

## NÄIN MAINONTA TOIMII

Lisätietoa Note-projekteja varten

### Projektissa käsitellään:

#### Mitä markkinointiviestintä on?

- markkinoinnin tarkoitus
- kuka maksaa markkinoinnin kustannukset

#### Missä markkinointia voi kohdata?

- perinteiset mainokset, esim. lehdissä, tv:ssä, radiossa
- suoramarkkinointi postitse, sähköpostitse, puhelimitse
- myyinnedistäminen kaupoissa, tuote-esittelyt
- ulkomainonta mm. kyltit, bussit ja pysäkit
- markkinointi internetissä
- tapahtumamarkkinointi, sponsorointi

#### Markkinoinnin tunnistettavuus

- mainonnan ja tiedon ero
- piilomainonta, tekstimainonta, product placement
- miksi mainosviestejä peitellään?

#### Miten mainonta vaikuttaa?

- ihanteiden hyödyntäminen
- samanlaisuus/erilaisuus, sosiaalinen hyväksyntä
- mainonta ja muoti, trendien luojat
- sukupuoliroolit mainonnassa

#### Miten markkinointia voi arvioida

- viestien, kuvien ja kielen analysointi
- kuka mainostaa ja miksi
- voiko mainoksilta välttyä
- millainen on hyvä mainos
- harhaanjohtava mainos
- markkinointia koskevat säännökset

## MAINONTAA VAI PIENTÄ KIVAA

### Tehtävä A:

- a) Pyydä oppilaita etsimään ja kirjaamaan muistiin erilaisia mainoksia Internetistä, lehdistä, katukuvasta, elokuvista, peleistä ja muusta viihteestä, vaatteista jne. Pyydä heitä miettimään, miten ympärilläsi oleva mainonta vaikuttaa meihin.
- b) Pyydä oppilaita kirjaamaan tiedostamiaan menetelmiä ja tapoja, joilla mainonta yrittää kiinnittää huomiota sekä pohtimaan mitä motiiveja ja tarkoitusperiä mainostajilla on. Lisäksi miettikää, miten erottaa mainonnassa tosiasiat ja ostamiseen suostuttelu?

### **Tehtävä B**

Tutustukaa mainosten keinoihin yrittää vaikuttaa elämäntapaanne ja -tyyliinne. Mainontaa käytetään taitavasti myynnin apuvälineenä. Tutkikaa mainoksia eri vuosikymmeniltä ja keskustelkaa, miten mainonta on oppilaiden mielestä muuttumassa?

#### **Keskustelkaa**

- Mitä eroa on mainonnalla, tiedottamisella ja suhdetoiminnalla? Keksikää esimerkkejä.
- Miten mainonta on oppilaiden mielestä muuttumassa? Ajatelkaa pakkauksia, mielikuvien ja julkkisten käyttöä mainonnassa, vaihtoehtomediaa jne.
- Ovatko he itse uskollisia joillekin merkeille ja miksi
- Millaisia nuorten naisten ja miesten tulisi mainostajien mielestä olla?
- Etsikää mainoksia, jotka on naamioitu joksikin muuksi
- Miten ostopäätöksiämme vauhditetaan

Kerätkää lopuksi taululle luokan pohdinnan tulokset ”tämän päivän ”Top 10” mainonnan käytetyimmistä keinoista.

### **Tehtävä C**

#### **Mikä ihmeen brandi**

Anna oppilaiden selvittää, mikä on brandi sekä keskustella, ovatko he itse uskollisia joillekin merkeille ja miksi. Lisäksi keskustelkaa luokan suhtautumisesta mainontaan.

### **Tehtävä D NÄYTTELY**

#### **1) Näyttely antimainoksista**

Valitkaa tuttuja brandeja ja haastatelkaa, mitä mielikuvia niihin liittyy. Käyttäkää mielikuvia käänteisinä laatiessanne antimainoksia. Antimainoksessa alkuperäisen mainoksen merkitys muutetaan kokonaan toiseksi, usein tarkoituksena tuoda totuus esiin.

- Määrittele kohdeyleisösi ja viesti, jonka haluat välittää
- Kehitä idea, joka välittää viestisi (sana, kuva, havaintoesimerkki, vaikutelma)
- Vähemmän on enemmän: koskee myös käytettäviä sanoja ja kuvia.

#### **2) Näyttely omista esineistä**

Jokainen luokan oppilas tuo kaksi esinettä toisen, jonka on ostanut koska tarvitsee sitä ja toisen, jonka on ostanut, koska on halunnut sen. Asettakaa esineet näytteille kahteen eri näyttelyosaan

- tuotteet, joita on ostanut, koska tarvitsee niitä
- tuotteet, joita on ostanut, koska haluaa niitä

Tehkää mainoksia kummankin näyttelyn tuotteista ja vertailkaa niitä keskenään. Pohtikaa mainosten eroja.

