

Г.М. Жұбатқан¹, К.П. Аман¹

¹Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова

Казахстан, г.Актобе

e-mail.ru: kulnar@inbox.ru

ЦЕЛИ И ВАЖНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Мақалада қазіргі жарнаманың мақсаты мен маңыздылығы түсіндіріледі. Жарнама бәріне, соның ішінде балалар мен жастарға, үлкендерге арналған. Жарнаманы түсіну - маркетингтің маңызды бөлігі. Қазіргі бәсекелестік ортада жақсы жарнама маңызды. Бүгінгі күні бірқатар жарнамалар теледидарда, газеттерде, банер түрінде көшеде және т.с.с. орналастырылады. Кейбір жарнамалар радиодан да беріледі. Тіпті автобус пен такси автокөліктерінде де жазылған жарнама бар. Интернет қазіргі таңда біздің өміріміздің ажырамас бөлігі болып табылады. Оның әртүрлі веб-сайттарда пайда болатын бірнеше жарнамалары бар. Бұл әртүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының түрлерін және ең қолайлы әдістер мен қосымшаларды қолдану арқылы жасалады. Жарнамалық зерттеулер дегеніміз - бұл науқанның сәтті және тиімді өтуіне әкелетін нақты тақырыпты егжей-тегжейлі зерттеу. Жарнамалық зерттеулер сонымен қатар жарнама науқанының сәттілігін оның аудиториясына әсерін өлшеу және брендтің имиджін құру немесе жақсарту арқылы анықтайды. Зерттеулер сонымен қатар мақсатты аудиторияны қызықтыратын шығармашылық идея жасауға көмектеседі. Нарыққа шығар алдында идея нарыққа шыққанға дейін көптеген қайталанулар мен жетілдірулерден өтуі мүмкін.

Түйінді сөз: жарнама, бренд, жарнама беруші, тұтынушылар, сатып алушы, клиент, сұраныс.

Г. М. Жұбатқан¹, К. П. Аман¹

¹Ақтөбе өңірлік университеті Қ. Жұбанов

Қазақстан, Ақтөбе қаласы

e-mail.ru: kulnar@inbox.ru

Жарнаманың мақсаттары мен маңыздылығы

В статье объясняется цели и важность современной рекламы. Реклама для всех, включая детей, молодых и старых. Понимание рекламы - важная часть маркетинга. В условиях жесткой конкуренции, существующей в настоящее время, хорошая реклама неизбежна. Сегодня на телевидении, в газетах размещается ряд рекламы, в виде рекламных щитов на улицах и т. д. Некоторые рекламные объявления также передаются по радио. Даже рикши, автобусы и такси несут на себе рекламу. Интернет сегодня - неотъемлемая часть нашей жизни. Он также имеет несколько рекламных объявлений, появляющихся на разных веб-сайтах. Это делается с использованием различных типов носителей и наиболее подходящих техник и методов. Рекламное исследование - это подробное изучение определенной темы, которое приводит к успешной и эффективной кампании. Рекламные исследования также определяют успех рекламной кампании, измеряя влияние на ее аудиторию и создать имидж бренда или улучшить его. Исследования также помогут вам прийти к творческой идее привлекающая целевую аудиторию. Перед выходом на рынок идея может пройти множество итераций и улучшений, пока она не будет готова к выходу на рынок.

Ключевые слова: реклама, бренд, рекламодатель, потребители, покупатель, клиент, спрос.

