

Przykłady wybranych fragmentów prac egzaminacyjnych z komentarzami technik organizacji reklamy 342[01]

Zadanie egzaminacyjne

W stutysięcznym mieście powstała nowa firma sprzątająca „Gwarant”. W zależności od pory roku firma oferuje wiele usług skierowanych głównie do wspólnot i spółdzielni mieszkaniowych oraz właścicieli domów jednorodzinnych. Najważniejszym celem kampanii reklamowej jest zbudowanie silnej marki i w rezultacie pozyskanie jak największej ilości strategicznych klientów. Firma chce być postrzegana w swoim mieście jako nowoczesna, kompetentna, posiadająca szeroką ofertę oraz konkurencyjne ceny i krótkie terminy realizacji zleceń.

Opracuj projekt realizacji prac związanych z przygotowaniem kampanii reklamowej i wykonaniem naklejki samoprzylepnej dla firmy „Gwarant”.

Projekt realizacji prac powinien zawierać:

1. Tytuł pracy egzaminacyjnej.
2. Założenia, czyli dane niezbędne do opracowania projektu, wynikające z treści zadania i załączonej dokumentacji.
3. Plan reklamowy zapisany w formie tabelarycznej uwzględniający:
 - cele kampanii,
 - określenie grupy docelowej,
 - dobór treści przekazu reklamowego,
 - wybór czterech środków reklamowych,
 - sposób dystrybucji każdego z wybranych środków reklamowych.
4. Wykaz sześciu elementów systemu identyfikacji wizualnej koniecznych do zareklamowania marki, na których powinien znajdować się znak firmy „Gwarant” w podanej kolorystyce.
5. Propozycję sloganu reklamującego markę.
6. Propozycję graficzną naklejki samoprzylepnej formatu A5 zawierającej znak firmowy, numer telefonu i slogan oraz inne elementy graficzne.
7. Makietę naklejki w skali 1:1 oraz propozycję nakładu i techniki druku naklejek samoprzylepnych.

Do opracowania projektu realizacji prac wykorzystaj:

Informacje od klienta – Załącznik 1

Znak firmy „Gwarant” – Załącznik 2

Dwustronną ulotkę reklamową firmy „Gwarant” – Załącznik 3

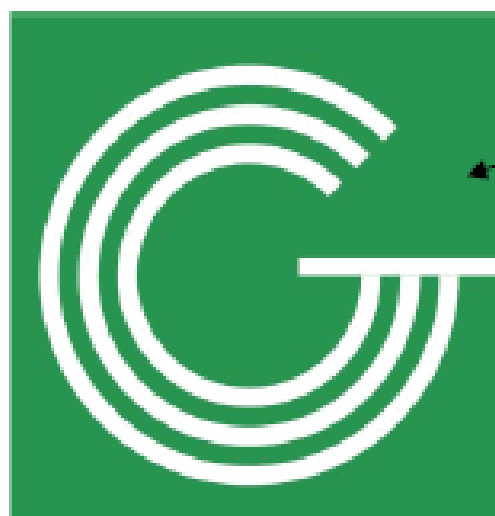
Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Załącznik 1

Informacje od klienta

- Przygotowywana kampania reklamowa ma być przeprowadzona tylko na terenie miasta.
- Firma posiada własne środki transportowe i sprzęt techniczny.
- Firma „Gwarant” sama zdecyduje o wielkości budżetu reklamowego i przeprowadzi badania skuteczności reklamy.
- Środki reklamowe należy dobrać odpowiednio do przedmiotu, celów i adresatów kampanii reklamowej.
- Naklejka samoprzylepna formatu A5 ma być swego rodzaju „pieczętką” firmy, służącą do rozlepiania na klatkach schodowych sprzątanym budynków, środkach transportu i sprzęcie firmy.
- Propozycja graficzna naklejki powinna być wykonana w postaci odrębnego szkicu.
- W makiecie naklejki należy uwzględnić kompozycję poszczególnych elementów (znak firmowy, numer telefonu, slogan, inne elementy graficzne), określenie kroju pisma i opis (nazwę) zastosowanych kolorów.
- Zaproponować nakład i technikę druku naklejek.

