

Akademia Młodego Ekonomisty



Reklama a wywieranie
wpływu

Wojciech Kurzyk

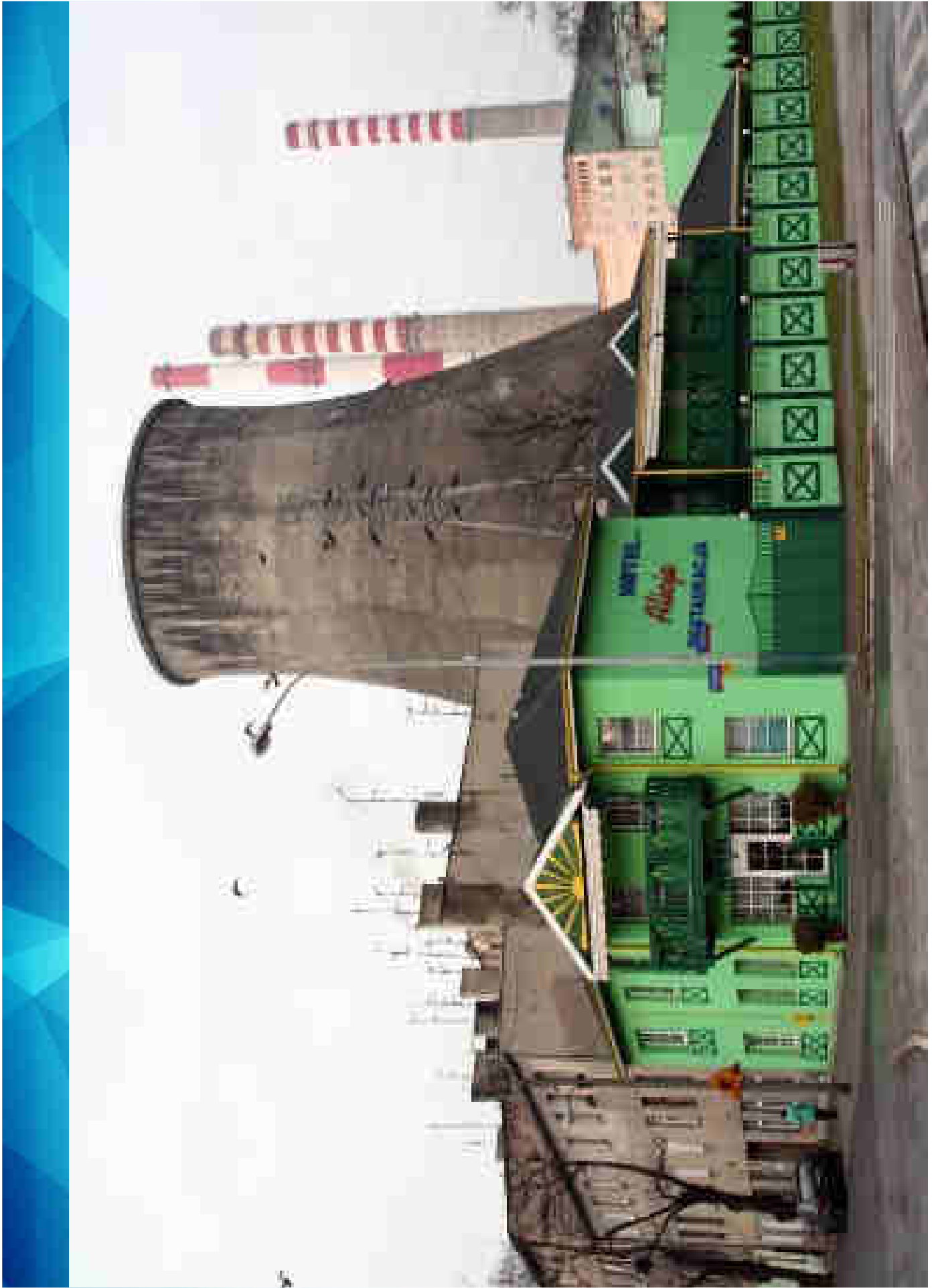
Wydział Zarządzania Uniwersytet Łódzki
8 listopada 2016 r.



Uniwersytet
ŁÓDZKI







Co to jest PR (Public relations)?

Public relations to zarządzanie publicznym wizerunkiem (tym jak jesteś postrzegany) i tożsamością (tym jaki jesteś).

- Bogusław Feliszek

Analiza grupy odbiorców

- Jakie mają cechy (ile lat, czy kobiety, czy mężczyźni, czego w życiu chcą?)?
- Na co reagują? (np. promocje, muzyka, filmy, jasno określone zasady)
- Jakie mają style komunikacji? (np. prosty, nieformalny język, slang)
- Jakie się z nimi kojarzą obrazy? (np. zabawa, wycieczka, sport, koncert)
- Jakie są słowa kluczowe dla tej grupy? (np. pasja, impreza, przyjaźń, zabawa, fajni ludzie, rozwój)

Zadanie nr 1



Błąd „znawstwa”

Zakładamy, że odbiorca wie tyle samo, ile my.

Pomijamy więc rzeczy podstawowe, bo wydaje nam się oczywiste, że odbiorca o nich wie.

Wybierajmy rzeczy najważniejsze, bo rozmówca nie będzie w stanie zapamiętać wszystkich drobnych szczegółów.

Marketing

Marketing to sposób na koncentrowanie uwagi.

- Piotr Golczyk

Marketing mix

1. Produkt (asortyment, jakość, marka, opakowanie, usługi)
2. Cena (polityka cenowa, rabaty, warunki płatności)
3. Strategia dystrybucji (kanały dystrybucji)
4. Promocja (sposoby reklamy)

Zadanie nr 2

