

**REKLĀMA**

**MĀRKETINGŠ**

**DIZAINS**

**Kas ir reklāma?**

<http://lv.wikipedia.org/wiki/Reklāma>

- **Reklāma** ir materiāls, kura pamatmērķis ir pārliecināt vai rosināt cilvēkus patērēt noteiktu produktu, pakalpojumu, popularizēt kādu ideju vai indivīdu.

- **Reklāmas** mērķis ir radīt pieprasījumu; citi mērķi var būt tēla uzlabošana, informācijas sniegšana par produktu, pakalpojumu utt.

**No latīņu: RECLAMARE -  
SKAŅI SAUKT, IZKLIEGT**



# ■ Kur **reklāmas** var ieraudzīt?

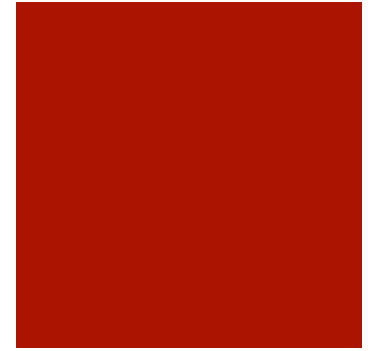


**Masu saziņas līdzekļos - televīzijā, radio,  
laikrakstos un žurnālos**

**Publiskās vietās — reklāmu stendos, uz  
transporta līdzekļiem, veikalu skatlogos utt.**

**Internetā**

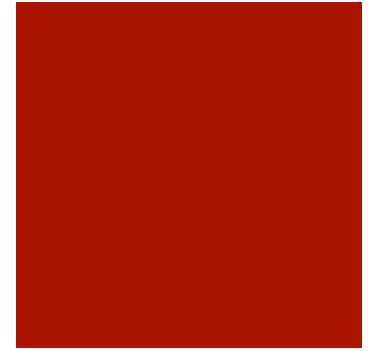
## ■ **Reklāmas uzdevums**



**Reklāmas uzdevums ir radīt  
pieprasījumu pēc kādas preces,  
tāpēc reklāmām raksturīga  
produkta pozitīvo īpašību izcelšana  
vai pārspīlēšana un negatīvo  
īpašību noklusēšana.**

## ■ **Zīmols** un atpazīstamība

**Veiksmīga reklāma** var radīt tik lielu zīmola atpazīstamību, ka zīmola nosaukumu sāk lietot kā sugas vārdu — piemēram, *skočs* (no "Scotch") vai *kola* (no "Coca-Cola"). Dažkārt nosaukums kļūst tik bieži lietots, ka tam vairs nav zīmola funkciju vai aizsardzības likumdošanā — piemēram, aspirīns (no "Aspirin")

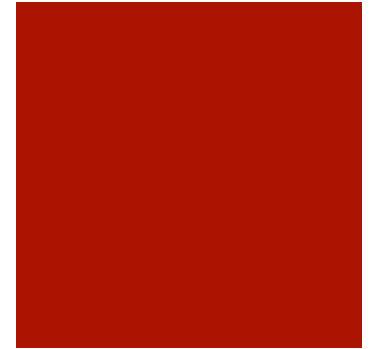


## ■ **Reklāmas patiesīgums**

**Pēc likuma "reklāmai jābūt likumīgai, patiesai un objektīvai, tā veidojama saskaņā ar godprātīgu reklāmas praksi", tā "nedrīkst mazināt sabiedrības uzticēšanos reklāmai, un tai jāatbilst godīgas konkurences principiem", un tajā "atļauts iekļaut tikai tādus paziņojumus vai vizuālos attēlus, kas nepārkāpj ētikas, humānisma, morāles, tikumības un pieklājības normas"**



# ■ **Reklāmas** pamatprincipi



**Reklāmai jāspēj saistīt patērētāja uzmanību;**

**Reklāmai jāspēj radīt un noturēt patērētāja interese par produktu;**

**Reklāmai jātiecas patērētājam piepildīt šo vēlmi, iegūt produktu vai rīkoties kā citādi atbilstoši reklāmdevēja nolūkiem.**

# ■ **Reklāmai jābūt**



- . vienkāršai** - lai patērētājs to spētu bez pūlēm saprast
- . oriģinālai** - lai tā saistītu patērētāja uzmanību daudzu citu vidū
- . pievilcīgai** - ar skaistumu, humoru, patērētājam tuvām izjūtām, uzskatāmu pamatojumu produkta kvalitātei
- . realizētai piemērotā vietā un laikā**
- . atkārtotai**
- . jāizceļas uz konkurentu fona, jārosina patērētājs uz noteiktu rīcību**



# ■ **Reklāmēšanas metodes**

**Atkārtošana - nodrošina plašu atpazīstamību**

**Norādes uz produkta popularitāti patērētāju vidē - ar cerību, ka patērētāji produktu sāks lietot "pūļa efekta" dēļ**

**"Dalīšanās pieredzē" - par produkta labajām īpašībām stāsta eksperti vai citi patērētāji**

**Spiediens - aicinājums iegādāties produktu, kamēr tas vēl pieejams**

**Emociju izmantojums - glaimošana, iežēlināšana, bailu radīšana utt.**

**Asociācijas - centieni asociēt produktu ar kaut ko tīkamu, piemēram, glītiem modeļiem, skaistiem skatiem utt.**

**Saukļi**

**Šokēšana**

**Slēptie vēstījumi - parasti — radot asociācijas ar kaut ko**

**Lobēšana**

# ■ **Reklāmu** izvietošanas vietas un veidi

- . televīzijā
- . radio
- . kino **pirms kinoseansiem**
- . laikrakstos un žurnālos - **šeit reklāmai viegli sasniegt mērķauditoriju, jo žurnāli gandrīz vienmēr paredzēti noteiktam cilvēku lokam**
- . publiskās vietās
- . auto **uzlīmes**
- . tirdzniecības vietās – **nozīmīga vieta, jo tieši tur notiek izvēle**
- . internetā - **reklāmkarogi, uznirstošie logi**
- . īsziņas

