

Reklámkritika a Delima szórólapjáról

Ahogy mindig, most is azt kell megvizsgáljunk először, hogy 1.) milyen céllal készült a szórólap, és 2.) kiket céloz.

- 1.) A szórólap célja az eladás, a vásárlásra ösztönzés. Az érdeklődőket a honlapra-tereli közvetlen online vásárlóként, illetve a patikákba, hogy viszonteladóktól megvásárolhassák a terméket.
- 2.) A célcsoport a változó korú nők köre, vagyis a nők 45 és 60 között. Rájuk azonos hormonális változások és a velük együtt járó fizikai hatások jellemzőek, így a problémájuk azonosítható, igényeik jól körülírhatók. Mindezek ismeretében vettem bele magam a szórólap szövegébe.

Természetesen nem célom mindenképpen hibát találni az anyagban, ezért arra is kitérek, amit nagyon jónak találok. A picit „problémásabb” részekre pedig teszek javaslatot.

A lány a fotón...

Bevallom, ez a fotó megzavart.
Zavaró, hogy a változókorra gyógyírt kínáló termék szórólapján egy 25 év körüli fiatal nőt látok. Ide egy kb: 50 éves, kiegyensúlyozott, mosolygós hölgy illene. Így ugyanis nem ismer magára a célcsoport.

A megoldás:

A „Kíméletes és gyors megoldás”.. szuper, .

A célzott kör már biztosan próbálkozott néhány szerrel. Meg kell mutatni azonban, hogy miben más a Delima!

Pozicionálásra van szükség.

„Delima a kíméletes és TERMÉSZETES megoldás a változókoros problémáira”

Pozicionáljon nyugodtan szembe a hormontablettákkal, a mellékhatásokkal járó gyógyszerekkel, a költséges és időigényes orvosi kezelésekkal... stb.

Az Ön életét is változókoros problémák nehezítik?

A menstruációs ciklus zavarai
Gyakori hangulatváltozások
Vizelettartási zavarok
Hüvelyszárazság, Mellkisebbedés
Hőhullámok, Alvászavarok
Depresszió, Hajhullás...

Kíméletes és gyors megoldást kínálunk!

delima Táplálékkiegészítő

Fitoosztrógenekben rendkívül gazdag gránátalmamag olajat, szőlőmag olajat és természetes E vitamint tartalmaz az Ön egészségének megőrzésére!

A doboz tartalma 60 kapszula.
Javasolt adagolás: napi két kapszula, vízzel vagy gyümölcslével.

Terhes és szoptató nőknek nem javasolt!

Keressen a gyógyszertárakban!

Információk: www.delima.wellcenter.sk
Megrendelés: delima@wellcenter.sk
Telefonos megrendelés: 0915 552 168

Gyártó: PEKANA Naturheilmittel GmbH, Kisslegg, Németország
Forgalmazó: Wellcenter, s.r.o., J. Stampayho 15, 943 42 Gbelce

A címsor...

Ügyes a problémákra fókuszáló indítás – ezzel megnyeri a bizalmat a célzott körnél.

Talán szerencsésebb volna a kérdés helyett kicsit sarkítani a problémát: pl:

„9 gyötrő probléma, ami a változókorban megnehezíti a mindennapjait...”

vagy esetleg már az ígéretet is beleszőni a címsorba::

„Viszlát változókoros „nyavalyák” és „riqolyák”... és alcímként használnám az itt szereplő kérdést.”

Ezt a mondatot mindenképpen szükséges feltüntetni? Úgy érzem, felesleges a változókoros panaszokkal egy lapon említeni.

Akció! Vagyis van cselekvésre buzdító része a reklámanyagnak. Ez nagyon jó! Talán még érdemes a szórólap egyik sarkába egy kupont elhelyezni, és arra ráírni egy összeget, amit kedvezményként leszámíthatnak a gyógyszertárak. (Ehhez persze meg kell állapodni a gyógyszertárakkal) Vagy határidőt és határidős kedvezményt beépíteni a telefonos és online rendelésekhez. Ezekkel

Érdemes alapozni arra, hogy a nők megbeszéljék egymás között az ilyen jellegű problémáikat is, és szeretnek közösen kísérletezni gyógymódokkal, divatirányzatokkal. Talán appellálhat arra is a szórólapon, hogy vásároljon többet is egyszerre és kedvezményt kap, vagy vegyen a barátnője is, hozza magával őt is.

A szórólap egyébként ízléses, áttekinthető, meggyőző, és színeiben is figyelemkeltő, megfelel az olvasók ízlésének. Sok sikert kívánok a termék-eladásokhoz, és a szórólap-kampányhoz! Valójában csak minimális igazításokra volna szükség!