G. M. Zhubatkan¹, K. P. Aman¹

¹Aktyubinsk Regional University named after K. Zhubanov

Kazakhstan, Aktobe

e-mail.ru: kulnar@inbox.ru

Goals and importance of advertising

The article explains the purpose and importance of modern advertising. Advertising for everyone, including children, young and old. Understanding advertising is an important part of marketing. In today's fiercely competitive environment, good advertising is inevitable. Today a number of advertisements are placed on television, in newspapers, in the form of billboards on the streets, etc. Some advertisements are also broadcast on the radio. Even rickshaws, buses and taxis carry advertisements. The Internet today is an integral part of our life. It also has several advertisements appearing on different websites. This is done using a variety of media types and the most appropriate techniques and methods. Advertising research is the detailed study of a specific topic that leads to a successful and effective campaign. Advertising research also determines the success of an advertising campaign by measuring the impact on its audience

and creating or improving a brand image. Research can also help you come up with a creative idea that engages your target audience. Before going to market, an idea can go through many iterations and improvements until it is ready to go to market.

Keywords: advertising, brand, advertiser, consumers, buyer, client, demand.

Реклама рассматривается как важнейший компонент системы маркетинга и осуществляется в строгом соответствии с его целями и функциями. Реклама - это орудие массового маркетинга в отличие от методов личной продажи, которая нацелена на конкретных покупателей.

Под рекламой понимается использование производителем (компанией) или продавцом (агентом по продаже) платных средств распространения информации для доведения сведений о товарах, услугах или организациях. Реклама должна, во-первых, подготовить рынок потребителей к благожелательному отношению к новому товару; во-вторых, поддерживать спрос на высоком уровне на стадии массового производства; в-третьих, способствовать расширению рынка сбыта [1].

Реклама - лучший способ общения с покупателями. Реклама помогает информировать клиентов о брендах, доступных на рынке, и о разнообразии полезных для них продуктов. Реклама для всех, включая детей, молодых и старых. Это делается с использованием различных типов носителей и наиболее подходящих техник и методов.

Цели рекламы

Четыре основные цели рекламы: пробный, непрерывность, смена бренда, обратное переключение

1. Пробная версия: компании, находящиеся на стадии внедрения, обычно работают для достижения этой цели. Задача испытания заключается в том, чтобы убедить клиентов купить новый продукт, представленный на рынке. Здесь рекламодатели используют яркую и привлекательную рекламу, чтобы побудить клиентов взглянуть на продукты и совершить пробные покупки.

2. Непрерывность: эта цель заботится о том, чтобы существующие клиенты продолжали придерживаться

продукта. Рекламодатели здесь обычно продолжают привносить что-то новое в продукт и рекламу, чтобы существующие клиенты продолжали покупать их продукты.

3. Смена бренда: эта цель в основном предназначена для тех компаний, которые хотят привлечь клиентов конкурентов. Здесь рекламодатели пытаются убедить клиентов переключиться с существующего бренда, который они используют, на свой продукт.

4. Обратное переключение: эта цель предназначена для компаний, которые хотят вернуть своих прежних клиентов, которые переключились на своих конкурентов. Рекламодатели используют разные способы привлечения клиентов, такие как распродажа со скидкой, новая реклама, доработка упаковки и т. д.

По сути, реклама - это очень художественный способ общения с покупателями. Основные характеристики, которые необходимо достичь для достижения своих целей, - это отличные коммуникативные навыки и очень хорошая убедительность.

Важность рекламы

В наш век конкуренции реклама играет очень важную роль. Реклама - это то, что стало необходимостью для всех в повседневной жизни, будь то производитель, торговцы или покупатели. Реклама - важная часть. Давайте посмотрим, как и где важна реклама:

1. Реклама важна для клиентов

Представьте себе телевидение, газету или радиоканал без рекламы! Нет, никто никогда не может себе этого представить. Реклама играет очень важную роль в жизни клиентов. Клиенты - это люди, которые покупают продукт только после того, как узнают о продуктах, доступных на рынке. Если продукт не рекламируется, ни один покупатель не узнает, какие продукты доступны, и не

купит продукт, даже если продукт предназначен для них. Еще одна вещь: реклама помогает людям находить лучшие товары для себя, своих детей и своей семьи. Когда они узнают об ассортименте продуктов, они могут сравнивать продукты и покупать, чтобы получить то, что они хотят, потратив свои ценные деньги. Таким образом, реклама важна для клиентов.