Znak firmy „Gwarant”.



zielony

czarny

GWARANT

firma usługowa

zielony






Nazwa kroju pisma: Arial

Dwustronna ulotka reklamowa firmy „Gwarant”

Strona 2

	<p>GWARANT FIRMA GOSPODARSTWA 20-570 MISZA, ul. Słoneczników 25/3, tel 053 680 969 www.gwarant.pl</p> <p>Zatrudniamy ponad 50 pracowników Posiadamy własne środki transportu i sprzęt techniczny</p>
	<p>JESIEŃ / ZIMA</p> <p>Usługi ogrodnicze: grabienie i wywóz liści zabezpieczenie roślin przed zimą</p>
	<p>Usługi porządkowe: odśnieżanie ręczne i maszynowe wywóz zgromadzonego śniegu usuwanie skutków gołębiedzi mycie, czyszczenie elementów aluminiowych</p>
	<p>Drobne naprawy: czyszczenie urządzeń alarmowych i przeciwpodporowych mycie kontaktów prądowych desykatyzacja piwnic usuwanie graffiti</p>
	<p>Usługi specjalistyczne: maszynowe odśnieżanie dróg uwarstwowanych odśnieżanie dachów zabezpieczanie antypoślizgowe posadzek maszynowe polewanie powierzchni płaskich kryształizacja marmurów</p>

Strona 1

	<p>GWARANT FIRMA GOSPODARSTWA 20-570 MISZA, ul. Słoneczników 25/3, tel 053 680 969 www.gwarant.pl</p> <p>Zatrudniamy ponad 50 pracowników Posiadamy własne środki transportu i sprzęt techniczny</p>
	<p>WIOSNA / LATO</p> <p>Usługi ogrodnicze: prycinanie gałęzi i żywopłotów grabienie i koszenie trawy sadzenie drzew, krzewów i kwiatów</p>
	<p>Usługi porządkowe: mycie okien mycie ścianek schodowych mycie lamp zamiatanie chodników</p>
	<p>Drobne naprawy: wymiana żarówek przyklepanie tabliczek obcięty liczników</p>
	<p>Usługi specjalistyczne: usługi skorowankami automatycznymi usługi polewkami lanczowymi usługi myjkami wysokociśnieniowymi mycie elewacji plany zagospodarowania zieleni konserwacja posadzok</p>

1. W pracach egzaminacyjnych oceniane były:

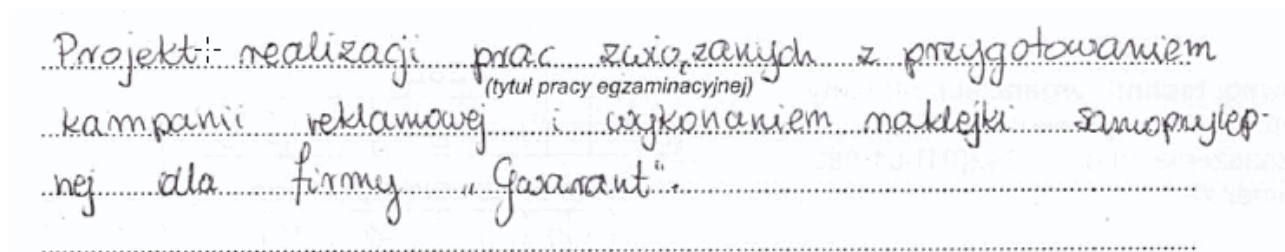
- I. Tytuł pracy egzaminacyjnej.
- II. Założenia.
- III. Zapisany w formie tabelarycznej plan reklamowy.
- IV. Wykaz sześciu elementów systemu identyfikacji wizualnej koniecznych do zareklamowania marki, na których powinien znajdować się znak firmy "Gwarant" w podanej kolorystyce.
- V. Propozycja sloganu reklamującego markę.
- VI. Propozycja graficzna naklejki samoprzylepnej i makieta naklejki w skali 1:1.
- VII. Propozycja nakładu i techniki druku naklejek samoprzylepnych.
- VIII. Praca egzaminacyjna jako całość

