

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ Μ.Μ.Ε.



Επιμέλεια:
The ADVERTicious

Βασίλης Ασημόπουλος
Σιμών Λεβής
Γιώργος Νανούρης
Γιώργος Τσιμπούλης

Μάθημα: Project

Υπεύθυνη καθηγήτρια: Άρτεμις Σούσου

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- ▶ Στο πλαίσιο του μαθήματος, ασχοληθήκαμε με το θέμα της διαφήμισης, διότι καθημερινά βομβαρδιζόμαστε από διαφημίσεις και προσπαθήσαμε να αποκτήσουμε 'κριτική ματιά' απέναντι τους.
Πιο συγκεκριμένα, ασχοληθήκαμε με τις διαφημίσεις που διαδίδονται μέσω των ΜΜΕ, όπως το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, τα οποία χρησιμοποιούμε καθημερινά όλοι μας και ενημερωνόμαστε για γεγονότα που συμβαίνουν όχι μόνο στη χώρα μας αλλά και παγκοσμίως.



ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα αγαθό ή μια υπηρεσία, επί πληρωμή.

- ▶ Είναι μέσο πληροφόρησης - ενημέρωσης, αλλά (ορισμένες φορές) και μέσο χειραγώγησης και προπαγάνδας.

Διακρίνεται σε 2 είδη:

1. Παραδοσιακές (Γραπτός τύπος)
2. Ηλεκτρονικές (Τηλεόραση, Διαδίκτυο)

- ▶ Βρίσκεται σε: Κινηματογράφο, Τηλεόραση, Αφίσες, Οχήματα, Site.
- ▶ Μπορεί να είναι: 1. Άμεση (γίνεται αναφορά στο προϊόν)
2. Έμμεση (δεν γίνεται αναφορά στο προϊόν)



Μ.Μ.Ε (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης)

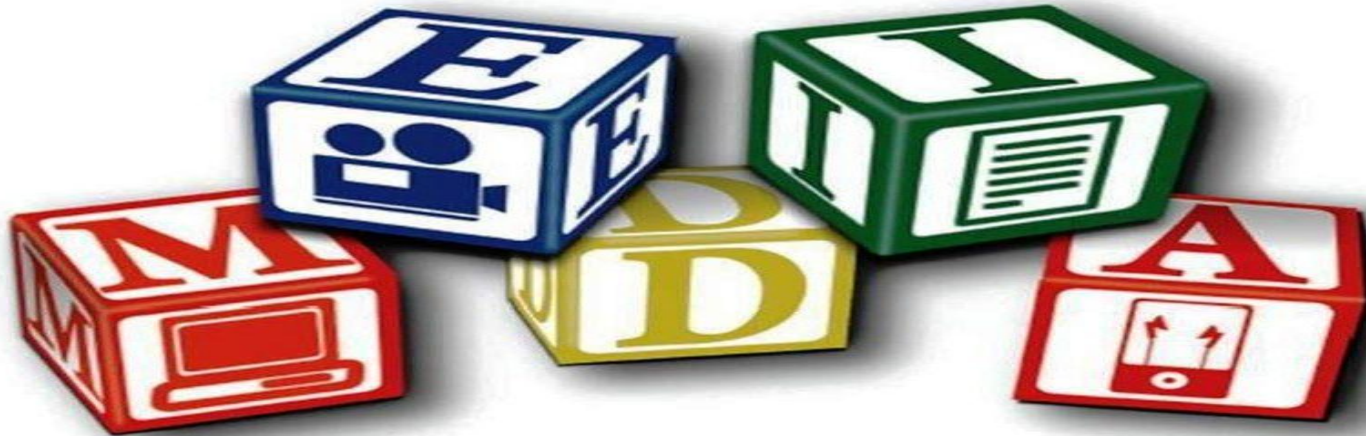
Τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για τα προηγούμενα και τα τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο πλήθος.

