# 21 Reklama

-patrí k najrozšírenejším nástrojom ovplyvňovania kupujúcich. Je najviditeľnejšou a najdiskutovanejšou formou marketingovej komunikácie. Aj napriek tomu je najstarším nástrojom, neexistuje jej jednotná definícia:

„Všeobecne sa reklamou rozumie zámerné úsilie ovplyvniť predaj či nákup tovaru alebo služieb“

„Reklama je každá platená forma nepersonálnej prezentácie a podpory myšlienok, tovaru alebo služieb, ktorú vykonáva identifikovateľný zadávateľ“

Podľa zákona o reklame platného od 1.9.1996 „reklama je verejná informácia uskutočnená prostredníctvom nosičov, ktorej účelom je informovať spotrebiteľa o produktoch, presviedčať a získavať ho na ich užívanie alebo inak ovplyvňovať jeho rozhodovanie pri výbere produktu“

 Reklama má schopnosť ovplyvňovať vznik a zmenu potrieb, dopytu ale aj záujem, návyky tradície. Jej význam v spoločnosti potvrdzuje objem ročných výdavkov, ktoré stále stúpajú.

**Model reklamy**:

**KTO** oznamuje

**ČO**

**ZA** akých podmienok

**CEZ** ktoré distribučné cesty

**KOMU**

**S AKÝM ÚČINKOM**

**Cieľom reklamy je efektívna komunikácia, to znamená odovzdanie takého komunikačného posolstva, ktoré v konečnom efekte ovplyvni správanie trhu.**

***Prostriedky reklamnej komunikácie***

 Rozsah výrazových prostriedkov reklamnej komunikácie je veľmi široký a pri použití sa zohľadňuje ich vhodnosť pre sprostredkovanie daného druhu správy cieľovému publiku.

* Inzerát – je jedným z najpoužívanejších prostriedkov. Charakterizujeme ho ako oznámenie v tlači, spojené často s ilustráciou. Má veľkú presvedčovaciu schopnosť a denne sa s ním stretávame v novinách, v týždenníkoch, odborných i populárnych časopisoch i v rôznych príležitostných publikáciách. Existujú tiež samostatné inzertné noviny (napr. Avízo, Reklamník, príp. iné regionálne inzertné noviny).
* Leták – účelom letáku je informovať spotrebiteľa o propagovanom tovare či službe. Je to jednostranná tlačovina spravidla formátu A5. Niekedy sa využívajú aj menšie formáty, ale takáto malá plocha neposkytuje vždy dostatok miesta pre pútavú oznamu. „Rozsev“ letákov sa uskutočňuje rôzne, rozdávaním na ulici chodcom, vkladaním do novín a časopisov, vyložením na pulty v predajni, vhadzovaním do poštových schránok. Text letáku má byť jasný, ľahko zrozumiteľný. Dobrá kresba, zvláštna farebnosť, ale aj zaujímavý formát môžu prispieť k jeho prečítaniu.
* Prospekt – obsahuje viac informácií ako leták. Môže to byť jeden alebo viac listov s vyobrazením produktov a podrobnejším opisom. Ak sa prospekt poskladá do rôznych tvarov, hovoríme o skladačke. Prospekt nie je určený na masové rozdávanie. Posiela sa len skutočným záujemcom. Je nákladnejší na spracovanie a výrobu. Informácie majú byť usporiadané tak, aby sa v nich zákazník vedel dobre orientovať.
* Plagát – obracia sa na širokú verejnosť. Pôsobí dvojakým spôsobom: upútava pozornosť a vyvoláva záujem okoloidúcich svojím oznamom. Ilustráciu dopĺňa krátky, ale účinný text. Veľkoplošné plagáty, označované ako reklamné pútače (angl. billboards), sa umiestňuje na okraji ciest, na štítoch domov.

Plagát je vhodný pre tovar dennej potreby a predovšetkým pre značkový tovar, aby sa značka vryla do pamäti. Nedávno nás reklamné pútače upozorňovali textom „Jogurty na kurty“. Firma Eurotel propagovala ponuku svojich prenosných telefónov slangom: „Odstrihnite sa, darujte si Eurotel“10).

* Pútač – je obdobou plagátu s iným zámerom použitia. Stretávame sa s ním vo výkladných skriniach, na stenách predajní i pred vchodom, kde nás má upútať na viacnásobné odvysielanie šotu.
* Televízny šot – ponúka možnosti pôsobenia obrazom, zvukom a pohybom. Pri rozhodovaní o jeho použití je potrebné brať do úvahy ponúkaný produkt a náklady zakúpenia času na viacnásobné odvysielanie šotu.
* Rozhlasová reklama – okruh pôsobenia nie je ohraničený, oslovuje poslucháčov doma i v práci. Nevýhodou je vnímanie iba sluchom, preto sa kladie dôraz na dobrý text, zvukové efekty a hudobné podfarbenie.

Medzi ďalšie reklamné prostriedky patria: náborový list, brožúrky, katalógy a cenníka, nálepky, svetelná reklama, výkladné skrine, reklama v kinách, reklama na dopravných prostriedkoch a mnohé iné.