

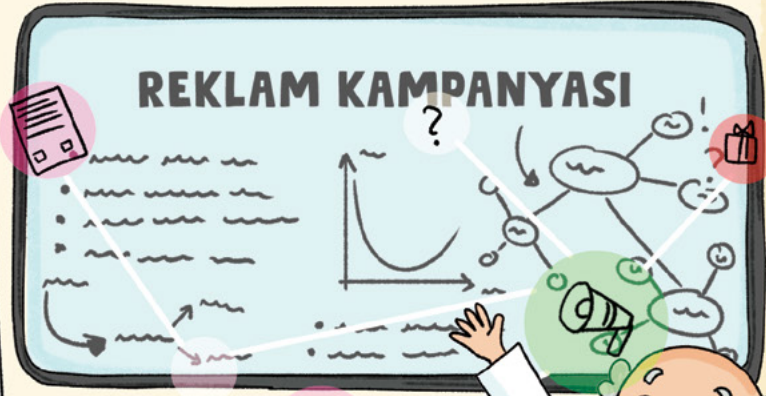
Reklamlar!

Arabayla yolculuk ederken dinlediğiniz radyoda, sevdiğiniz bir programı izlerken televizyonda, yürürken önünden geçtiğiniz reklam panolarında... Kısacası günlük yaşantınızda birçok yerde karşınıza reklamlar çıkar. Her zaman olmasa da birçoğu ilginizi çekmeyi başarır. Peki reklamlar neden var ve onları ilgi çekici kılan nedir? Bu sorulara birlikte yanıt aramaya ne dersiniz?

Reklam, bireyleri bir davranışa yönlendirme amacıyla yapılan duyuru olarak tanımlanabilir. Yönlendirilmek istenen davranış genellikle bir ürünün satın alınması olsa da bir etkinliğe katılmak, bir gösteriyi izlemek gibi pek çok farklı şey olabilir. Örneğin okulunuzda satranç turnuvası yapılacağını duyuran bir afiş görüp bu turnuvaya katılmak için başvuruda bulunduğunuzda reklam amacına ulaşmış olur.



Yeni bir ürün ürettiğinizi düşünün. Ürününüzü satarak kazanç elde etmek istiyorsunuz. Ancak çevrenizde bu ürüne gereksinimi olan çok fazla kişi yok. O zaman yapmanız gereken, bu ürüne gereksinimi olabilecek ve ürünle ilgilenebilecek kişilerin yani hedef kitlenizin bundan haberdar olmasını sağlamaktır. Bu yüzden de ürünün tanıtımının yapılması için reklama başvurursunuz. Tanıtım için yürütülen sistemli çalışmaya reklam kampanyası denir ve reklamla ilgili tüm süreçleri kapsar.



Üretici, kendisi reklam yapabileceği gibi reklamcılarla ve farklı sektörlerle çalışabilir. Ürünün tanıtımına uygun reklam kampanyası belirlenir. Kullanılan tekniklere, içerik ve hedef kitlenin büyüklüğüne göre de reklama ayrılması gereken bütçe değişir. Bu durumu bir örnekle açıklayabiliriz: Otobüs duraklarının ve iş yerlerinin çok fazla olduğu işlek bir caddedeki reklam panosunu gün içinde binlerce kişi görebilir. Ancak kalabalık olmayan, sakin caddelerde reklam panosunu göreceği kişi sayısı daha azdır. Bu yüzden işlek bir caddede reklam yayımlamak daha çok tercih edileceği için buradaki panonun reklam ücreti daha fazla olur.



Kimi zaman bir televizyon programında ya da filmde, kişi ve karakterleri bir ürünü kullanırken görürüz. Hatta ürünün markasını görür ve çeşitli özelliklerini de öğrenebiliriz. Bu olay ürün yerleştirme olarak adlandırılır ve günümüzde sık kullanılan reklam çeşitlerinden biridir. İşlek cadde örneğimize benzer biçimde, ürün yerleştirmeler genelde izlenme oranı çok yüksek olan yapımlarda kullanılır. Bu yapımlarda reklam yayımlamak için gereken ücret de yine diğerlerinden fazla olur.