Διακρίνονται σε 2 είδη:

1. Ασύγχρονα μέσα: τύπος- διαδίκτυο
2. Σύγχρονα μέσα: Ραδιόφωνο - τηλεόραση

Τύπος:

1. Παραδοσιακός: γραπτός τύπος (εφημερίδες , περιοδικά)
2. Μοντέρνος: ηλεκτρονικός τύπος (ιστοσελίδες, τηλεόραση)



ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

- ▶ Είναι συσκευή όπου λαμβάνει τις ραδιοφωνικές εκπομπές των ραδιοφωνικών σταθμών και τα μετατρέπει σε ήχο. Ένα αρκετά παλιό μέσο ενημέρωσης, που παρόλα αυτά παραμένει αξιόπιστο ευχάριστο και εξαιρετικά αξιόπιστο μέσο, καθώς περνάει ειδήσεις με άποψη. Προβάλλονται πολλές διαφημίσεις, που αν και στερούνται εικόνα, το ηχητικό κομμάτι έχει δυνατά αποτελέσματα.





Η διαφήμιση στο ραδιόφωνο παρουσιάζει ιδιαιτερότητες, επειδή μέσα σε ελάχιστο χρόνο, πρέπει να παρουσιαστεί ένα προϊόν με λόγια. Η μέση διάρκεια των διαφημίσεων κυμαίνεται ανάμεσα στα 25 με 30 δευτερόλεπτα.

Η διαφήμιση μέσω ραδιοφώνου είναι πολύ δύσκολη και θεωρείται επιτυχημένη μόνο όταν καταφέρνει να προκαλεί τη δημιουργία εικόνων στο μυαλό του ακροατή. Για να το πετύχει αυτό, χρησιμοποιεί ήχο, μουσική, φωνές και «παίζει» με τη φαντασία των ακροατών.



ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1. Διαφήμιση με Banner
2. Διαφήμιση με Text Link
3. CPC (Cost Per Click)
4. CPL (Cost Per Lead)



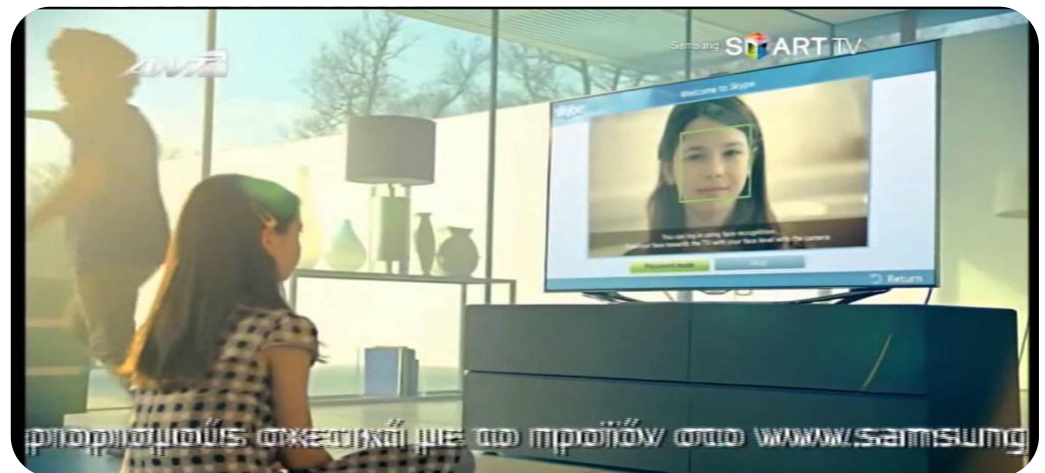
ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΥΠΑΙΘΡΙΑΣ

- ▶ Υπαίθρια και δημόσια προβολή, με κάθε τρόπο μηνυμάτων, κάθε μορφής, για την προώθηση επαγγελματικών και εμπορικών σκοπών ή άλλων συναφών δραστηριοτήτων.
- ▶ Υπάρχουν πολλοί κανόνες ώστε να πραγματοποιηθεί μια υπαίθρια διαφήμιση.



ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

- ▶ Η τηλεόραση θεωρείται η πρωταγωνίστρια στην αποδοτική διαφήμιση και γι' αυτό η τηλεοπτική διαφήμιση είναι και η πιο ακριβοπληρωμένη. Η διάρκειά της είναι συνήθως γύρω στα 30 δευτερόλεπτα. Η τιμή ρυθμίζεται ανάλογα με την ώρα προβολής της διαφήμισης, το σημείο του προγράμματος στο οποίο προβάλλεται, το πρόγραμμα αυτό καθ' αυτό και με άλλες παραμέτρους.



