

Nyolcadik lecke A reklámok befolyása

Elmének oktatása és irányítása a leglényegesebb tett a boldogság és a siker eléréséhez.

Gyakran használt reklámozási technikák

- **Információ:** egyszerű információk, tények bemutatása
- **Státusz:** összefüggést teremt a terméket használók és a sikeres, gazdag emberek között; ezáltal a termék amolyan státuszszimbolummá válik, és segíti a sznobizmus terjedését
- **Haveri kör jóváhagyása:** összefüggést teremt az adott termék használata és a csoport/haverok általi elfogadás között
- **Hős általi felkarolás:** összefüggés teremtése a termék használata és egy közismert személy között
- **Fizikai vonzalom:** a termék használatát a mások iránti erős fizikai vonzalommal azonosítja
- **Szórakozás:** a termék használatát szórakozással és általános jóléttel hozza összefüggésbe
- **Intelligencia:** a terméket okos emberekkel hozza összefüggésbe, akiket nehéz átverni
- **Függetlenség:** összefüggés az egyedül gondolkodni tudó emberek és a termék között
- **Befejezetlen hasonlat:** olyan mondatokat használ, mint „Nagyobb teljesítmény esős időben!” – mihez viszonyítva nagyobb?
- **Garancia:** gyakori kijelentések, mint „életfogytiglani garancia”, vagy „garantált elégedettség, különben a visszakapod a pénzed”
- **Sürgösség, ritka alkalom:** az eladó egy hamis sürgösségi érzést kelt, kijelentve, hogy fogytán már a termék vagy az idő
- **Viszonylagos ellentétek:** az eladó először egy nem kívánatos lehetőséget kínál, ez jobb fényben tünteti fel a következő lehetőséget
- **Számokra vagy tudományos kutatásokra való hivatkozás:** „tízből kilenc” jól hangzik, de nehezen bizonyítható
- **Lemondási lehetőség:** a termék automatikusan érkezik, ha nem mondod vissza a rendelést és fizetést; gyakran használják a könyvek és CD-k eladására

Félrevezető és becsapó technikák

„csali és csere”

- a reklám becsalogatja a vevőket az üzletbe egy hihetetlenül jónak hangzó ajánlattal. Amint a vevő bent van a boltban, azt mondják nekik, hogy a reklámon látott termék már elfogyott, de ajánlanak helyette egy másikat, drágábbat.
- Sokszor agresszív, nyomásgyakorló eladási módszert alkalmaznak
- Sok országban törvénytelen

Félelmek kihasználása

- a reklám felerősíti és kihasználja a fogyasztó különböző félelmeit

Bevásárlóközpontok “szuper ajánlatai”

- olyan termékek hirdetése, amelyekből nincs raktáron vagy melyek a vásárlók számára helyben nem elérhetők a hirdetett áron

Összefüggéséből kiemelt idézet

- ismert személy által kimondott hozzáfűzés, mondat, vagy történetből kivágott szövegrész, amelyekkel az illető termék ajánlását próbálják elhitetni

Gyors meggazdagodási módszerek

- a reklám lehetőséget hirdet rövid idő alatt sok pénz keresésére, minimális erőfeszítéssel

Egészségügyi átverés

- egyik napról a másikra való gyógyulás, felépülés ígérete
- “hosszú évek” kísérlete alapján kifejlesztett termékek, amelyek “bizonyítottan pozitív hatással vannak” a fogyasztóra
- Orvosok, szakemberek és elégedett fogyasztók ún. vallomásai

Megtévesztő termékbeutatók

- A termék neve nagyon hasonlít egy közismert termék nevéhez (szinte azonos nevek)
- A termék piaci áron aluli kínálata “csak itt, csak most, csak neked”
- A termékleírás felületetes, homályos

Hogyan elemezzük a reklámokat?

Alapvető kérdések feltevése:

- Milyen érzéseket kelt bennem a reklám?
- Nézz az érzéseken túl, és próbáld eldönteni mi is a reklám igazi üzenete? Mit mond és mit nem a termékről?
- Melyek a termék fő tulajdonságai, előnyei?
- Feltétlenül szükséged van ezekre? Teljesen biztos vagy benne?

Amint nézed a reklámokat, olvasod a hirdetéseket...

- Keresd az átverést és megtévesztést bennük
- Légy felkészülve a félrevezető reklámokra (amelyek túlzásokat állítanak a termékről, szolgáltatásról)
- Olvasd el az apró betűs írást, és légy figyelmes

Tevékenységek

Gyűjts olyan reklámokat, amelyek tetszenek és amelyek nem tetszenek. Figyeld a tv reklámokat, és internetes hirdetéseket. Ha lehet, filmezd le őket, és hozd el az osztályba.

Miután összegyűjtötted őket, válaszolj az alábbi kérdésekre

Mi tetszik az összegyűjtött reklámokban?

Mi nem tetszik az összegyűjtött reklámokban?

Ragaszd ki az osztályban a félrevezető hirdetéseket.