2. Реклама важна для продавца и компаний, производящих продукцию

Да, реклама играет очень важную роль для производителей и продавцов товаров, потому что

- Реклама помогает увеличить продажи

- Реклама помогает производителям или компаниям узнать своих конкурентов и соответственно планировать свои действия, чтобы соответствовать уровню конкуренции.

- Если какая-либо компания хочет представить или запустить на рынке новый продукт, реклама станет основой для продукта. Реклама помогает информировать людей о новом продукте, чтобы потребители приходили и пробовали продукт.

- Реклама помогает создать репутацию компании и завоевать лояльность клиентов после достижения зрелого возраста.

- Спрос на продукт продолжает расти с помощью рекламы, а спрос и предложение становятся бесконечным процессом.

3. Реклама важна для общества

Реклама помогает просвещать людей. Есть также некоторые социальные проблемы, которые затрагиваются в рекламе, такие как детский труд, потребление спиртных напитков, убийства девочек, курение, обучение планированию семьи и т. д. Таким образом, реклама играет очень важную роль в обществе [2-6].

Примеры:

- Самое замечательное, что Coca-Cola сделала с этой рекламной кампанией, это построила профсоюзное пространство

бренда. Бренд коснулся традиций, обычаев и нравов.

Как только в воздухе начинает веять новогодняя атмосфера, на экране телевизора появляются красные грузовики с лампочками, которые проезжают по заснеженной лесной дороге. В голове у меня на репите крутится: "Праздник приходит к нам, праздник приходит к нам." Я просто хочу петь до конца.

Приспособиться к одному из самых важных человеческих праздников и создать ассоциацию с вашим брендом - это поистине уникальный и удивительный случай.

- В 80-е годы идет ожесточенная потребительская борьба между Nike и Reebok. В 1987 году Reebok превзошел своего конкурента, заработав 1,5 млрд.

После поражения Nike обращается за помощью к WIEDEN & KENNEDY. Руководство решает, что компания должна иметь свой собственный запоминающийся логотип. Логотип был придуман за день до презентации. Не только в России все делается в последний день).

Ден Виден (руководитель рекламной кампании) придумал слоган под впечатлением слов преступника. Или, если быть точным, убийцы.

Его звали Гэри Гилмор. Когда убийцу приговорили к смерти, его последняя фраза была: "Let's Do It" (давай сделаем это!)

Только представьте, человеку суждено умереть. Обычно преступники раскаиваются, плачут и скорбят о содеянном... Тогда человек говорит: "Just do it!". Ден построил, ты бы видел в нем какую-то силу.

Первое видео с новым логотипом было выпущено в 1988 году. На ней был изображен 80-летний мужчина, Уолт Стэк, бегущий голым по мосту, рассказывающий о своей жизни и эмоциях. А в конце прочтите во весь экран "просто сделай это".

- Главным героем проекта Red Bull Stratos стал австриец Феликс Баумгартнер. Установил сразу три Мировых Рекорда.

Скорость свободного падения. Феликс стал первым человеком, преодолевшим

сверхзвуковой барьер и достигшим скорости 1342 км/ч.

Высота прыжка. Шар поднялся на высоту 39 045 м. тогда наш герой сказал: "Я иду домой".

Расстояние от свободного падения. Феликс провел 36 402 м в свободном падении, раскрыв парашют.

Кроме того, еще один рекорд зафиксировал Red Bull Stratos – 8

миллионов зрителей посмотрели прыжок в прямом эфире на YouTube.

Подготовка всей компании заняла несколько лет. Риск был огромен, ведь человек мог погибнуть от вибраций и неконтролируемого вращения. Однако этот проект был прекращен. Написал Red Bull название своего бренда на страницах истории на протяжении веков.

Литература.

