

Технология Celebrity Endorsement

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Полдушина Марина Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: marinapold@yandex.ru

В современном мире производителям все сложнее конкурировать на рынке и завоевывать внимание потребителя. Именно поэтому в последнее время особенно широкую популярность приобрело персонифицированное обращение к потребителю. Одним из инструментов влияния на клиента является Celebrity Endorsement.

Celebrity endorsement - это форма рекламной кампании или маркетинговой стратегии, предполагающая привлечение «звезд» и использование их известности для продвижения продукта. Целью таких кампаний является стремление вызвать у покупателя желание следовать примеру этих лиц, а следовательно, приобретать предлагаемый ими товар. Так как индустрия развлечений представляет наибольший интерес для различных целевых аудиторий, то ее представители становятся главными кандидатами на роль "главного продвигателя" в рекламной коммуникации бренда. Образ знаменитостей активно используется в социальной рекламе, celebrity привлекаются для участия в PR-кампаниях как брендов, так и благотворительных организаций, движений. Большим спросом обычно обладают различные знаменитости, кино-герои и герои мультипликации, поскольку, являясь кумирами, они уже имеют своих поклонников, стремящихся во всем им подражать.

Знаменитости являются авторитетами для широкой общественности: им доверяют, к их мнению прислушиваются. Множество психологических исследований посвящено тому, что люди стремятся подражать знаменитостям в обычной жизни. Поэтому, когда в рекламных кампаниях, появляется celebrity и рекомендует тот или иной товар, то люди приобретают его: либо подсознательно, либо целенаправленно.

Несовпадение между образом знаменитости и рекламируемым товаром - явление нередкое в рекламной практике, которое приводит к снижению эффективности использования стратегии «celebrity endorsement». Необходимо учитывать, что один лишь факт привлечения знаменитости к участию в коммуникации бренда не может гарантировать увеличение продаж и повышение узнаваемости компании. Полное или пусть даже частичное несоответствие имиджа звезды имиджу продукта может вызвать волну негодования аудитории и негативно сказаться на обеих сторонах проекта. Поэтому главная задача рекламных агентств — подобрать для бренда такую звезду, использование образа которой окажет максимально эффективное влияние на компанию (бренд). Чаще всего, вопрос селебрити - это вопрос имиджа, нежели увеличения спроса на продукт.

Одним из наиболее популярных приемов в технологии Celebrity Endorsement является экспертная оценка, так как свидетельства знаменитостей вызывают ассоциативную цепочку с брендом и прочнее сохраняется связь в подсознании потребителей. Также существует еще несколько способов привлечения звездных представителей в рекламной коммуникации: в качестве модели, амбассадора бренда, представителя бренда, селебрити в своем собственном амплуа, в определенной роли, откровения, в новой роли, а также привлечение сразу нескольких селебрити.

Основания к выбору знаменитости должны быть постепенными и продуманными. Основные критерии, на которые следует обратить внимание:

1. Популярность
2. Целевая аудитория
- 3.Экранный образ [4]

Высокий интерес людей к знаменитостям, основанный на психологических особенностях человека, сделал Celebrity Endorsement одной из самых популярных технологий в международной рекламной практике.

Источники и литература

- 1) Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем/ перевод с англ. языка Антипкина И. 2014
- 2) Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать завоевать и удержать рынок/ Перевод с англ.языка Гольдича В. А. и Оганесовой В. А. 2009.
- 3) Sostav.ru Гармолина О. BBDO Rus «Как работать с селебрити», 17.08.2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/vse-o-rabote-s-selebriti-18206.html> (дата обращения: 27.02.2018).
- 4) Promoatlas.ru, 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://promoatlas.ru/zvezdnaya-reklama/> (дата обращения: 27.02.2018).