

PROJECT ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Σε αυτό το τετράμηνο αποφασίσαμε να ασχοληθούμε με το θέμα της διαφήμισης. Το θέμα αυτό μπορούμε να το εξετάσουμε από πολλές πλευρές. Στην τάξη αποφασίσαμε ότι θα μας ενδιέφερε να ασχοληθούμε με κάποιου είδους κατασκευή. Έτσι καταλήξαμε στη δημιουργία ενός λογότυπου και μιας αφίσας.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Στο project της διαφήμισης αρχικά χωριστήκαμε σε ομάδες. Ύστερα, επιλέξαμε να δημιουργήσουμε και να παρουσιάσουμε ένα διαφημιστικό μήνυμα. Η επιλογή μας ήταν να παρουσιάσουμε τον νομό μας. Έτσι, έγινε ένας καταιγισμός ιδεών από όλους τους μαθητές της ομάδας και δημιουργήθηκαν τα υποθέματα της διαφήμισης.

Κάθε ομάδα ανέλαβε να κάνει μία βιβλιογραφική έρευνα για τον ορισμό της διαφήμισης. Από την επιμέρους έρευνα των ομάδων και αφού ανταλλάξαμε στοιχεία, καταλήξαμε ότι:

Διαφήμιση είναι κάθε μορφή μη προσωπικής επικοινωνίας που χρησιμοποιεί ένα μέσο αμειβόμενο από ένα συγκεκριμένο αποστολέα. Στόχος της είναι να γνωστοποιήσει και να υπενθυμίσει την ύπαρξη ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, να διαφημίσει την εταιρεία που το κατασκευάζει και να επηρεάσει το καταναλωτικό κοινό υπέρ του προϊόντος.

Αφού είδαμε τον ορισμό της διαφήμισης, προσπαθήσαμε να κάνουμε την **SWOT** ανάλυση η οποία περιγράφει:

- τα δυνατά σημεία (**S**TRENGTHS)
- τα αδύνατα σημεία (**W**EAKNESSES)
- τις ευκαιρίες (**O**PPORTUNITIES)
- και τις απειλές (**T**HREATS)

του διαφημιζόμενου προϊόντος, στην περίπτωση μας του Νομού Ροδόπης.

Ως δυνατά σημεία σκεφτήκαμε τα όμορφα τοπία όπως η λίμνη Βιστωνίδα, ποτάμια, θάλασσες, οροσειρές. Ένα άλλο δυνατό σημείο του Νομού μας είναι η

πολυπολιτισμικότητα και τα ιστορικά μνημεία μας, όπως το Βυζαντινό Φρούριο και η εκκλησία της Παναγίας.

Ως αδύνατα σημεία βρήκαμε τους παλιούς δρόμους, και το γεγονός ότι ο Νομός μας είναι απομακρυσμένος από τις μεγαλουπόλεις και υπάρχει ιδιαίτερο κρύο και υγρασία.

Ωστόσο, η πανεπιστημιούπολη και ο καινούριος δρόμος που οδηγεί στην Βουλγαρία συνιστούν τις ευκαιρίες. Τα τοπία σε συνδυασμό με την φιλοξενία δημιουργούν τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη της οικονομίας.

Τέλος, στα πλαίσια της SWOT ανάλυσης, βρήκαμε και τις απειλές, οι οποίες είναι οι οικολογικές καταστροφές και η μόλυνση του περιβάλλοντος, η αύξηση της εγκληματικότητας, ο ανταγωνισμός από τις γειτονικές περιοχές που παρέχουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν.

Μετά από την ανάλυση της περιοχής μας, προχωρήσαμε σε αυτή καθ αυτή τη δημιουργία της διαφημιστικής εκστρατείας. Αυτή περιλαμβάνει τα εξής υποερωτήματα :

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ

α) σε ποιους θα μεταδώσουμε το μήνυμα (Target group – market segmentation).

Τμηματοποιήσαμε την αγορά ,σύμφωνα με κριτήρια γεωγραφικά, φύλου, ηλικιακά και τρόπου ζωής και αποφασίσαμε να απευθυνθούμε σε ηλικίες 25 έως 65 ετών που να προέρχονται από τα Βαλκάνια και την Ελλάδα, άνδρες και γυναίκες που να αγαπούν το περιβάλλον, την ιστορία και την παράδοση, προτείνοντας έναν διαφορετικό τρόπο ζωής.

β) τα μέσα που θα χρησιμοποιήσουμε

Στα πλαίσια του μαθήματος, δεν είχε νόημα να απευθυνθούμε σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, και έτσι αποφασίσαμε την δημιουργία μιας αφίσας που μπορούσαμε να κάνουμε μέσα στην τάξη.

γ) πως θα προσεγγίσουμε το κοινό μας

Στα πλαίσια αυτού του υποερωτήματος, αποφασίσαμε να δώσουμε έμφαση στην παράδοση και στην πολυτισμικότητα του τόπου μας, παρουσιάζοντας τον με σοβαρότητα.

δ) και τι θα περιέχει το τελικό διαφημιστικό μας μήνυμα (Logo),

Κέντρο παρουσίασης θα είναι φωτογραφίες της φύσης του νομού μας αλλά και εικόνες της παλιάς και σύγχρονης Κομοτηνής της καθημερινότητας και εορταστικές, μουσική, παράδοση και πολυπολιτισμικότητα. Έτσι, με αυτό τον τρόπο συνδέσαμε τα παραπάνω με το σλόγκαν μας.

Έπειτα, για την δημιουργία του τελικού διαφημιστικού μηνύματος, όλες οι ομάδες του project, προτείνανε πιθανά διαφημιστικά μηνύματα και μέσα από αυτά, επιλέξαμε, αυτό που αντιπροσωπεύει καλύτερα την εικόνα του νομού μας. Τα σλόγκαν που σκεφτήκαμε είναι:

- **www. φύση, παράδοση, απόλαυση. κομοτηνή**
- **Ροδόπη: ένα ονειρεμένο παραμύθι**
- **Ένα ονειρεμένο ταξίδι στο κόσμο της Ροδόπης**
- **Ένα γευστικό ταξίδι στον κόσμο της Ροδόπης**
- **Ταξίδι στο διαφορετικό**
- **Συνάντηση του τώρα και του χθες**
- **Συνάντηση του σήμερα και της παράδοσης**
- **Παράδοση, πολιτισμός, φύση, ζωή → Κομοτηνή**

Οι μαθητές του project, επέλεξαν ως καταλληλότερο σλόγκαν το εξής:

«Η φύση είναι ζωή, η ζωή είναι γιορτή, η γιορτή είναι στην Κομοτηνή»

Στη συνέχεια βρήκαμε φωτογραφίες που κατά τη γνώμη μας, αντιπροσωπεύουν καλύτερα το παραπάνω διαφημιστικό μήνυμα.

Το αποτέλεσμα της προσπάθειας μας αποτυπώνεται στις αφίσες που θα σας παρουσιάσουμε.