

УНІКАЛЬНА ТОРГОВА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОГО ЗВЕРНЕННЯ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТМ «DOLE»

Прихожай К.І.

Розумей С.Б.

Автор теорії унікальної торгової пропозиції Р. Рівс для досягнення максимального ефекту від рекламної кампанії пропонує при розробці рекламного звернення використовувати тільки одну унікальну ідею, яка не повторюється в рекламі конкурентів.

Сьогодні раціон жителя сучасного світу важко уявити без бананів, їх споживання щорічно росте, саме тому метою даного дослідження було обрано розроблення рекламного звернення для просування бананів ТМ «DOLE».

До рекламування бананів в різних країнах світу існують різні підходи, у Намібії основною ідеєю є: сафарі на банани, в Росії – це викорінювання світового зла за допомогою споживання бананів тощо. Наприкінці ХХ ст. учені довели, що банани містять речовини, які викликають приплив сил, енергії, підвищують розумові здібності людини, заспокоюють нервову систему, тобто банан – це фрукт-антидепресант. Саме на цьому заснована унікальна торгова пропозиція щодо рекламування бананів. Тобто, не дивлячись на поганий настрій, пригніченість, депресію, з'ївши банан ТМ Dole і зарядившись гормоном щастя, ви станете щасливими!