1. Гусаров, Ю. В. Рекламная деятельность / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
2. Елина, Е. А. Семиотика рекламы. Учебное пособие / Е.А. Елина. - Москва: Огни, 2014. - 136 с.
3. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности. Практическое пособие / М.А. Измайлова. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 236 с.
4. Ильин, А. С. Реклама в коммуникационном процессе. Курс лекций / А.С. Ильин. - Москва: СИНТЕГ, 2015. - 144 с.
5. Песочкий, Е. А. Реклама и мотивация потребителей / Е.А. Песочкий. - Москва: ИЛ, 2014. – 240 с.
6. Подорожная, Л. В. Теория и практика рекламы / Л.В. Подорожная. - М.: Омега-Л, 2014. - 348 с.
7. <https://www.coca-cola.ru/about-us/history/history-of-company/coca-cola-slogans>

Literatura.

1. Gusarov, YU. V. Reklamnaya deyatel'nost' / YU.V. Gusarov, L.F. Gusarova. - M.: INFRA-M, 2013. - 320 с.
2. Elina, E. A. Semiotika reklamy. Uchebnoe posobie / E.A. Elina. - Moskva: Ogn, 2014. - 136 с.
3. Izmajlova, M. A. Psihologiya reklamnoj deyatel'nosti. Prakticheskoe posobie / M.A. Izmajlova. - M.: Dashkov i Ko, 2015. - 236 с.
4. Il'in, A. S. Reklama v kommunikacionnom processe. Kurs lekcij / A.S. Il'in. - Moskva: SINTEG, 2015. - 144 с.
5. Pesockij, E. A. Reklama i motivaciya potrebitelej / E.A. Pesockij. - Moskva: IL, 2014. – 240 с.
6. Podorozhnaya, L. V. Teoriya i praktika reklamy / L.V. Podorozhnaya. - M.: Omega-L, 2014. - 348 с.
7. <https://www.coca-cola.ru/about-us/history/history-of-company/coca-cola-slogans>

Жұбатқан Гүлдана Маратқызы

Қызметі: магистр, Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті.

Пошталық мекенжайы: 030000, Қазақстан Республикасы, Ақтөбе қ., Заречный-2 к-сі, 339-уч.

Бал. тел: +7 7782708614

e-mail.ru: guldana.j.m@mail.ru

Аман Күлнар Панабекқызы

Лауазымы: техника ғылымдарының кандидаты, "Информатика және АТ" кафедрасының доценті, Ақтөбе өңірлік университеті. Қ. Жұбанов

Пошталық мекенжайы: 030000, Қазақстан Республикасы, Ақтөбе қ., Ақжар уч., 1655

Бал. тел: +7 7015540305

e-mail.ru: kulnar@inbox.ru

Жұбатқан Гүлдана Маратқызы

Должность: магистр, Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова

Почтовый адрес: 030000, Республика Казахстан, г. Актөбе, ул. Заречный-2, уч. 339

Сот. тел: +7 7782708614

e-mail.ru: guldana.j.m@mail.ru

Аман Күлнар Панабековна

Должность: кандидат технических наук, доцент кафедры «Информатика и ИТ», Актюбинский региональный университет им. К. Жубанова

Почтовый адрес: 030000, Республика Казахстан, г. Актөбе, Ақжар уч., 1655

Сот. тел: +7 7015540305

e-mail.ru: kulnar@inbox.ru

Zhubatkan Guldana Maratkyzy

Position: Master's degree, Aktobe Regional University named after K. Zhubanov

Postal address: 030000, Republic of Kazakhstan, Aktobe, Zarechny-2 str., uch. 339

Sot. tel: +7 7782708614

e-mail: guldana.j.m@mail.ru

Aman Kulnar Panabekovna

Position: Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department "Informatics and IT", Aktobe Regional University named after K. Zhubanov

Postal address: 030000, Republic of Kazakhstan, Aktobe, Akzhar uch., 1655

Cell phone: +7 7015540305

e-mail: kulnar@inbox.ru