Ad. I. Tytuł pracy egzaminacyjnej

Spora część prac egzaminacyjnych miała tytuły napisane w sposób zwięzły oraz odzwierciedlający jej zawartość i zakres. Tak formułowane tytuły prac miały odniesienie zarówno do projektu realizacji prac w zakresie przygotowania kampanii reklamowej jak i wykonania naklejki.

Poniżej zamieszczony został przykład zawierający fragment pracy egzaminacyjnej z poprawnie sformułowanym tytułem pracy.

Przykład 1



Projekt: realizacji prac związanych z przygotowaniem
(tytuł pracy egzaminacyjnej)
kampanii reklamowej i wykonaniem naklejki samoprzylep-
nej dla firmy „Gwarant”.

Najczęściej egzaminowani pomijali w tytule zapis odnoszący się do drugiej części opracowania.

Ad. II. Założenia

Zdający mieli dość duże problemy z wypisaniem kompletnych założeń. Tylko nieliczna grupa wypisała wszystkie dane, które były niezbędne do rozwiązania zadania.

Poniżej zamieszczony został przykład zawierający fragment pracy egzaminacyjnej z poprawnie sformułowanymi założeniami. Zdający wypisał dane w sposób przemyślany i uporządkowany. Dzięki temu nie pominął żadnych istotnych informacji.

Przykład 1

1) ZAKOZENIA:

- dane teleadresowe firmy: firma usługowa Gwarant
200-570 NISZA
ul. Stencelanków 25/3
tel. 052 888 999
www.gwarantjakosci.pl

- Znak firmy



GWARANT
firma usługowa

Nazwa drogu pisma: Arial

- oferta firmy :
 - usługi ogrodnicze
 - usługi pomocnicze
 - drobne naprawy
 - usługi specjalistyczne (np. mycie elewacji)
 - usługi różnicowane w zależności od pory roku
- obszar działania firmy :
 - stuleciane miasto NISZA
 - oferta skierowana do gminie do wspólnot i spółdzielni mieszkaniowych oraz właścicieli domków jednorodzinnych
- cele firmy :
 - zbudowanie silnej marki
 - pozyskanie jak największej ilości strategicznych klientów
 - firmie zależy aby była postrzegana jako nowoczesna, kompetentna, posiadająca szeroką ofertę, konkurencyjne ceny oraz

Strona 1 z 7

krótkie tematy realizacji zleceń:

- dane dodatkowe :
 - firma posiada własne środki transportowe i sprzęt techniczny i 50 pracowników
 - firma posiada opracowaną już ulotkę reklamową
 - kampania ma dotyczyć tylko miasta NISZA
 - firma sama zdecydowała o wysokości budżetu i przeprowadzi badania skuteczności reklamy
- dane dotyczące zlecenia :
 - opracowanie planu reklamowego
 - opracowanie mixu sześciu elementów systemu identyfikacji wizualnej komercyjnych do zareklamowania marki
 - opracowanie propozycji sloganu reklamowego
 - opracowanie graficznej propozycji naklejki A5

W większości prac założenia były niekompletne. Często zdający pisali nazwę firmy, zapominając na przykład o adresie lub przedmiocie jej działalności. Pomijali także informacje charakteryzujące firmę takie jak np.: posiadanie przez firmę środków transportu i sprzętu technicznego.