Magyarázd meg mi a félrevezető hirdetés.

Sorold fel a használt félrevezető technikákat minden reklám esetében!

A fogyasztók hogyan tudják magukat megvédeni ezek ellen?

Készítsél reklámot!

Oszoljatok csoportokra. Minden csoport reklámot készít egy bizonyos termékről, szolgáltatásról, amit az osztálynak is bemutat. KészüljeteK válaszolni a következő kérdésekre:

Kinek akarjátok eladni a terméket?

Milyen technikákat használtatok a reklám készítésekor?

Használtatok-e megtévesztő, becsapó technikákat?

Ismeretfelmérő

Az üresen hagyott helyre írd be annak a reklámtechnikának a betűjét, amely talál a leíráshoz.

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) csatlakozz a bandához | f) félelmek kihasználása | j) garanciák |
| b) hős általi dícséret | g) fizikai vonzalom | k) egyedülálló lehetőség |
| c) befejezetlen hasonlat | h) lemondási lehetőség | l) tudományos |
| d) függetlenség | i) számokra való | hivatkozások |
| e) gazdagodj meg gyorsan | hivatkozás | m) bevált mondások |

1. ___ Küldd el ezt az űrlapot a megjelölt címre, és ezután havonta 3 CD-t fogsz kapni. Ha bármikor úgy döntesz, hogy nem kellene a CD-k, 10 napon belül visszaküldheted őket.
2. ___ Ha képes vagy egyedül és önállóan dönteni, próbáld ki egyik autónkat, hogy egyedülálló élményben legyen részed.
3. ___ Ígérjük, hogy az új aksija életfogytiglanig fog működni, különben visszaadjuk a pénzt.
4. ___ Ez a mosogatószer jobban hat az olajfoltokra és a többi piszokfoltokra is.
5. ___ Őt fogorvosból négy ezt a fogkérmet ajánlja.
6. ___ Mindenki más már használja ezt a terméket. Te miért nem?
7. ___ Ebben az árban csak korlátozott ideig! Vásárolj most, mert ezután nem lesz ilyen lehetőséged.
8. ___ Neves orvosok sokéves kutatásai alapján egy olyan pirulát hoztunk létre, amelyet ha evés előtt egy órával beveszel, bármennyit és bármit ehetsz anélkül, hogy meghízna.
9. ___ Azon találsz magad, hogy egy reklám ismert dallamát dúdolod.
10. ___ Ha XY, az ismert sportoló, ilyen nevű fehérműt visel, te miért ne viselnéd?
11. ___ Csak egyetlen csepp a parfümünkből és soha nem lesz többé egyedül a szombati estén.
12. ___ Dolgozz otthonról, napi 4 órát, és keress 5000 eurót havonta.
13. ___ Ha attól félsz, hogy megint elvágna a vizsgán, rendeld meg tőlünk az oktatási CD-nt, amely megtanít tanulni és a vizsgákon sikeresen szerepelni.

Válaszolj az alábbi kérdésekre!

14. Magyarázd meg a „csali és csere” tehnikát, és adj rá példát.

15. Magyarázd meg a bevásárlóközpontok „szuper ajánlat” és adj példát rá.

16. Magyarázd meg az „egyedülálló lehetőség” tehnikát, és adj rá példát.

17. Magyarázd meg a tudományos hivatkozás technikáját és adj példát rá.

Kvíz – nyolcadik lecke

Igaz / hamis

1. ____ A reklámbeli befejezetlen hasonlat hiányos információt ad a fogyasztónak.
2. ____ Etikátlan olyan terméket reklámozni amely nincs raktáron.
3. ____ A tv-beli eladási műsor jó példa a "csali és csere" technikára.
4. ____ A reklámban bemutatott vásárlói vélemények hasznos információkat adnak a termékről.
5. ____ A sürgősségre hivatkozó ajánlatokat („csak itt, csak most, csak neked”) óvatosan kell elemezni, mert gyanús.

Válaszd ki a helyeset

6. Amikor a reklámban egy közismert személy szerepel, jó példa a ____ technikára.

- A. csoport jóváhagyása
- B. befejezetlen hasonlat
- C. státusz
- D. hős általi dicséret

7. A könyvek, CD-k esetében gyakran használják a ____ technikát:

- A. viszonylagos ellentét
- B. számszerű tények
- C. befejezetlen hasonlat
- D. visszamondási lehetőség

8. A(z) ____ jó példa az etikátlan reklámmódszerre.

- A. tv eladási műsor
- B. összefüggésből kiemelt idézet
- C. otthoni munkát ajánlás
- D. reklámbeli árösszehasonlítás

9. Megtévesztő reklámra jó példa a(z) ____ technika:

- A. hős általi felkarolás
- B. gyors meggazdagodási mód
- C. félelmek kihasználása
- D. közmondások idézete

10. A reklámba foglalt leghasznosabb információ a(z) ____ lenne.

- A. ár
- B. felhasználók véleménye
- C. a termék tartozékainak listája
- D. tudományos hivatkozások