

Социальная реклама (SR)



Социальная реклама – представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей.

(Закон РФ «О рекламе», статья 18)

Факторы развития SR

- SR в ходе своего развития претерпевала определенные изменения под влиянием внутренних (процесс разработки и подготовки социальных рекламных предложений) и внешних факторов:
 - Геополитический (проводимая внешняя политика страны);
 - Политический (один из способов коммуникативного обеспечения государственной деятельности);
 - Экономический (оценивается слияние социальной и коммерческой рекламы как положительное явление, нежели как отрицательное);
 - Социальный (реконструкция базовых отношений по отношению к другим людям).

Признаки SR

- В социальной рекламе максимально явственно должна быть выражена идея благовидного и/или неблаговидного поступка;
- Направленность социальной рекламы (не должно быть присутствия ни торговой марки, ни спонсора);
- Социальная реклама не имеет определенной целевой аудитории;
- Социальная реклама должна содержать выраженное повелительное наклонение;
- Социальная реклама – это искусство.

РАДОСТЬ НЕ В ПОБЕДЕ

Характеристики SR

Вид коммуникаций:

- Содержащий социально значимую идею;
- Использующие методы рекламы;
- Привлекающий внимание к социально значимой проблеме.
- Отличается массовостью, краткостью, броскостью, большая проникающая способность в различные сферы повседневности человека

304-22-01

СМД

Ранняя диагностика

За кого мы просим?

Функции SR

- Максимум привлечь внимание общества к существующей проблеме;
- Привлечь к участию тех людей и те структуры, которые могут помочь в решение проблемы;
- Сформировать благоприятное или неблагоприятное отношение общественное мнение к данной проблеме;
- Содействовать решению обозначенной проблемы.

СПАСИ И СОХРАНИ!

Рекламодатели SR

- Государство;
- Некоммерческие или общественные организации;
- Бизнес (социальная реклама выступает как компонент PR-стратегии);

Все рекламодатели используют социальную рекламу как коммуникативный инструмент в своих маркетинговых целях. Но эти цели всегда соотносены с интересами общества.

Аудитория SR

- Представляет собой рассредоточенную в пространстве и времени группу людей;
- Более узкая группа людей, мыслимая создателями, как адресат социальных рекламных посланий;
- Определение проблемы и целей социальной кампании обуславливают выбор целевых аудиторий.

Каналы распространения SR

- Печатная реклама (газета, журнал, проспект, листовка, буклет, рекламный плакат, каталог);
- Радио реклама;
- Телевидение;
- Наружная реклама (щитовая, световая, витринная реклама, реклама на транспорте).

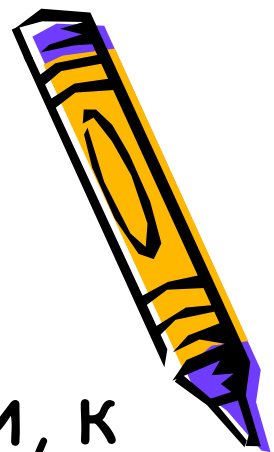
А также, кино (скрытая реклама), книги, подарки, упаковка, одежда, предметы туалета.

Эффективность SR

Это отношение результата, полученного от организатора коммуникативной деятельности, к затратам на его получение (производство и распространение SR). Эффективность измерима только в долгосрочной перспективе

Критерии эффективности SR

- Запоминаемость;
- Привлекательность;
- Информативность;
- Побудительность



SR Минздрав РФ



- **Этот замечательный налет на зубах**
Катя приобрела в течении нескольких месяцев в ближайшем киоске по 13 руб. 50 коп. за пачку. Курение вредит Вашему имиджу.
- **Минздрав не врет**

SR посвященная защите окружающей среды



- Только море могло бы оказать сопротивление
- Натуральный мех

Пропаганда контрацепции



- Реклама компании Гедеон Рихтер А.О.

Проблема «ожирения»

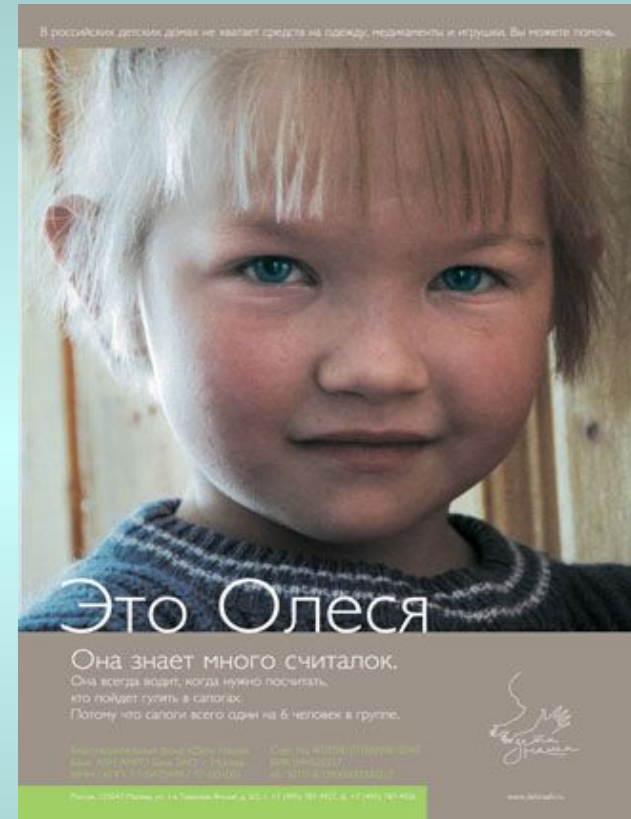


- Хотите узнать как похудеть за 1536 руб. ? Поживите на них месяц...