## ■ Citi **Reklāmu** veidi:

**interaktīvās reklāmas - it sevišķi Internetā**  
**vēstules (*spam*)**

**skrejlapas**

**lapiņspēles**

**pārdošana pa telefonu vai produktu piedāvāšana uz ielas vai mājās (nevēlama, jo tiek uzskatīta par pārāk agresīvu), kaut ko sponsorējot**

**Reklāmas iespējams izvietot gandrīz jebkur. Arī uzlīmes uz dārzeņiem vai augļiem uzskatāmas par reklāmu, tāpat kā jebkas, par ko reklāmdevējs maksā, lai nodotu patērētājam reklāmas ziņojumu**



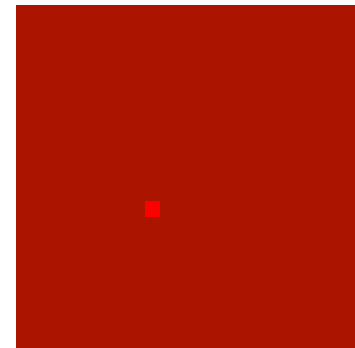
# ■ Reklāmu ierobežojumi

Latvijas likumdošana paredz, ka reklāmās nav pieļaujama **kara vai vardarbības propaganda, diskriminācijas paušana, cilvēku nezināšanas izmantošana** utt. Īpaši nosacījumi saistīti ar reklāmām, kuru mērķauditorija ir bērni.

Dažkārt noteikta veida reklāmas tiek aizliegtas "sabiedrības interesēs". Bieži šāda veida aizliegumi saistīti ar tabakas produktu reklāmām. Piemēram, Latvijas Republikas Saeima 1996. gadā pieņēma likumu, ka "tabakas izstrādājumu reklāmai jāinformē pircēji par smēķēšanas kaitīgumu, un šādai informācijai ir jāaizņem vismaz pieci procenti no reklāmas platības", turklāt aizliegts "tabakas izstrādājumu reklāmā attēlot personas smēķējot", "reklāmas nolūkos izsniegt (piegādāt) tabakas izstrādājumus bez maksas", kā arī reklamēt tabakas izstrādājumus noteiktās vietās ([1]).

Eiropas Parlaments un Padome 2003. gadā pieņēma direktīvu, kas aizliedz tabakas reklamēšanu drukātajos masu saziņas līdzekļos, radio un Internetā, kā arī tabakas uzņēmumiem sponsorēt pārrobežu pasākumus un aktivitātes. Eiropas Savienības dalībvalstīm ar šiem noteikumiem saistītie tiesību akti bija jāievieš līdz 2005. gada 31. jūlijam

- **Kas ir mārketingš?**
- **Klienta vajadzību apmierināšana peļņu nesošā veidā**
- **Kā darbojas mārketingš?**
- **Dzīvotspējīgu produktu izveide**
- **Produkta nosaukums un pozicionējums**
- **Piedāvājumaizveide**
- **Komunikācija ar klientiem**



- **Ko dod mārketingis?**
- **Palīdz izveidot vajadzīgo produktu**
- **Palīdz produktam atrast pircējus**
- **Palīdz pārdot produktu, nodrošina ražotājam labklājību un turību**
- **Mārketingis ir īsākais ceļš pretim pircējam**



## ■ **Mārketinga specializētās disciplīnas ir:**

**Stratēģiskā vadība**

**Sabiedriskās attiecības**

**Reklāma un Zīmolvedība**

**Tirgus izpēte**

**Starptautiskā tirgvedība**

**Tiešā tirgvedība**

**Datubāzu tirgzinība**

**Pasākumu organizēšana**

**Tirgzinība meklēšanas serveros**

## ■ **Mārketings arī **Tirgzinība, Tirgvedība****

**Mārketings ir sociāls process, kurš nodrošina patērētāju vēlmju identificēšanu, fokusējot tās konkrēta produkta vai pakalpojuma virzienā, un virzot šo produktu vai pakalpojumu tirgū tā pircējiem.**

**Mārketings ir fundamentāla disciplīna jebkuras uzņēmējdarbības attīstībai.**

**Mārketings ir radoša disciplīna, kura ietver reklāmu, izplatīšanu un pārdošanu.**

**Mārketings ir saistīts ar patērētāju esošo un potenciālo vajadzību un vēlmju izpēti ar mārketinga pētījumu palīdzību.**



# Kas ir DIZAINS?



- Dizains ir process, kura rezultātā ideja iegūst formu  
**skice, iecere, plāns, zīmējums, uzmetums, projekts**
- Reklāmas dizains ir viens no dizaina veidiem

- 
- **Reklāmas dizaina programma sagatavo vispusīgus reklāmas dizaina speciālistus, iegūstot kvalifikāciju –**

## **Vizuālās reklāmas dizaina speciālists,**

**kurš izpilda daļu no vizuālās reklāmas dizainera pienākumiem un uzdevumiem, ir nodarbināts vizuālās reklāmas projektēšanas jomā;**

**Vizuālās reklāmas dizaina speciālists veic darbu reklāmas aģentūrā, dizaina birojā, izpildot projektēšanas un konsultēšanas funkcijas, prot **skicēt, plānot, zīmēt, projektēt un realizēt iecerī no ideju skices līdz gatavam darbam****