Ad. III. Zapisany w formie tabelarycznej plan reklamowy

Zdający na ogół zgodnie z poleceniem przygotowali plan reklamowy w formie tabeli. Większość z nich również poprawnie wypełniła tabelę treścią. Część zdających wypisując cele kampanii reklamowej nie ograniczyła się tylko do wypisania celów eksplicite wymienionych w treści zadania, lecz wykazała się kreatywnością podając dodatkowe cele np. „wprowadzenie firmy na lokalny rynek”. Gros zdających poprawnie wymieniało środki reklamowe oraz sposób ich dystrybucji.

Poniżej zamieszczone zostały dwa przykłady zawierające fragmenty prac egzaminacyjnych z poprawnie sporządzonym planem reklamowym. Jeden z nich jest bardziej rozbudowany pod względem liczby słów, drugi nieco mniej, ale ich wartość merytoryczna jest zbliżona.

Przykład 1

III. PLAN REKLAMOWY	
Cele kampanii	Głównym celem marketingowym firmy Gwarant jest zbudowanie silnej marki oraz pozyskanie jak największej liczby strategicznych klientów. Firma chce wyrobić sobie opinię nowoczesnego, kompetentnego, posiadającego szeroki ofertę i konkurencyjne ceny wykonawce powierzonych mu zleceń. Firma chce zaistnieć na lokalnym rynku jako solidny wykonawca oferujący wykonanie powierzonych mu zadań po konkurencyjnej cenie i w krótkich terminach.
Grupa docelowa	Oferta firmy skierowana jest do mieszkańców stulecia miasta Nisza a w szczególności do wspólnot i spółdzielni mieszkaniowych

Strona z

	<p>oraz właścicieli domków jednorodzinnych, którzy jako osoby i instytucje posiadają pod swą opieką tereny zielone i odpowiadają za czystość i stan techniczny urządzeń na swoich terenach, zależy im więc na jakości usług, profesjonalizm firmy i konkurencyjnych cenach. Są to poza tym ludzie ^{lub instytucje miejskie} ceniący czystość i porządek, jakości napraw i szeroką ofertę firmy.</p>
<p>dobór treści przekazu reklamowego</p>	<p>Przekaz reklamowy powinien opierać się na reprezentowaniu szerokiej oferty firmy i jej atutów (nowoczesność, konkurencyjne ceny...) Ze względu na zasięg kampanii przekaz odnosić się do obszarów emocjonalnych związanych z miejscem zamieszkania a środkami reklamy będą głównie środki drukowane: ulotka, plakat, ogłoszenie.</p> <p>Nygląd projektu reklamowego na środki reklamowe drukowane: Tem będzie zdjęcie uśmiechniętego pracownika firmy w trakcie porządkowania krawca na terenie miasta. Użyj na nie nazwa logo firmy i dane kontaktowe. Skwestionowa kosztowo oferta firmy: usługi ogrodnicze, usługi porządkowe, drobne naprawy. Hasło reklamowe: „Masz usługi gwarantującą piękno twego miasta”</p>
<p>wybór wizerunków środków reklamowych</p>	<p>J. katalog firmowy: opis firmy, cele firmy, opis sprzętu i usług oferowanych przez firmę; wraz z cennikiem usług przeznaczony dla spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych.</p>

	<p>2. naklejki reklamowe służyć do nalepienia na klatkach schodowych przystankach budynków oraz środków transportu</p> <p>3. autobusy - plakaty umieszczone w środkach transportu publicznego.</p> <p>3. ogłoszenie prasowe w prasie lokalnej (1/2 strony)</p> <p>4. ulotka reklamowa</p>
<p>sposób dystrybucji środków reklamowych</p>	<p>1. katalogi firmowe - rozsyłane paczką do spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, dostępne w biurze firmy; posiadane przez pracowników odpowiedzialnych za obsługę kontaktów z klientami.</p> <p>2. naklejane na klatkach schodowych przystankach budynków, środkach transportu i sprzęcie firmy</p> <p>3. ogłoszenie w prasie lokalnej</p> <p>4. rozdawana na terenach domków jednorodzinnych i rozdawana w np. sklepach ogrodniczych.</p>

