

„Wiele rzeczy małych stało się wielkimi, tylko dzięki odpowiedniej reklamie” – Mark Twain

Czy wierzyć reklamie?

- jak uniknąć zakupu produktu lub usługi, które nie są tak dobre, jak twierdzą reklamy

Reklamy mogą wpływać na nasze decyzje zakupowe poprzez:

- wywoływanie pozytywnych skojarzeń z produktem,
- wzmacnianie wiarygodności marki,
- wywoływanie pozytywnych emocji,
- wywoływanie potrzeby posiadania produktu lub usługi,
- wywoływanie presji społecznej.

Nie kupuj produktu tylko pod wpływem reklamy!

Dokładnie obejrzyj produkt w sklepie i sprawdź jego skład, a w przypadku usługi – zapytaj sprzedawcę o warunki umowy.

Sprawdź opinie o produkcie w Internecie lub zapytaj znajomych.

Ciekawostka

Emisja pierwszej reklamy telewizyjnej w USA w 1941 roku, kosztowała zaledwie 9 dolarów. Natomiast w 2015 roku za 30-sekundową reklamę telewizyjną w telewizji NBC - podczas ważnych transmisji sportowych - trzeba było zapłacić 4,5 mln dolarów.



Jakie triki stosują reklamodawcy?

- **Przyjazne kolory:** żółty, czerwony, czy niebieski – mają nie tylko przyciągnąć naszą uwagę, ale także stworzyć miłą atmosferę.
- **Idealnie wyglądające produkty** – piękny kolor i konsystencja produktów na szklanym ekranie lub na billboardzie, to często efekt farby i kleju, a idealna piana na piwie, to zasługa mydła.
- **Głośne reklamy** – większość spotów jest głośniejsza od pozostałych programów w telewizji, czy radio, aby zwrócić naszą uwagę.
- **Atrakcyjne i uśmiechnięte osoby** – chętniej oglądamy ładnych, zdrowych i zadowolonych ludzi, których wygląd sugeruje, że zakup danego produktu dał im satysfakcję.
- **Reklamy z intrygą lub serie reklamowe** – żeby zobaczyć, co się zdarzy dalej, trzeba doczekać do końca bloku reklamowego lub oglądać następny.
- **Znane osoby** – poprzez odwołanie do autorytetu celebryty, producenci podkreślają jakość produktu.
- **Liczby** - reklama w której zastosowano dane statystyczne lub innego rodzaju dowody, które potwierdzają jakość produktu, zyskuje na wiarygodności w oczach odbiorców, jak słynne „9 na 10 stomatologów”.



**Projekt jest realizowany
w Zakładzie Marketingu
Wydziału Organizacji i Zarządzania
Politechniki Łódzkiej**

Al. Politechniki 8

93-590 Łódź

Tel.: (+48 42) 631 36 81

<https://marketingodkuchni.pl>

www.facebook.com/marketingodkuchniPL