



ÖNSZABÁLYOZÓ REKLÁM TESTÜLET

Az étrend-kiegészítők reklámozásának jelenlegi
gyakorlata és jövőbeni lehetőségei
avagy
Miért érdemes etikusan reklámozni?

Budapest, 2007. szeptember 27.

Dr. Fazekas Ildikó
Önszabályozó Reklám Testület

„Hogyan mondjam el neked?”

A termékkategória sajátossága

- A termék nem több, nem kevesebb – az étrendet egészíti ki, (nem gyógyszer)
 - Az állításnak igaznak kell lennie (mosópor, étrend-kiegészítő, gyógyszer)
 - Igazolhatónak (mérhető, reprodukálható eredmény kell)
 - Pontosan azt mondhatja, amit tud
 - Tesztimonial – egy konkrét személy állítása? (nem elég, ha az illető úgy gondolja!)
 - A kategóriáját illetően nem lehet megtévesztő –
 - orvos szerepeltetése?
 - kapható a gyógyszertárban – öles betűkkel feltüntetve?

Hatás ismertetése

- A termék – mint minden, ami a szervezetünkbe jut, hatással is van arra
 - Nem állíthatja, hogy gyógyít, megelőz!
 - Kiegészít, hozzájárul?
 - Nagyon szigorú határok vannak!
- A reklám nem lehet félelemkeltő
 - Kérdés, kit céloz meg a reklám?
 - Az egészséges embert? (egészségtudatost?)
 - Beteget?
 - Aki fél a betegségtől?
- Probléma néha nem a reklámmal, hanem a termékkel van? – ha már problémát old meg, akkor micsoda? (probléma = betegség?)

A termékkategória

- Öregedő társadalomban élünk –
 - Félelem az öregségtől,
 - Tökéletességre való törekvés
 - „Ennyi jár a szervezetemnek, ha már kizsákmányolom”
- Beteg ember kiszolgáltatott – nagyobb felelősség neki reklámozni
- Alternatív gyógyászat iránti fokozott igény
- A fogyasztó nem ismeri a termékkategóriát!
 - közös felelősség, hogy megismerje!
- Az udvarlás, a meggyőzés drága, inkább tartsd meg a fogyasztót!

Reklám kérdések

- Minél pontosabb az állítás, annál pontosabb igazolás kell!
- Sejtetés, sugallás – hat, -het, de a fogyasztó nem hülye
- Kinek készül a reklám?
 - Fogyasztónak?
 - Főhatóságnak?
 - Versenytársnak?

Reklám - kreativitás

- Mondd és mutasd meg
 - A csomagolás szövege – biztonságos, de nem kreatív
 - Mozgasd meg a fogyasztó fantáziáját – a gondolat nem büntethető!
- A reklám a tömörítés művészete!
- Függ az igénybevett médiától!
- Pr cikk kérdése – ez burkolt reklám! (advertorial)

ÖRT monitoring

- Előzetes vélemény (pre-copy)
- Panasz kezelés
- Monitoring
 - 2006. II. összes reklámját megnéztük
 - 252 reklám (183 sajtó, 69 rádió, tévé)
 - 105 kérdéssel részletesen vizsgáltunk (közös bizottság)
 - 65 problémás reklámot találtunk
 - Betegség, vagy betegség tünetek
 - Pr cikk,
 - További monitoring lesz!
 - FVF idei terve – kiemelt figyelem a termékkategóriára, és a patikában elhelyezett szórólapokra!

Köszönöm a figyelmet!