Przykład 2

3. Plan reklamowy				
cele kampanii	zbadanie silnej marki	przygotowanie strategii klienta	dotychczasowe elementy wizerunku marki, analiza kompetencji, analiza firmy, o szerokiej ofercie, indywidualności	zwiększenie skuteczności marki
grupa docelowa	wspólnoty	spółdzielnie mieszkaniowe	osoby indywidualne	osoby prywatne
środki reklamowe	naklejki firmowe	ulotki reklamowe	reklama na środkach transportu	reklama w lokalnej TV
sposób dystrybucji	naklejane przez pracowników po zakończeniu pracy w miejscu pracy	rozdawane przez pocztę, do skrynek pocztowych na osiedlach domków jednorodzinnych i do spółdzielni mieszkaniowych / wspólnot	reklama z Folii PCV która będzie naklejana na samochody	spot reklamowy w lokalnej TV
dobór treści przekazu reklamowego	informacje adresowe, logo, slogan, informacje o tym, że budżet ten jest sponuszony przez tę firmę	slogan, logo, charakterystyka firmowa, informacje adresowe, informacje o usługach	slogan, logo, informacje adresowe, charakter firmy	slogan, logo, kontaktowe dane, info o usługach świadczonych przez firmę
* można zastosować także reklamy w lokalnym radio, uniformy pracownicy itp.				

Dość duża grupa zdających nie zrozumiała, co należy wpisać w punkcie „dobór treści przekazu” i określała, jakie powinny być treści np.: ciekawe, nowatorskie, itp., a nie co powinny zawierać, czyli np.: elementy identyfikacyjne firmy, dane kontaktowe, slogan, asortyment, itp.

Ad. IV. Wykaz sześciu elementów systemu identyfikacji wizualnej koniecznych do zareklamowania marki, na których powinien znajdować się znak firmy "Gwarant" w podanej kolorystyce

Zdający na ogół poprawnie wymieniali elementy systemu identyfikacji wizualnej firmy „Gwarant”.

Poniżej zamieszczone zostały dwa przykłady zawierające fragmenty prac egzaminacyjnych z poprawnie sporządzonym wykazem.

Przykład 1

4. System powinien zawierać: wizytówkę, identyfikator, teczkę i papierem do korespondencji, broszura informacyjna ^{a jednocześnie} ulotka reklamowa, kalendarzyk kieszonkowy, naklejka

Strona 2 z 4

Przykład 2

IV. WYKAZ SZESZCIU ELEMENTÓW SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ KONIECZNYCH DO ZAREKLAMOWANIA MARKI, NA KTÓRYCH POWINIEN ZNAJDOWAĆ SIĘ ZNAK FIRMY GWARANT

1. Papier firmowy (+ doperty)
2. ubiór firmowy pracowników
3. oznakowanie środków transportu i sprzętu firmy
4. wizytówki firmowe
5. materiały (oznakowanie) biura firmy
6. ulotki reklamowe.

Część zdających nie zrozumiała, co wykaz tak naprawdę powinien być zawierać. Jako element identyfikacji wizualnej, na którym powinien znajdować się znak firmy wymieniali

