

Krizė reikalauja kūrybiškumo. Bet gimdo bailius



20 2010-02-14 06:02 Jonas Banys

Šiandien įprasti sprendimai jau neveikia. Krizę išgyvena ne stipriausi. Išgyvena kūrybiškiausi. Tie, kurie sugeba greitai ir efektyviai prisitaikyti prie besikeičiančių sąlygų. **1**_____.

Daugumoje pasaulio rinkų smarkiai krinta vartojimas, o tai reiškia, kad mažėja reklamos biudžetai, reklamos apimtys ir reklamos kiekis apskritai. Reklamos užsakovai ir kūrėjai nuolat privalo spręsti gyvybiškai svarbų klausimą – kaip investuojant mažiau pinigų, gauti daugiau naudos. **2**_____. Kitaip sakant – reikalingi ypač kūrybiški sprendimai, nes įprasti jau neveikia, arba tiesiog nėra pinigų jiems įgyvendinti.

Toliau išvardytos tendencijos nėra krizės kūdikiai – jos išpopuliarėjo ir buvo pradėtos įgyvendinti daug anksčiau, tačiau krizės sąlygomis duoda ypač gerų rezultatų:

Didžioji idėja. Siekiant motyvuoti ekonominės depresijos prislėgtą vartotoją, reikalingos galingos idėjos. Todėl didieji prekiniai ženklai siekia ankstesnes savo vertybes paversti IDEALAIS – sukurti didelę, visaapimančią idėją, kuriai pakaktų jėgos išjudinti sustabarėjusią rinką. **3**_____. Tam aktyviai išnaudojami socialiniai tinklai ir internetas apskritai, taip pat pasitelkiamos labdaros idėjos, masiniai renginiai ir įvairios netikėtos komunikacijos priemonės.

Prekinio ženklo patirtis. Vartotojų rinka nuolat fragmentuojasi, todėl dabar nepakanka parodyti gražią reklamą per televizorių. Skirtingos vartotojų grupės turi vis skirtingesnius poreikius bei pomėgius, jas vis sunkiau pagauti per masinę komunikaciją. **4**_____. Šis naujas terminas reiškia, kad prekinis ženklas nebeapsiriboja vien produkto teikiama funkcine bei emocine nauda. Prekiniai ženklai siekia integruotis į savo vartotojų gyvenimą bei mąstymą, siekia sukurti sąlygas, kad vartotojas bendrautų su prekinio ženklu net tuomet, kai nenaudoja produkto. Čia, vėlgi, plačiai naudojami socialiniai tinklai, tiesioginis bendravimas su vartotojais, galimybė gauti personalizuotą produktą, be to, taip pat įvairios papildomos paslaugos bei nauda, tiesiogiai susieta su produkto įsigijimu.

Partizaninė rinkodara. Tai sritis, apie kurios efektyvumą legendos buvo kuriamos dar iki krizės, bet krizės atveju partizaninės rinkodaros sprendimai tampa tiesiog nepamainomi. **5**_____.

Perspektyvios auditorijos. Anksčiau beveik visa reklama buvo orientuojama į šeimas, gaunančias vidutines ir didesnes pajamas. Dabar vis daugiau reklamos užsakovų suvokia, kad nėra vienos masinės tikslinės auditorijos, yra skirtingi vartotojai su skirtingais poreikiais. Kaip perspektyvios auditorijos išskiriamas jaunimas – naujoji vartotojų karta, kurią būtina pradėti

jaukinti, senjorai – anksčiau ignoruota, o dabar bene didžiausia tapusi tikslinė grupė. 6 _____. Dar viena didžiulę galią įgijusi tikslinė auditorija – moterys. Anksčiau manyta, kad joms verta pardavinėti tik grynai moteriškas prekes, dabar suvokta, kad bent 80% šeimos pirkimo sprendimų priima moterys. Ir paskutinė iš perspektyvių auditorijų – tai dirbantys žmonės, kurie turi pinigų, bet neturi laiko jiems tinkamai išleisti. Vis daugiau verslo subjektų suvokia tai kaip labai stiprų poreikį, kurį tinkamai tenkindami, gali turėti gražaus pelno.

