

МУЗЫКА В РЕКЛАМЕ И МЕХАНИЗМ ЕЁ ВЛИЯНИЯ

Музыка оказывает сильное влияние на настроение человека и, как следствие, на поступки, которые он совершает, поэтому ее стали активно использовать для решения многих маркетинговых задач. Музыка в рекламе может быть самой разной: джинглы длительностью от 3 до 45 секунд и продолжительные музыкальные композиции; классические произведения и современный рэп; незаметные фоновые мелодии и известные треки. С помощью музыки создается атмосфера, формируется имидж бренда и происходит продвижение продуктов и услуг. Использование музыки в рекламе важно, усиливает ее эффективность и несет определенные функции: привлечение и удержание внимания; развлечение; создание целостного образа; узнаваемость; привлечение целевой аудитории; поднятие имиджа; стимулирование к совершению импульсных покупок; формирование ценностей.

Способы использования музыки в рекламе: на радио (в первую очередь, при использовании транспортных средств); на телевидении; в социальных сетях. Здесь ролик должен особенно понравиться потенциальному клиенту, чтобы тот поделился им со своей аудиторией или хотя бы досмотрел до конца, ведь в отличие от ТВ-рекламы, в Сети его можно «промотать». Например, вирусная реклама – это целое произведение, полноценный фильм. И музыка в ней должна быть соответствующая: яркая, динамичная, вдохновляющая и запоминающаяся.

Громкая музыка – это отличный выбор для баров и кафе. Доказано, что, если музыка громкая и быстрая клиенты больше говорят между собой и больше выпивают. В спортивных залах – громкая, популярная, ритмичная музыка делают процесс тренировок намного приятнее. Также, стоит отметить, что в магазинах и ресторанах с классической музыкой люди готовы тратить больше денег и часто покупают более дорогие товары. Популярную музыку лучше не использовать в супермаркетах и офисах – она отвлекает внимание и слишком занимает своими словами покупателей и работников. Музыка в этих заведениях должна быть качественной, очень похожей на популярную.

Таким образом, музыка в рекламе является эффективным инструментом коммуникации, способствующим улучшению восприятия бренда, формированию имиджа и увеличению продаж. Понимание механизмов влияния музыки позволяет рекламодателям создавать более эффективные и запоминающиеся рекламные кампании, которые будут успешно взаимодействовать с аудиторией и достигать поставленных целей.