплення ринку, друкована преса є одним з дієвих засобів поширення реклами. Друковані ЗМІ перевершують телебачення і радіо по респектабельності, постійності і спрямованості на цільову аудиторію. Реклама в пресі має довгу історію і у наш час продовжує утримувати лідируючі позиції, як засіб інформування цільової аудиторії про актуальні товари та послуги.