Rūpinimasis aplinka ir sveikas gyvenimo būdas. 7 _____. Paprastas pavyzdys – daugiau kaip 80% Didžiosios Britanijos prekybos centruose parduodamų kiaušinių yra sudėti laisvėje augintų vištų. Dauguma prekybos centrų „kankinamų“ vištų kiaušinių išvis nepardavinėja. Sveikas, ekologiškas maistas visose rinkose sulaukia vis didesnės paklausos. JAV prekybos centrai teigia, kad lengvai galėtų parduoti bent 50% daugiau ekologiškų prekių, jei tik atsirastų atitinkama pasiūla – pasirodo, ekologiško maisto tiesiog trūksta. Vartotojai mielai moka iki 40% didesnę kainą už produktus, kurie yra užauginti ekologiškuose ūkiuose arba kaip nors kitaip yra naudingesni sveikatai, nei įprasti. 8 _____. „Walkers“ investavo milijonus dolerių „sveikesniam“ ir mažiau kalorijų turinčiam aliejui išrasti. Rezultatas – sveikesni bulvių traškučiai su mažiau kalorijų. Dar vienas „stebuklingo“ populiarumo sulaukęs pavyzdys – gaivus gazuotas gėrimas „Bionade“, gaminamas natūralios fermentacijos būdu iš visiškai ekologiškų produktų – tiesiog beveik alus, tik be alkoholio ir natūraliai priimtino saldaus skonio.

Paprastai ir lengvai. Šiame labai komplikuo tame pasaulyje vartotojai nori, kad kuo daugiau dalykų vyktų lengvai ir paprastai. 9 _____. Viskas, kas paprasta ir lengva, šiais laikais gali tapti stipriu konkurenciniu pranašumu.

Štai tokios perspektyvos Vakaruose. O Lietuvos realijos – visai kitokios. Vis daugiau reklamos užsakovų Lietuvoje atsisako drąsių kūrybiškų sprendimų. Netgi tie, kurie anksčiau garsėjo kaip drąsiausių sprendimų „čempionai“, dabar vėl grįžta prie eilinės, paprastos, saugios ir nuobodžios reklamos. 10 _____. Taip, krizė reikalauja kūrybiškumo. Bet gimdo bailius.

[http://www.pinigukarta.lt/naujienos-nuomones/namu-ekonomika-naujienos/paslaugos-naujienos/krize-reikalauja-](http://www.pinigukarta.lt/naujienos-nuomones/namu-ekonomika-naujienos/paslaugos-naujienos/krize-reikalauja-kurybiskumo-bet-gimdo-bailius)

[kurybiskumo-bet-gimdo-bailius](#)

Žodžiai

apimtis mot. dydžiai, platumas

išleisti, išleidžia, išleido sunaudoti perkant

įveikti, įveikia, įveikė nugalėti, pasiekti

jaukinti, jaukina, jaukino pratinti, daryti nebaikštų

jėga mot. kas skatina veikti, veikimo pagrindas, veiksnys

klysti, klysta, klydo daryti klaidų

labdara mot. neatlyginama materialinė pagalba, parama

mąstymas vyr. galvojimas

nauda mot. kas naudinga, vertinga, pelninga

neįkainojamas negalimas nupirkti už pinigų

nepamainomi nepakeičiami

pakakti, pakanka, pakako užtekti

pasitelkti, pasitelkia, pasitelkė pasinaudoti

pasiūla mot. pasiūlymas

patirtis mot. patyrimas

pomėgis vyr. mėgstama veikla, pomėgimas, malonumas

pranašumas vyr. pralenkimas, pirmavimas
prisijungti, prisijungia, prisijungė prisidėti prie ko nors
prislėgtas prispaustas
suklysti, suklysta, suklydo padaryti klaidą
sustabarėjusi sustingusi, nejudri, nelanksti, neveikli
suvokti, suvokia, suvokė suprasti
šiukšliamaistis vyr. prastas maistas
traškučiai vyr. sausas džiovintas traškantis maistas
užsakovas vyr. prekę ar paslaugą užsakantis asmuo