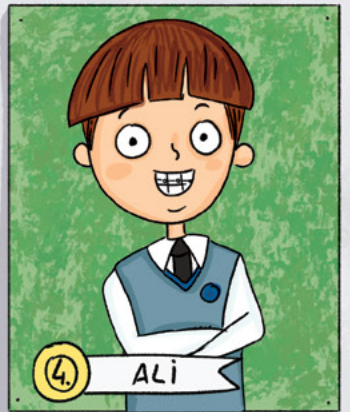
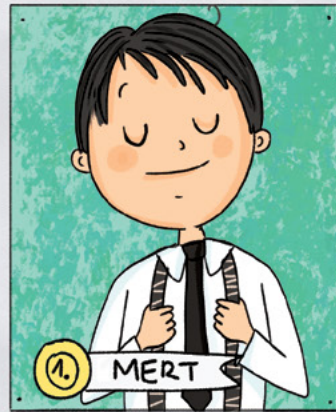


Yeni bir dergi aldık bugün. Çok ilginç bilgiler varmış sayfalarında.

Reklam tabii ki yalnızca yeni bir ürünü tanıtmak amacıyla yapılmaz. Markalar kendilerini hatırlatmak, güncelliğini korumak için reklama başvurabilir. İndirimler ya da çeşitli kampanyalar hakkında bilgi verilebilir.

OKUL BAŞKANI ADAYLARI

Kişiler de kendilerini tanıtmak için reklam teknikleri kullanabilir. "Nasıl yani?" diye aklınızdan geçirdiyseniz bir örnekle açıklayalım. Okullar açıldı. Yeni dönemde, yeni bir okul başkanı seçimi var. Bunun için okulunuzda başkanlığa aday olan kişiler kendilerini tanıtmak ve yapacakları yeniliklerden bahsetmek için reklam kampanyasına gereksinim duyacaktır. Kendilerini tanıtan afişler hazırlayıp okulunuzun panolarına asabilir, broşür dağıtabilir, belki çevrimiçi ortamda kendini tanıtan bir internet sayfası bile hazırlayıp adresini sizlerle paylaşabilirler.



Reklam kampanyalarında kullanılan teknik kadar tekniğin nasıl uygulandığı da önemlidir. Bir radyo reklamında görsel reklam öğelerinden yararlanılamaz. Bu nedenle sesli reklam tekniklerine başvurmak gerekir. Sesli reklamın da temel ögesi ses olduğuna göre bunun üzerine iyi çalışmak gerekiyor. Dikkat çekici, akılda kalan bir melodi ya da coşkulu bir sesle konuşan seslendirme sanatçısı, sesli reklamlarda çok etkili olabilir. Sizin de aklınızda yer eden reklam müzikleri var mı? Eğer varsa bunun başarılı bir reklam kampanyası olduğunu düşünebiliriz belki de ne dersiniz?



Bilim Çocuk dergisi sesli yayınları her ayın 15'inde çevrim içi ortamlarda.



Bir televizyon reklamında yer alan kişinin de önemli olduğunu söyleyebiliriz. Markaların, hedef kitlelerine güven duygusu hissettirmek için ünlülerle ya da ilgili mesleklerden kişilerle çalışması çok sık tercih edilen bir durum. Tanıdığınız bir ünlünün kullanıp önerdiği bir ürün size daha hoş gelebilir ve o kişi önerdiği için güvenilir görünebilir. Bir spor giyim mağazasının reklamında başarılı bir sporcuyla görmek ilginizi çekmez miydi?



Peki görsel tekniklerden yararlanan reklamlarda renklerin de oldukça önemli olduğunu biliyor muydunuz? Çünkü renklerin insanların üzerinde farklı etkileri olduğu düşünülüyor.



Yemek markalarının reklamlarını ve logolarını gözünüzde canlandırın. Pek çoğunda ortak olan bir renk fark ettiniz mi? Kırmızı rengin insanları harekete geçiren, dikkati üzerine toplayan ve iştah açan bir etki oluşturduğunu belirten araştırmalar var. Bu nedenle pek çok yemek reklamında kırmızı rengi görürsünüz. Hatta pek çok mağazada indirim kampanyaları kırmızı afişlerle gösterilir. Hem dikkatinizi çekmesi hem de hızlı bir biçimde harekete geçmenizi sağlaması için.

Mavi renge gelirse onun da güven, samimiyet, saflık ve temizlik gibi hisler uyandırdığı düşünülür. Bu nedenle hedef kitleye tutarlı, güvenilir ve temiz olduğunu hissettirmeyi amaçlayan reklamlarda sık sık tercih edilir. Örneğin içme suyu markalarının hemen hepsinin görsel tanıtımlarında mavi rengi görürüz.



Diğer renklerin ne gibi etkileri olduğunu araştırmaya ne dersiniz?