

Αβερκιάδης Απόστολος 3ο ΓΕΛ Δράμας Β1

Η επικοινωνία υψηλής ταχύτητας μπορεί να ευθύνεται μερικώς που οι άνθρωποι θέλουν το κάθε τι αμέσως;

Η επικοινωνία υψηλής ταχύτητας μπορεί να ευθύνεται για το ότι μερικοί θέλουν το κάθε τι αμέσως. Οι χρήστες του διαδικτύου συνηθίζουν με ένα κλικ να τα έχουν όλα στα πόδια τους και να κάνουν άμεσες αναζητήσεις. Δεν χρειάζεται να βγουν από το σπίτι τους για να βρουν πληροφορίες για θέματα που ενδιαφέρονται. Έτσι οι χρήστες του διαδικτύου “κακομαθαίνουν” και νομίζουν ότι μπορούν να τα έχουν όλα αμέσως χωρίς να κοπιάσουν. Δεν είναι συνηθισμένοι στο να ψάχνουν έξω από το σπίτι τους για την απόκτηση αγαθών. Γι’ αυτό και πιστεύω ότι η επικοινωνία υψηλής ταχύτητας μπορεί να ευθύνεται για το ότι μερικοί θέλουν το κάθε τι αμέσως.

Τι γνώμη έχεις για τις διαφημίσεις της τηλεόρασης;

Για τις διαφημίσεις της τηλεόρασης πιστεύω ότι η επιρροή της διαφήμισης υπήρξε κι εξακολουθεί να είναι αναμφισβήτητα αισθητή, τόσο σε οικονομικά και επιχειρηματικά πλαίσια, όσο και σε ολόκληρο το φάσμα της κοινωνίας. Με την παρουσία και την καθιέρωση της, η διαφήμιση, επηρέασε την αλλαγή του τρόπου ζωής και έπαιξε σημαντικό ρόλο στην τεχνολογική και πολιτική ζωή των κρατών.

Η διαφήμιση συντέλεσε ακόμη και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των λαών, κάνοντας γνωστά και προσιτά νέα προϊόντα στις μάζες των καταναλωτών, με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης, που οδήγησε με τη σειρά της στη μαζική παραγωγή και διάθεση των προϊόντων αυτών στο καταναλωτικό κοινό.

Μεγάλα είναι τα οφέλη μιας επιτυχημένης διαφήμισης, όχι μόνο για το κοινό της αλλά – ίσως πολύ μεγαλύτερα από οικονομικής άποψης – και για τους ίδιους τους διαφημιζόμενους και τους διαφημιστές. Γι’ αυτό η επιτυχία της διαφήμισης ήταν ανέκαθεν ο στόχος κάθε διαφημιζόμενης επιχείρησης και διαφημιστικού γραφείου ή οργανισμού.

Ωστόσο, η καλή διαφήμιση δεν αποτελεί μια εύκολη υπόθεση. Είναι αποτέλεσμα καλού σχεδιασμού. Οι μεγάλες ιδέες και οι αποτελεσματικές διαφημιστικές καμπάνιες δεν προέκυψαν από μόνες τους. Χτίζονται δύσκολα και προσεκτικά, με βάση τα σημεία – κλειδιά της επικοινωνίας – που διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο θα γίνουν αντιληπτά και αποδεκτά τα διαφημιστικά μηνύματα από τον δέκτη.

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη δημιουργία της διαφήμισης που θα αυξήσει τις πωλήσεις και τα κέρδη, είναι η κατανόηση των ανθρώπινων κινήτρων και των βασικών αρχών της επικοινωνίας, καθώς και ο ακριβής προσδιορισμός του κοινού στο οποίο στοχεύει η επιχείρηση.

Όταν μάλιστα μιλάμε για μια διεθνοποιημένη διαφήμιση, τότε οι απαιτήσεις και οι προϋποθέσεις της επιτυχίας σαφώς πολλαπλασιάζονται.

Όλοι οι προαναφερθέντες τομείς στους οποίους άσκησε την επίδραση της η διαφήμιση, αποτελούν με τη σειρά τους παράγοντες – μέσα σε άλλους – που πρέπει να διακρίνονται και να αξιολογούνται πριν από κάθε προσπάθεια διαφημιστικής εκστρατείας και ιδιαίτερα όταν αυτή χαρακτηρίζεται ως διεθνής.

Μας επηρεάζει η τηλεόραση όσον αφορά την διάθεση χρημάτων για την αγορά αγαθών;

Η τηλεόραση σαφώς και μας επηρεάζει όσον αφορά την διάθεση χρημάτων για την αγορά αγαθών. Κύριος δέκτης των διαφημίσεων της τηλεόρασης είναι τα παιδιά όπως επίσης και πολύ εύκολα “θύματα”. Οτιδήποτε πλασάρει η τηλεόραση σε συλ παιχνίδια επιτραπέζια κ.τ.λ. τα παιδιά θέλουν αμέσως να τα αγοράσουν και γίνονται πονοκέφαλος των γονιών. Οι περισσότεροι γονείς υποχωρούν λόγω της ευαισθησίας τους και τελικά διαθέτουν χρήματα για την αγορά των συγκεκριμένων αγαθών. Και γενικότερα η τηλεόραση επηρεάζει και τους υπόλοιπους ανθρώπους με τα προϊόντα που διαφημίζει κι έτσι μπαίνουν στην περιέργεια να τα δοκιμάσουν και τα αγοράζουν.