

## Reklama prasowa

Reklama prasowa jest jednym z najpopularniejszych sposobów komunikacji przedsiębiorstwa z **rynkem**. Środkiem przekazu będą zarówno gazety codzienne, jak i tygodniki i miesięczniki. Bierzemy pod uwagę zarówno prasę ogólną jak i specjalistyczną. W drugim przypadku przedsiębiorstwo od razu może dotrzeć do wybranego segmentu docelowego rynku i zapewnić sobie selektywność przekazu. Prasa specjalistyczna z punktu widzenia reklamy dominuje siłą perswazji i zapewnia wielokrotny kontakt z reklamą zarówno przez pojedynczego nabywcę, jak i jego rodzinę i przyjaciół.

## Reklama telewizyjna

Reklama telewizyjna jest nowoczesną formą komunikacji masowej, która posiada największą siłę oddziaływania na społeczeństwo. Nie chodzi tu tylko o zasięg przestrzenny, ale także o znaczenie telewizji dla kształtowania opinii, wywieranie wpływu na zachowania i postawy widzów. Reklama telewizyjna stanowi połączenie przekazu słownego z obrazem, czyli ruchem, dźwiękiem, barwą, jak również aktami komunikacji niewerbalnej autorów reklamy. Te cechy stwarzają bardzo duże możliwości do pokazania właściwości produktu wraz z jego funkcjami i zastosowaniem.

Reklama ta działa bardzo silnie na subiektywne zmysły wzroku, słuchu i dzięki temu posiada znaczną siłę ekspresji i perswazji.

## Reklama radiowa

Reklama radiowa opiera się na funkcjach radia jako środka komunikacji masowej, które to operuje przede wszystkim słowem i muzyką. Zaletą takiej formy reklamowej jest prostota i szybkość w przygotowaniu spotu, a także dużo niższy koszt kampanii reklamowej w porównaniu z emisją telewizyjną. W zależności od liczby słuchaczy zmienia się konkurencja reklamodawców, jak i koszty kampanii reklamowej.

## Reklama pocztowa

Reklama pocztowa jest coraz bardziej docenianą formą komunikacji marketingowej. Poczta stanowi kanał, dzięki któremu nadawca przekazu przesyła reklamę- ofertę sprzedaży odbiorcom: listy reklamowe, katalogi, informatory, ulotki, broszury, zaproszenia, prospekty, gazetki handlowe, a nawet bezpłatne próbki towarów.

## Reklama internetowa

Reklama internetowa to forma reklamy rozpowszechniana za pomocą Internetu. Wraz ze wzrostem popularności Internetu, wzrosło także znaczenie reklamy internetowej. Reklama internetowa jest pojęciem bardzo zróżnicowanym, gdyż występuje w wielu różnych postaciach, oto niektóre z nich:

- Artykuł sponsorowany – sponsorowany przez producenta określonego produktu tekst pojawiający się na witrynach internetowych, który w dyskretny sposób promuje dane dobro.
- Banner - grafika pojawiająca się na witrynach internetowych, stanowiąca hiperłącze do strony reklamowanego dobra.
- Billboard - znajdujący się w centralnej części witryny internetowej poziomy banner.
- Blogvertising – reklamy pojawiające się na blogach.
- Button – jest to odpowiednik baniera, jest jednak mniejszy i nie zakłóca użytkownika strony.
- Expand Corner – forma reklamy znajdująca się w rogu witryny internetowej, która rozwija się po nakierowaniu na nią kursorem myszki.
- Interstitial – trwająca do kilkunastu sekund reklama, otwierająca się w osobnym oknie przeglądarki, po wejściu na stronę docelową.
- Keyword advertising – reklama ukazująca się w wyszukiwarkach internetowych po wpisaniu w wyszukiwarce wyrazów powiązanych z produktem.

- E-mailing – reklamy wysyłane w formie e-maila.
- Mapvertising – logo firmy ukazujące się na mapach internetowych.
- Pop-up – (wyskakujące okno) – nowe okno reklamę lub witrynę internetową.
- Pozycjonowanie – działanie mające na celu uzyskanie, jak najwyższej pozycji w wyszukiwarkach internetowych przez dane portale internetowe.
- Skyscraper – pionowy banner, umieszczany zazwyczaj po prawej stronie witryny internetowej, przesuwa się wraz całą treścią strony.
- Spam – wysyłany masowo komunikat rozpowszechniany zazwyczaj za pomocą poczty elektronicznej, bądź innych mediów społecznościowych.
- Toplayer - animacja ukazująca się na nałożonej na witrynę warstwie. Po zakończeniu prezentacji, animacja znika i przekształca się zazwyczaj w banner z odnośnikiem do strony reklamodawcy.

## Reklama zewnętrzna

Reklama zewnętrzna jest uzupełniającą formą komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Tradycyjnym przykładem jest szyld przedsiębiorstwa (tablica, wywieszka, napis) znajdujący się w budynku-siedzibie przedsiębiorstwa. Podstawą reklamy zewnętrznej jest wizualny kod przekazu, który może przybrać postać plakatu.

Nośnikami takiego rodzaju reklamy mogą być tablice (billboardy), panele naścienne, słupy reklamowe, gabloty zwykłe i podświetlane, bandy itd. Których kryterium podziału jest wielkość i rodzaj oferowanej powierzchni. Lokalizacja reklam zewnętrznych zależy od **efektywności**; zatem tablice są umieszczane w centrach miast, przy głównych ulicach i ciągach ruchu pieszego, w przydrożnym pasie dróg i autostrad itd. reklama zewnętrzna jest relatywnie tania i stała, ponadto łatwa i powszechna, jednak przez to występuje zupełny brak selektywności odbiorców, jak i sprawdzenia rezultatów kampanii.

Źródło: [https://mfiles.pl/pl/index.php/Rodzaje\\_reklamy](https://mfiles.pl/pl/index.php/Rodzaje_reklamy)