### **KUKA USKOO MAINOKSIIN**

#### **Suunnitelkaa teemapäivä**

- Haastatelkaa eri ikäisiä kuluttajia ja kysykää, mitä he ovat viimeksi ostaneet ja mikä sai heidät kiinnostumaan tuotteesta

- a. tuotteeseen liittyvä kiva peli
  - b. kiinnostava kylkiäinen
  - c. kiinnostava televisiomainos
  - d. lehdessä ollut artikkeli
  - e. lehdessä ollut mainos
  - f. tuotetta käyttää oma idoli
  - g. se kuuluu sarjaan
  - h. keksi itse lisää mahdollisia syitä
2. Pohtikaa haastatteluiden perusteella, millaiset mainonnan keinot vaikuttavat eniten ihmisten ostokäyttäytymisessä.
  3. Ottakaa selvää miten lainsäädännössä mainontaa säädellään ja pohtikaa, miksi se on kuluttajan kannalta tarpeellista?
  4. Tehkää kartoituksen perusteella toiminnallisia tietoiskuja, näytelmiä, mainonnan keinoista
  5. Järjestäkää esim. kahvilatoimintaa ja mainostakaa tuotteita. Miettikää miten siinä tulisi ottaa markkinointisäädökset huomioon (esim. hintatiedot)

## PÄIVÄ MAINOSMIEHENÄ

1. Miten markkinointisäännökset näkyvät yrittäjän arkipäivässä. Tutustukaa oman paikkakunnan yrittäjiin ja selvittäkää:

- mitä tuotteita mainostetaan eniten
- mitä mainostajan on otettava huomioon mainoksia tehdessään
- mistä yrittäjät saavat tietoa mainontaa ja markkinointia koskevista säädöksistä.

→ Kerätkää tiedot esim. lehden muotoon

2. Keksikää oma brandi ja miettikää, miten markkinoisitte sitä.

→ Esitelkää markkinointikampanjanne muulle ryhmälle ”mainosmiehen ottein”

## AINEKIRJOITUTUS MAINOSTEEMASTA

### A) Kirjoittakaa aine aiheesta

#### TARVITSENKO VAI HALUANKO

#### Kirjoita

- omista kokemuksista kun haluat ehdottomasti saada jonkin tuotteen
- mitä tapahtui, kun sait / et saanutkaan haluamaasi
- mitä haluamasi tuote sinulle merkitsi
- oliko tuote sellainen, joka ”kaikilla muillakin on”
- mitä tapahtui sen jälkeen, kun olit tuotteen saanut
- oliko tuote brandi?

#### Pohdi

- onko tuotetta mainostettu, jos oli niin missä ja mitä keinoja siinä on /oli käytetty
- mistä tarve ostaa tuote on /oli syntynyt
- mitä tapahtuu/tapahtuisi, jos et saa/saisi haluamaasi
- mieti mikä merkitys omistamiselle on ystäväpiirissäsi
- oletko brandiuskollinen

- mitä tuote maksoi ja kuka sen rahoitti, montako tuntia työtä olisi tarvittu rahojen hankkimiseen
- mitä muuta sellaista, jota käytetään päivittäin, vastaavalla rahalla olisi saanut

## **B) Kirjoittakaa aine aiheesta MINÄ VAI MAINOSTAJAT**

Minä ostan ja maksan tavarani, mutta kuka niiden ostosta loppukädessä päättää. Minä vai mainostajat? Tutustukaa millaisilla mainoksilla nuoriin vaikutetaan ja kuinka hyvin ne toimivat. Tutustukaa myös omiin valintoihinne. Mitä itse ostit viimeksi ja miksi? Jos eläisit 1970-luvulla, niin mitä silloin haluaisit?

### **Kirjoita**

- omista kokemuksista, kun haluat ehdottomasti saada jonkin tuotteen
- miten tuotetta mainostettiin / mainostetaan
- mitä tapahtui, kun sait / et saanutkaan haluamaasi
- mitä haluamasi tuote sinulle merkitsi
- oliko tuote sellainen joka, ”kaikilla muillakin on”
- mitä tapahtui sen jälkeen, kun olit tuotteen saanut

### **Pohdi**

- onko tuotetta mainostettu, jos oli niin missä ja mitä keinoja siinä on /oli käytetty
- mistä tarve ostaa tuote on /oli syntynyt
- mitä tapahtuu/tapahtuisi, jos et saa/saisi haluamaasi
- mieti mikä merkitys omistamiselle on ystäväpiirissäsi

## **LISÄTIETOA**

- [Kuluttajavirasto](#)
- Euroopan komission terveys- ja kuluttaja-asioiden pääosaston (DG SANCO) rahoittama [Eurooppa-kalenteri](#)
- [Kuluttajaviraston verkkosivut yrittäjälle, markkinointi ja mainonta](#)

## **LISÄTIETOA OPETTAJALLE**

- [Tietoa mainonnasta](#)