Adresaci reklamy

Gdy już wybierzemy cel reklamy, musimy wybrać adresatów reklamy, czyli osoby, do których będzie ona skierowana. Jest to uzależnione od strategii segmentacji rynku, co oznacza podział rynku na jednorodne grupy nabywców (segmenty) oraz wybranych segmentów operacyjnych. Segmentacja jest dokonywana według różnych kryteriów, np. [tamże, s. 82.]:

– osiągane dochody

– wiek

– płeć

– preferencje itp.

Dzięki segmentacji można trafniej dostosować treść i nośniki reklamy. Jednocześnie takie działanie jest tańsze, niż oddziaływanie na cały rynek, który składa się w dużej mierze z osób, które nie zostaną klientami firmy.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.