

# Кросскультурный маркетинг

Особенности рекламных  
кампаний в Африке

Лесник Анжелика  
группа ЭЭС-211

Рассматриваются проблемы глобализации и роль национальной культуры, проводятся исследования международной маркетинговой среды, описываются кросскультурные маркетинговые решения.



# Рекламные кампании в Африке



с одной стороны страна глубокого душевного креатива и философских, задумчивых роликов для финансовых или нефтяных корпораций; страна глубокого понимания общественных проблем и человеческих трудностей. А с другой стороны, в африканцах генетически заложена жизнерадостность и чувство юмора.

Ключевые агентства этого региона —

**TBWA/Hunt/Lascaris, Jupiter Drawing Room,**

**NetWork#BBDO.** Южноафриканцы не любят

иностранные места для съемок — почти всегда снимают у себя дома, показывая свою жизнь такой, как она есть.

У африканцев свои традиции и даже реклама у них не такая, как у нас. Большая часть наружной рекламы вовсе не печатается, а рисуется вручную. Это что-то наподобие граффити только с рекламным подтекстом. Под рекламу довольно часто арендуется не просто кусочек стены, а целое здание, которое впоследствии разрисовывается вручную либо целиком, либо частично. Таким зданием может являться не только общественное место, но и большой жилой дом (представьте такое у нас и ужаснитесь, бабушки будут в бешенстве!). Для маленьких африканских городов такой вид рекламы особенности характерен.

В Африке тоже пьют Кока-Колу, а как же иначе? Вот так обычное здание, располагающееся между Момбасой и Малинди, стало культом этого газированного напитка.



Сотовый оператор «Zain» знает как найти новых пользователей. Почти все забегаловки в Кении выкрашены в сиреневые и жёлтые цвета — цвета оператора «Zain».



А вот и реклама кормов для животных. Животных в Африке порядочно, поэтому корм нужен всегда и везде. Стены сараев в Найроби разрисованы очень «рекламно», курочка снесла аж 20 яиц!



Политическая реклама добралась и до баобаба. Дерево жалко...



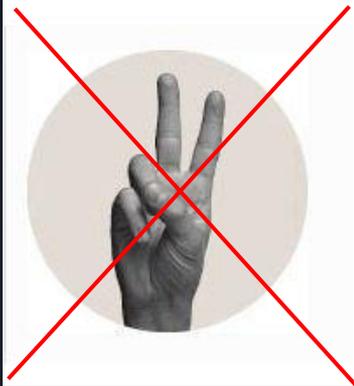
"Умирает один,  
плачут  
миллионы.  
Умирает  
миллион, НИКТО  
не плачет."



Когда американский производитель детского питания Gerber начал продавать в Африке свою продукцию в той же упаковке, что и везде: с изображением милой детской мордашки, местные жители не стали покупать этот товар. Они привыкли, что на упаковке изображено содержимое банки, ведь большинство африканцев не умеют читать по-английски, и никто не хотел есть «симпатичных малышей»



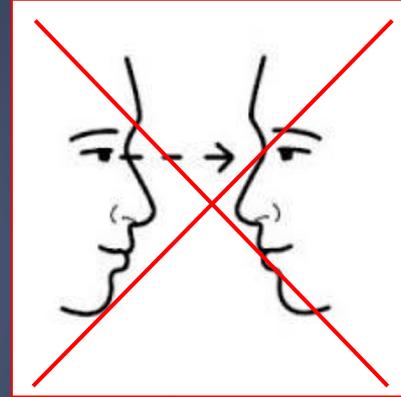
# особенности жестов в Африке



негатив



замолчи



В Африке не принято пристально смотреть собеседнику в глаза. Продолжительный прямой взгляд на человека считается бесстыдством.

Спасибо за внимание!

