

## MARKETING, ADVERTISING AND PR

**Маренич Вікторія Миколаївна**

кандидат юридичних наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності  
Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна

### КРЕАТИВНІ МЕТОДИКИ ДЛЯ ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

Сьогодні рекламу можна зустріти всюду, тому, що рекламується все. Середньостатистичний мешканець за один день стикається приблизно з 3000 рекламних повідомлень [1]. У підсумку, вся інформація, що отримується споживачами рекламного повідомлення, зливається разом. Але вона при цьому погано сприймається, стає малозрозумілою і споживач перестає звертати на неї увагу. Такий ефект називають рекламним клаттером. Це скупчення однорідних рекламних одиниць в одному просторі, що зливаються в одне малозрозуміле повідомлення [2].

Навіть грамотно складений медіаплан рекламної кампанії, що максимально збільшує частоту рекламного впливу, може не допомогти рекламодавцю бути почутим. Тому сьогодні для рекламодавця важливі творчі, нестандартні рекламні ходи.

Забезпечення нетрадиційного підходу, нестандартності в подачі повідомлення та подання продукту в рекламі це одне з найважливіших питань, яке постає при плануванні рекламної кампанії ще на початку процесу зародження та створення самої ідеї.

Так як це творчий процес, то постає питання як його формалізувати і структурувати, які методики розумно використовувати при розробці ідеї рекламної кампанії. Однак треба зазначити, що це специфіка повсякденної робочої діяльності фахівців з реклами (арт-директорів, копірайтерів, дизайнерів, художників та ін.). Маючи на увазі постійну генерацію нових ідей, у фахівців з реклами склався певний набір підходів і методик до організації подібної роботи. Звичайно, це люди творчі, а їх креативність є однією з

важливих особистих якостей, якою повинен володіти ідеальний співробітник творчого відділу. На нашу думку, креативність – синонім геніальності і є вродженою якістю. Однак це припущення спростовують фахівці. Насправді креативність може в собі розвинути більшість, тобто геніальна ідея може відвідати кожного. Тільки для цього може знадобитися досить багато часу, якого бракує як у заказчика реклами, так і у рекламній компанії. Що ж робити, якщо завдання і терміни вже позначені, знайти для нього нестандартне рішення життєво необхідно, а часу на роздуми і розвиток ідеї явно недостатньо?

Проблема творчості, створення нового вже досить давно цікавить дослідників. Відомо кілька класифікацій, що описують різні фази творчого процесу. Однією з найбільш поширених є класифікація, запропонована Гремом Уоллесом: підготовка; інкубація; прояснення; перевірка [3].

Існують різні підходи до вирішення поставлених проблем. Перед тим, як розглянути нестандартну задачу, необхідно створити відповідну атмосферу. Для цього можна використовувати дитячі ігри. Наприклад, відома всім ігра, пов'язана з асоціаціями.

Методики креативності (творчості) – це спеціальні умови, що сприяють процесу генерації оригінальних ідей, нових підходів до вирішення відомих проблем і завдань. Такі методики допомагають сформулювати завдання, прискорити процес знаходження ідеї, розширювати погляд на проблему. Методики не є чітким формалізованим алгоритмом, дотримуючись яких обов'язково буде знайдено рішення задачі. Вони дають напрямок роздумам та збільшують ймовірність отримання хороших ідей.

Методики скорочують час пошуку ідей. Їх використання допомагає позначити проблему і знайти підходи для всебічного вивчення та розширення уявлення про них. При цьому в результаті, як правило, велика кількість можливих рішень відсіваються, а з'являється можливість відбирати дійсно оригінальні варіанти вирішення. Розглянемо найбільш поширені методики креативності [4].

1. Мозковий штурм, або брейнсторминг, що з успіхом використовується сьогодні, забезпечуючи колективний пошук ідей. Спочатку йде колективний

процес генерації ідеї. Наступний етап – спільна критика. Як правило, протягом 1,5 години група в 5-10 чоловік може висловити сотню ідей. При цьому необхідно створення сприятливих умов для учасників мозкового штурму залучаються в групу фахівці різного профілю, бажано схильні до творчості, нестандартно мислячі.

2. Зворотний мозковий штурм пропонує перед стандартною процедурою брейнстормінга спочатку виявлення недоліків рекламованого продукту, і на цій підставі пропонуються варіанти вдосконалення рекламної кампанії. Після чого проводиться стандартний мозковий штурм.

3. Метод потоку. Він схожий на мозковий штурм, тільки кожен вигадує максимально можливу кількість вирішення проблем. А в момент творчості важливо швидко фіксувати інформацію, що з'явилася ідея, не замислюючись над нею, відкрити свою свідомість, дати повну волю уяві.

4. Метод вигаданих персонажів. Суть методу в тому, що ви створюєте власну групу генерації ідей з вигаданих і реальних персонажів. І ставите перед ними питання. Суть методу – розглянути проблему з різних точок зору.

5. Mind mapping або Інтелект-карта, ментальна карта [5], діаграма зв'язків, карта думок, асоціативна карта. Являє собою спосіб зображення процесу мислення за допомогою схем. Ця методика дозволяє структурувати розумовий процес і стимулювати покрокове мислення. Карта повинна бути максимально подібною, акуратною і барвистою. Створення ментальної карти вже є творчий процес, який дозволяє впорядкувати думки і уявлення про проблему та ставити пріоритети.

Розглянуті креативні методики це не повний перелік можливих підходів до ініціалізації творчого процесу, але часто використовуються для створення нових ідей. Вони допомагають відкрити свідомість і переключитися на вирішення проблем.

#### Список джерел:

1. Сколько рекламы мы видим в день. – URL: <http://seafarersjournal.com>
2. Звездная М. А вы знаете, что такое рекламный клаттер? – URL: <http://mmr.ua/news/id/avy-znaete-chno-takoe-reklamnyj-klatter-34014/>

## INTERNATIONAL FORUM: PROBLEMS AND SCIENTIFIC SOLUTIONS

3. Искусство мыслить: Грэм Уоллес о четырех этапах творчества. – URL: <https://monocler.ru/iskusstvo-myishleniya-grem-uolles-o-chetyiryoh-etapah-tvorchestva/>
4. Пикалова М. Креативные методики. – URL: [http://www.dv\\_reclama.ru/others/articles/kreativnost/8053/kreativnye\\_metodiki/](http://www.dv_reclama.ru/others/articles/kreativnost/8053/kreativnye_metodiki/)
5. Сайт создания ментальной карты. – URL: <http://www.mindmeister.com/ru>