Проблема террора в стране

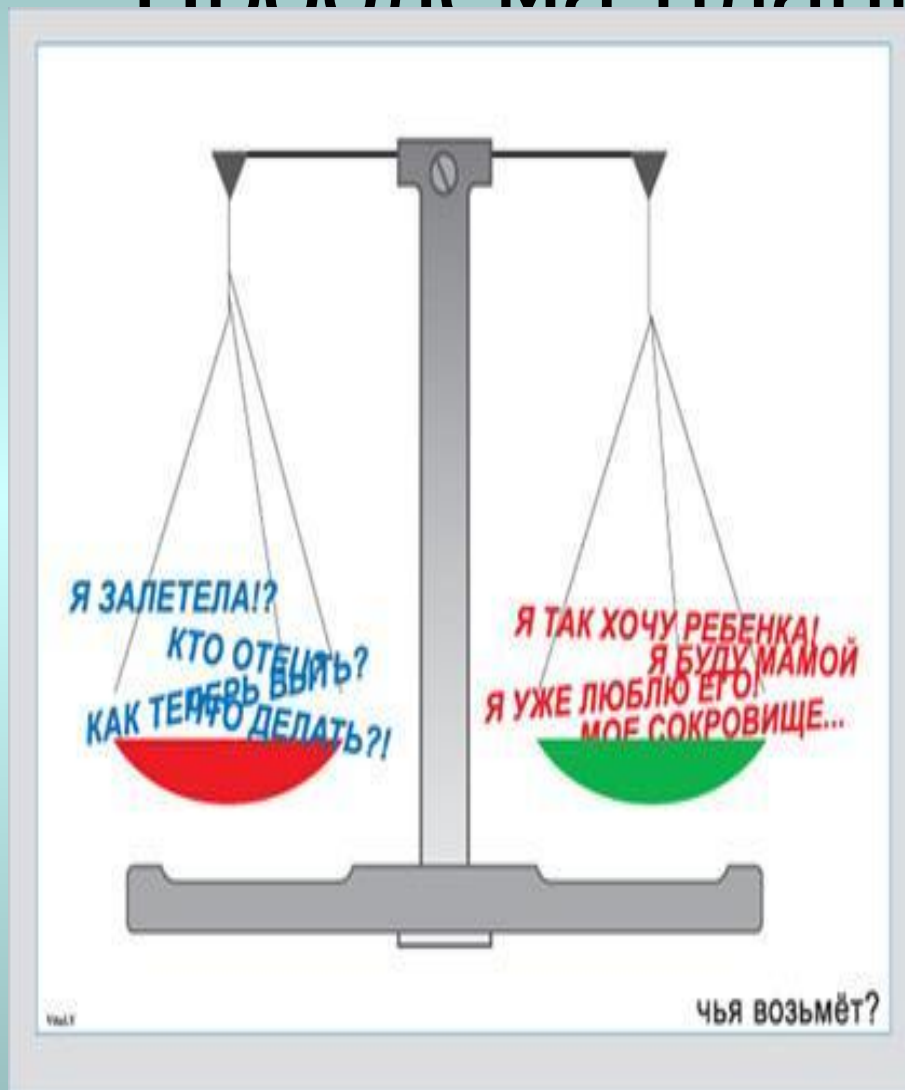


Проблема детей из детских домов



- Он слышит мысли, он чувствует тревогу, он видит сомнения, он угадывает планы. Он должен быть уверен.
- Это Олеся. Она знает много считалок. Она всегда водит, когда нужно посчитать кто пойдет гулять в сапогах. Потому что сапоги всего одни на 6 человек в группе.


Проблема планирования семьи



Рожден желанным.

Это твой малыш Ты видишь его, и у тебя замирает сердце. Нет ничего прекраснее на свете. Девять долгих месяцев ты ждала его, и он появился на свет. Спасибо за то, что доверила нам себя, позволила своему ребенку родиться здоровым. В то время, когда ты его действительно ждала. Спасибо за все то время, что мы храним твое здоровье и оберегаем от неожиданных последствий. И спасибо за то, что разрешила принести счастье в твой дом. Каждый ребенок имеет право быть желанным и любимым.

Гедон Рихтер А. О.


ГЕДЕОН РИХТЕР А.О.
Gedon Richter A.O.

A close-up photograph of a baby's face is shown. The text 'Рожден желанным.' is at the top. The main text is in the middle, and the logo and company name are at the bottom.