

Студ. И.С. Горбатюк
Науч. рук. доц. Е.В. Мещерякова
(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития)

УЧАСТИЕ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ В РЕКЛАМЕ

По результатам исследований выяснилось, что звезд приглашают для участия примерно в каждой десятой рекламной кампании. Например, в Азии 26% кампаний проходит с участием звезд, а в странах Центральной и Восточной Европы – 8%.

Желание маркетологов видеть в ролике звезду понятно. Существует множество примеров, когда известная персона увеличивала доход компании одним своим появлением в рекламе. Однако не всегда все получается так, как хотелось бы. Вирусное распространение роликов – это хорошо, но число просмотров не связано с числом продаж какой-либо функциональной зависимостью. Зачастую сам бренд теряется на фоне знаменитости, участвующей в рекламе. Как же рассчитать, сыграет ли участие звезды в кампании злую шутку с брендом или нет? Закономерности есть, но выявить их непросто.

Прямая реклама с участием знаменитостей уже не так популярна, как раньше. Рекламодатели с большими финансовыми возможностями сейчас предпочитают более скрытые способы воздействия звезд на целевую аудиторию, например, в блогах и социальных сетях.

Тем не менее, немало представителей бизнеса считают, что сотрудничество со звёздами – это удачный способ продвижения товаров и услуг. Звёздный персонаж может повысить узнаваемость товара, но также может и подпортить репутацию рекламодателя, если совершит неблагоприятный, а то и криминальный, поступок. В любом случае, для примеров использования знаменитостей в рекламе характерна позитивная ассоциация бренда с характером известного персонажа. В рекламе подобного типа присутствует ещё и креативная идея.

Часто встречается реклама, где используется знаменитость в роли самой себя. Этот вариант особенно подходит людям с сильным личностным брендом, для великих спортсменов, музыкантов и политиков. Зачем им играть кого-то ещё? Они и без того могут быть собой и попутно что-то рекламировать и восхвалять. Певцам в рекламе достаточно петь, моделям – сиять красотой, а спортсменам – представлять в соответствующем амплуа.

Однако не все так просто со знаменитыми актёрами. Люди воспринимают их через созданные образы, которые и являются выигрышными в рекламе. Например, актёр Пол Хоган, сыгравший «Кро-

кодила Данди», предстал впоследствии в рекламных роликах именно в этом образе.

В случае с музыкантами иногда более уместно использовать в рекламе знаменитые произведения, чем самих людей. Популярная мелодия служит весомой рекомендацией для бренда из-за сильных эмоциональных ассоциаций, которые она вызывает. Для музыкантов же использование их произведений в рекламе выгодно не только финансово. Зачастую благодаря рекламе их песни обретают «вторую жизнь» и снова становятся хитами. А происходит это благодаря представлению музыки новому поколению слушателей.

Гораздо реже, чем музыка, в рекламе используются знаменитые картины и стихи. В частности, компании Lexus и Lipton использовали в рекламе картину Сальвадора Дали «Постоянство памяти», а стихи из поэмы «Евгений Онегин» звучали в рекламе чая «Майский».

Вариантом «звездной» рекламы может также стать использование анимационного образа знаменитости. Креативные возможности анимационной рекламы безграничны. А вот звезды при этом могут зарабатывать большие деньги, не принимая участия в создании рекламы.

В мировой практике существуют случаи, когда знаменитость становится пожизненным представителем бренда. Например, спринтер Усэйн Болт является пожизненным представителем бренда Puma. Пока самый быстрый человек на планете выступал на соревнованиях, он ежегодно получал от компании по 10 млн долларов. После завершения спортивной карьеры он стал пожизненным послом бренда за 4 млн долларов в год. Участвовал спортсмен не только в прямой рекламе, но и в глобальных маркетинговых акциях Puma. Стоит заметить, что такое сотрудничество оправдано только в случае с личностями, как Усэйн Болт. К его фантастическим мировым рекордам на спринтерских дистанциях пока никто не приблизился.

ЛИТЕРАТУРА

1. Знаменитости в рекламе [Электронный ресурс]. URL: <https://happymonday.ua/ru/gramotnyj-fidbjek-14-pravil>.
2. Гайд по рекламе [Электронный ресурс] URL: <https://blog.click.ru/management/kak-davat-i-prinimat-obratnuyu-svyaz/>
3. Популярность знаменитостей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.4dk.ru/news/d/20190123090000-kak-davat-effektivnyy-fidbek>.



Белорусский государственный технологический университет на протяжении всей своей более чем 90-летней истории занимает ведущие позиции в образовательной и научной сферах. Сегодня он является уникальным, динамично развивающимся инновационным и научным центром. Университет успешно развивает различные научные направления в областях лесного хозяйства, деревообработки, производства строительных материалов, химии и химических технологий, экономики, полиграфии, а также является крупным многопрофильным учебно-научным центром Республики Беларусь, готовит специалистов для производственной и социальной сфер экономики по 31 специальности и 62 специализациям высшего образования, 37 специальностям магистратуры, 27 специальностям среднего специального и профессионально-технического образования и 9 специальностям переподготовки кадров.



Факультет ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
<https://ief.belstu.by/>

**Факультет ПРИНТТЕХНОЛОГИЙ
И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**

<https://pim.belstu.by/>