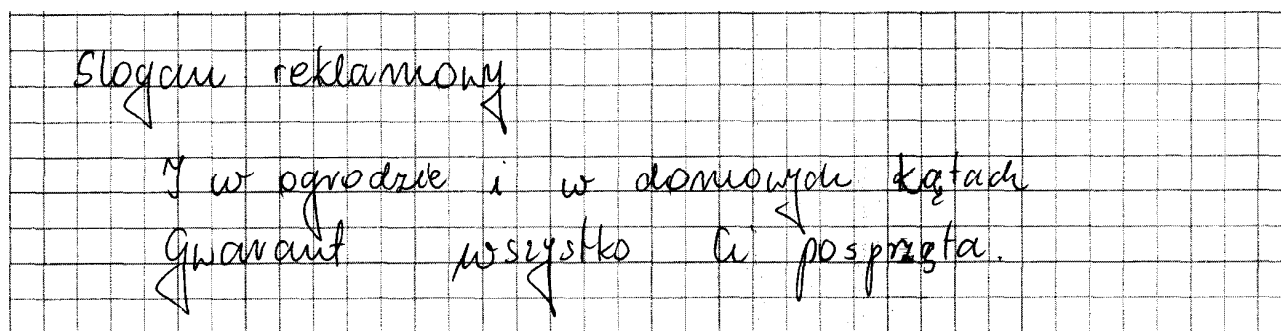
logo czy barwę. Byli też zdający, którzy wymieniali bardzo wiele elementów należących do tej samej grupy np.: koszulki, czapki, bluzy, apaszki, spodnie, fartuchy, itp.

Ad. V. Propozycja sloganu reklamującego markę

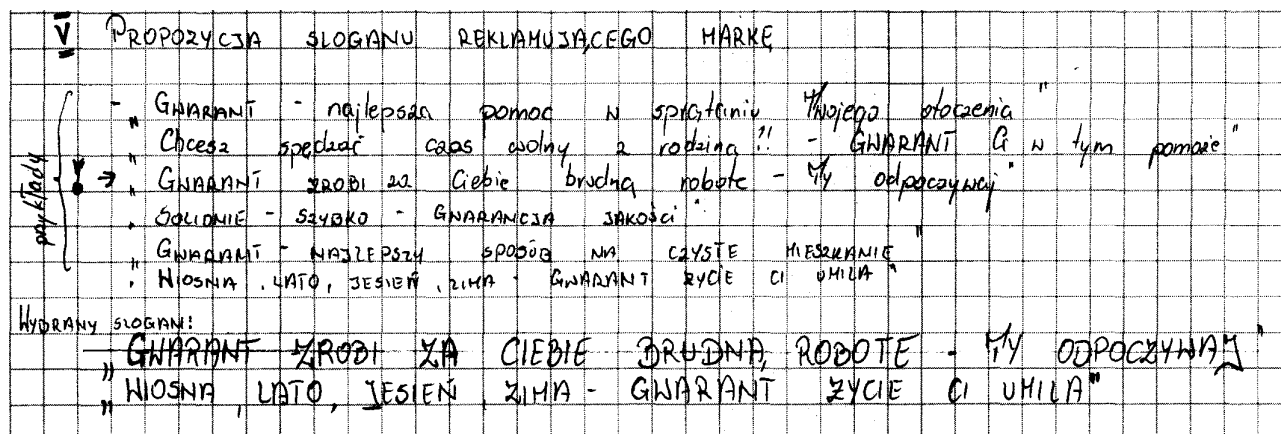
Wymyślając slogan zdający mogli się wykazać zarówno inwencją twórczą i jak znajomością zasad konstruowania sloganu. Każdy zdający wymyślił jakieś hasło reklamowe, przy czym ich atrakcyjność i poprawność konstrukcyjna była mocno zróżnicowana. Od szczególnie ciekawych, oddziałujących na wyobraźnię klienta poprzez szablonowe, do takich, które wręcz odstraszały ewentualnego klienta.

Poniżej zamieszczone zostały dwa przykłady zawierające fragmenty prac egzaminacyjnych z w miarę poprawnymi sloganami.

Przykład 1



Przykład 2



Ad. VI. Propozycja graficzna naklejki samoprzylepnej i makieta naklejki w skali 1:1

Wykonanie tych elementów pracy egzaminacyjnej również wymagało od zdających wykazania się kreatywnością, jak i znajomością zasad tworzenia środków przekazu reklamy takich jak np. naklejki.

