

Nazwa:       Specjalista do spraw reklamy

Kod:         243107

Synteza:       Nakłania do zakupu produktów lub usług, w celu zwiększenia obrotów i zysków zleceniodawcy, poprzez przekazywanie potencjalnym nabywcom odpowiednio przygotowanych informacji wzbudzających w nich potrzebę zakupu; określa miejsce i cel reklamy oraz jej adresatów w ogólnej strategii przedsiębiorstwa; ustala budżet reklamowy; dokonuje doboru treści reklamowych, wyboru mediów oraz formy przekazu reklamowego.

Zadania zawodowe:       

- kontaktowanie się ze zleceniodawcą w celu reklamy produktów lub usług, zapoznavanie się z produktem, który ma być przedmiotem reklamy;
- opracowywanie kompleksowych kampanii reklamowych produktów lub usług zleczanych przez klienta, z uwzględnieniem poczynañ konkurencji w określonej dziedzinie oraz metod reklamy przez nią stosowanych, a także wyników badań rynkowych, pozwalających określić upodobania klientów, motywy zakupu towarów oraz wielkość zapotrzebowania na dany produkt lub usługę;
- opracowywanie budżetu kampanii reklamowej, pozwalającego zleceniodawcy zaplanować koszty związane z reklamą produktu lub usługi;
- podejmowanie decyzji o formach i kierunkach prowadzonej reklamy produktów lub usług;
- dobór treści reklamowych: tworzenie haseł i sloganów reklamowych, tekstów reklam, scenariuszy ich wersji telewizyjnych lub radiowych, projektów graficznych plakatów, folderów itp.;
- ustalanie sposobu prezentacji treści reklamowych; formy tekstu, np. opowiadania, demonstracji problemu i jego rozwiązania, np. zastosowanie scen z życia lub efektów specjalnych itp.;
- dokonywanie wyboru najbardziej skutecznych nośników reklamy, m.in. pod względem ich cech fizycznych, np. trwałości, ich selektywności, zasięgu oddziaływania, prestiżu nośnika reklamy, sposobu korzystania z danego nośnika itp.;
- dokonywanie wyboru mediów (środków przekazu) do przenoszenia treści reklam: reklama radiowa, telewizyjna, prasowa, oraz mediów wspomagających: reklama pod gołym niebem, tablice ogłoszeniowe, tablice reklamowe (billoardy), szyldy, flagi, transparenty, balony, wydawnictwa reklamowe, takie jak: ulotki, broszury, katalogi, listy reklamowe, galanteria reklamowa (gadżety), filmy, kasety wideo itp.;
- wykupywanie czasu antenowego lub miejsca na łamach gazet i czasopism;
- współpraca z plastykami, reżyserami filmowymi, badaczami rynku itp.