- ❑ η μουσική και το κείμενο έχουν ιδιαίτερη σημασία
- ❑ Στόχος: να εντυπώνονται, έτσι ώστε, όταν κάποιος ακούει τη μουσική να θυμάται το προϊόν
- ❑ Διάρκεια τηλεοπτικού σποτ: 15-60
- ❑ Το κόστος της διαφήμισης στην τηλεόραση είναι διπλό:
 1. Το κόστος της παραγωγής
 2. Το κόστος της προβολής της

Τηλεόραση και διαφήμιση



Διαφημίσεις

Η διαφήμιση αποτελεί το ισχυρότερο όπλο των εταιρειών για να προωθήσουν τα προϊόντα τους.
Η διαφήμιση πληροφορεί και ενημερώνει το κοινό για τα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά.
Φυσικά παρουσιάζει τα προϊόντα στον καταναλωτή με ελκυστικό τρόπο, ώστε να τα αγοράσει.
Πάντα τονίζονται τα πλεονεκτήματα του προϊόντος, ενώ αποκρύπτονται τα μειονεκτήματα, γι' αυτό και πρέπει να είμαστε προσεκτικοί και να μην τρέχουμε να αγοράσουμε προϊόντα που δεν χρειαζόμαστε.



Φώτης Τουλιόπουλος

ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΖΩΝΕΣ ΤΗΛΕΘΕΑΣΗΣ

- i. Ζώνη 10:00-12:30:
->προβάλλονται είδη υγιεινής, σπιτιού και τρόφιμα
- ii. Ζώνη 12:00-14:00:
-> προβάλλονται είδη σπιτιού και τυχερά παιχνίδια
- iii. Ζώνη 14:00-15:00:
-> προβάλλονται φάρμακα και προϊόντα από εταιρείες αδυνατίσματος
- iv. Ζώνη 15:00-20:00:
-> προβάλλονται διαφημίσεις ποικίλου περιεχομένου
- v. Ζώνη 20:00-22:00:
-> προβάλλονται διαφημίσεις αυτοκινήτων, ποτών, ηλεκτρονικών προϊόντων και προϊόντων περιποίησης
- vi. Ζώνη 22:00 και μετά:
->προβάλλονται προϊόντα που αφορούν το ενήλικο κοινό



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

Συγκεφαλαιώνοντας,
θα λέγαμε ότι ο ρόλος
της διαφήμισης είναι
καθοριστικός για την
διαμόρφωση
κοινωνικών στάσεων
και καταναλωτικών
προτύπων.
Προκειμένου να
πετύχει το στόχο της
(προώθηση
προϊόντος),
καταφεύγει, άλλοτε
στην επίκληση της
λογικής αναλύοντας
τεχνικά
χαρακτηριστικά και
πλεονεκτήματα του
προϊόντος σε σχέση με
ανταγωνιστικά
προϊόντα.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- ▶ Το άτομο μπορεί να προστατευτεί από τις αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης στη ζωή του, με την βοήθεια της αγωγής και της παιδείας, που παίρνει κυρίως από την οικογένεια και το σχολείο.
- ▶ Αυτή τον καθιστά ελεύθερο και ικανό να κρίνει, να επιλέγει, να συγκρίνει και να ιεραρχεί τις ανάγκες και τις προτεραιότητες του.
- ▶ Το σχολείο επίσης, οφείλει να παρέχει στους νέους, ορθή καταναλωτική αγωγή και να τους καθιστά ικανούς να επεξεργάζονται και ελέγχουν τις πληροφορίες που δέχονται.
- ▶ Τέλος, κρίνεται αναγκαίο να σταματήσουν τα άτομα να συνδέουν την ευτυχία με την δυνατότητα αγορών και να στραφούν προς ουσιαστικότερες πηγές άντλησης, ικανοποίησης και χαράς.

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

<http://diafimisi.wikispaces.com/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7+%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD++%CF%84%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B7>

<http://dreamweaver.gr/%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%BF-internet.php>

<http://www.texnikoi.com/internet-advertising.html>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7>