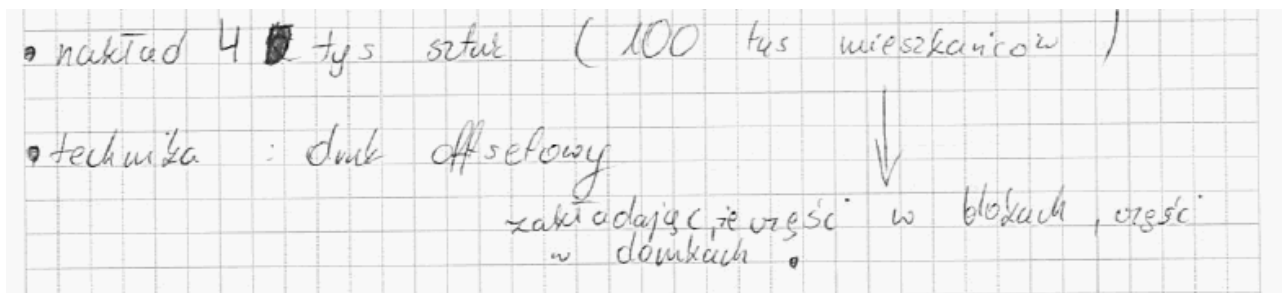
W wielu pracach zarówno kompozycja graficzna naklejki jak i przekazywane w niej treści były poprawne, a same rysunki wykonano bardzo starannie zgodnie z wymaganiami określonymi w treści zadania.

Spora grupa zdających miała jednak problem z odróżnieniem pojęcia „propozycji graficznej naklejki” od makiety naklejki. Byli zdający, którzy opracowali tylko propozycję graficzną albo tylko makietę. Nie wszystkie projekty naklejek zawierały niezbędne informacje o firmie i świadczonych przez nią usługach. Zdarzało się, że zdający nie sporządzali makiety naklejki w skali 1:1. Zapominali też o tym, że naklejka miała mieć format A5.

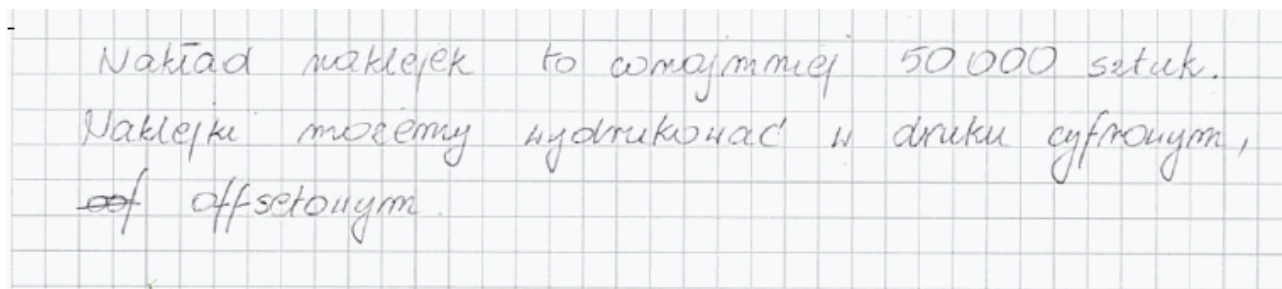
Ad. VII. Propozycja nakładu i techniki druku naklejek samoprzylepnych

Zdający najczęściej poprawnie określali zarówno nakład jak i technikę druku naklejek samoprzylepnych. Proponowali zazwyczaj offsetową technikę druku. Poniżej zamieszczone zostały dwa przykłady zawierające fragmenty prac egzaminacyjnych z poprawnie określonymi nakładem i techniką druku naklejek.

Przykład 1



Przykład 2



Ad. VIII. Praca egzaminacyjna jako

Należy podkreślić, że większość prac egzaminacyjnych posiadała wyraźną i logiczną strukturę. Zdający posługiwali się w miarę poprawnym, właściwym dla zawodu językiem. Często jednak zdarzały się błędy merytoryczne. W przygotowanych propozycjach naklejek w wielu przypadkach dawało się zauważyć brak wycucia plastycznego i estetycznego.