

# HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK

# GİRİŞ

- Daha önce halkla ilişkiler ile reklamcılık faaliyetlerinin farkına değinmiştik.
- Reklam, bir kuruluşun satışını destekleyen, o ürünle ilgili bilgi veren, zorlamaksızın satın almaya yönlendiren faaliyetlerdir.
- Reklam aldatıcı olmamalı, müşterilerin güvenini kazanmayı hedeflemelidir.

# REKLAMCILIK

- En basit şekliyle bir ürün ya da düşüncenin iletişim araçlarında ilki olarak bedel veya ücret ödenerek genellikle kişisel olmayan biçimde tanıtılmasına reklam denir.
- Reklam mal veya hizmetlerin geniş kitlelere duyurulması ve benimsetilmesidir.
- Reklamı veren kuruluş aracı kuruluşa reklam için bir ücret öder.
- Hafta ilişkiler faaliyetlerinde reklamın önemli bir yeri vardır.
- Reklamın gücü geniş bir kitle sen izleyiciye ulaşarak ürün ve hizmet için talep uyandırabilmektir.

# REKLAMCILIK

- Reklamın tarihsel geçmişi 3000 yıl öncesine kadar gider. Bundan 3000 yıl önce bir papirüse yazılan bir çeşit duyuru ilk reklam olarak kabul edilir.
- Eski Roma Yunan ve Mısır'da yapılan arkeolojik kazılar da reklama rastlanmıştır.
- İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra reklam çok kullanılmaya başlandı. 1960'lı yıllar ise reklamın yepyeni bir anlam kazandı dönemdir.
- 1970'li yılların başında Dünya petrol krizi kurumsal reklamcılığın yayılmasındaki başlıca etmenlerden birisi olmuştur.
- Teknolojik gelişmeler, medya yapılanması, artan nüfus, yaşam tarzı gibi bir çok faktörün katkısı ile reklam farklı ülkelerde farklı yönleriyle ön plana çıkabilmektedir.

# REKLAMIN AMACI

- Yeni ürün ve hizmeti pazara sunmak.
- Dar bir grubun kullandığı malı geniş kitlelere yaymak.
- Kurum imajı ve markaya bağlılığı oluşturmak.
- Malın özelliklerini anlatarak satıcılara yardımcı olmak.
- Talep düzeyini korumak.
- Satıcıların ulaşamadıkları insanlara ulaşmak.
- Ön yargıları, yanlış ve olumsuz izlenimleri düzeltmek.
- Tüketicileri eğitmek.

# REKLAMCILIĞIN İLKELERİ

- Halkla ilişkilerin temelinde dürüstlük yatar. Oysa reklamcılıkta temel ilke dürüstlük değil, satış yapmaktır.
- SIMPLE ve AIDA formülleri, başarılı reklamın ilkelerini özetler.

# REKLAMCILIĞIN İLKELERİ

- **SIMPLE**
  - **STOP** (Hedefi Durdur):
  - **INTEREST** (İlgisini Çek):
  - **MAKE WANT** (İstek Oluştur):
  - **PERSUADE** (Satışa İkna Et):
  - **LODGE ARGUMENT** (Malın İyiliğini Tartış):
  - **EASE** (Kolaylaştır):

# REKLAMCILIĞIN İLKELERİ

- **AIDA**
  - **ATTENTION** (Dikkat):
  - **INTEREST** (İlgisini Çek):
  - **DESIRE** (İstek):
  - **ACTION** (Eylem):



# REKLAMCILIĞIN İLKELELERİ

- Bu formüllerin dışında reklamcılığı temel ilkeleri aşağıdaki gibidir:
- Önce aşinalık yaratmak gerekir. Bunun sonucu hedef kitle o ürüne istek duymaya başlar.
- İnsanların çoğu unutkanlıdır. Reklam, o ürünü hatırlatmış olur.
- Reklamın işlevi haber vermektir. Böylece ilgi uyandırılır ve ilgi isteğe dönüşür.
- Reklam, ataleti değiştirir ve harekete geçişi sağlar.
- Reklam bir ürünü marka haline getirir.

# REKLAMCILIĞIN İLKELERİ

- Reklam, içeriğine göre pek çok sınıfa ayrılır:
- İçerdiği mesaj açısından reklamlar: ürün konulu, hizmet konulu, fikir konulu reklamlar
- Hedeflenen kitle acısı açısından reklamlar: tüketici veya üreticiye yönelik reklam
- Kitle iletişim araçlarının kullanımını açısından reklamlar: TV, dergi, radyo, sinema, internet, sosyal medya, açık hava vs...

# REKLAMCILIĞIN İLKELEERİ

- Bir diğer sınıflandırma ise aŗağıdaki gibidir.
- Önce Reklam: ilk defa pazara çıkacak mal veya hizmeti tanıtmayı amaçlar. Marka daha geri plandadır.
- Rekabet Edici Reklam: marka tercihi yaptırmak amaçlıdır. Rakipleri elemeyi hedefler.
- Hatırlatıcı Reklam: satışlarda azalma olduğunda çok kullanılır. Bilinen mal veya hizmeti hatırlatmayı amaçlar.
- Kolektif Reklam: genel olarak bir mal veya hizmetin, şehir, yörenin ortak reklamıdır. Ortak yarar ilkesine dayanır.
- Ticari Reklam: belirli bir markanın reklamıdır.

# REKLAMIN FONKSİYONKLARI

- Bilgi verme
- İkna ktme
- Hatırlatma
- Değer katma
- Kuruluşun çabalarına katkı sağlama