

## **BAŞARILI BASIN REKLAMI NASIL OLMALIDIR?**

**Arş. Gör. Ebru ÖZGEN**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
İletişim Fakültesi

Basın reklamı hazırlanırken en önemli nokta hedef kitleyi toplayabilmektir. Nedir hedef kitle? Tüm popülasyonu ifade etmektedir. Genel anlamda, halkın kuruluşla doğrudan ya da dolaylı bağı olan alt gruplar halkla ilişkiler açısından hedef kitleyi oluşturmaktadır. (1) Hedef kitle kelimesindeki "kitle" kalabalık demek değildir.

Halk tarafından temsil edilen bir grubun ismidir. Kültür seviyelerinin, mesleklerinin, yaşam düzeylerinin değişik olmasının kitlenin meydana gelmesine etkisi yoktur. Rastlantı ile biraraya gelmiş, isimsiz, adsız kişilerden meydana gelir. (2)

Hedef kitleye ulaşabilmek için mesaj gereklidir. Mesaj, kaynak tarafından alıcıya gönderilmek istenen bilgidir.

Reklam bir iletişim sürecidir. İletişim süreci; kaynak-mesaj-kanal-hedef arasında gerçekleşen bir olaydır. Başarılı bir basın reklamında mesaj her zaman başlıkta bulunmalıdır. Başlık hedef kitlenin dikkatini çekmeli, ilgisini toplamalıdır ancak olumsuz başlıktan kaçınılmalıdır. Başlıkta daha çok bir fayda önerilmelidir. Faydanın hedef kitle tarafından kolayca anlaşılabilmesi gereklidir. Başlıkta mesajı çok net verebilmek önemlidir. Mesaj anlaşılır ise metnin açık ve net olması yeterli olacaktır. Çok fazla mükemmeliğe metinde çok fazla yer verilmemelidir. Hedef kitle daha çok reklamda ne söylenildiğiyle ilgilenecektir. Hedef kitle mutlak surette belirlenmelidir.

Belirsiz bir kitleye mesaj göndermek olumsuzluklardan ve başarısızlıktan başka bir şey getiremeyecektir. Başlığa bir sınırlama getirmemek yerin-

de olur. "Başlık kısa olmalıdır" imajı yanlıştır. Daha uzun cümleler ve anlamlı kelimeler hedef kitleyi daha fazla etkileyecektir.

Hedef kitleyi etkilemede inandırıcılık önemlidir. İnandırıcılıkta hiçbir baskı, tehdit, emir ve otorite kullanılması söz konusu değildir. İnsanlara gerçekleri göstererek ikna etmek imkansız değildir. Bilinmelidir ki, insanlar kolay öğrenen, değişime kolay intibak eden yaratıklardır. İkna etmek için hedef kitemize problemi göstermemiz ve ondan istediğimiz hareketi yapmakla sağlayacağı faydaları anlatmamız yeterli olacaktır. (3)

Başlık hazırlanırken hedef kitlenin özelliklerinin ve özellikle de eğitim düzeylerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Basın reklamında fotoğraf (resim) başlık kadar önemli bir yer almaktadır. İnsan psikolojisi göz önünde bulundurulursa görsellik insanda her zaman merak uyandıran bir unsurdur. Dolayısıyla fotoğraf (resim) kullanmak ilgi çekici olacaktır. Fotoğraflar açıklama olmalıdır, resim altı kullanılmalıdır.

Başarılı bir basın reklamı hedef kitlesine mutlaka bilgi vermelidir. Hedef kitleye bilgi vermek, hedef kitlenin reklama ilgilenmesini sağlayacaktır. Reklam bir iletişim olayıdır, dedik. İletişim olayı tek yönlü işleyen bir olay değildir, çift yönlü işlemektedir. Reklamın sonucunda feedback alınacaktır. Bilgilendirilmemiş bir hedef kitle olumsuz bir feedback gönderecektir. Hedef kitlenin aklında mesajla ilgili en ufak bir soru işareti kalmamalıdır. Ürünle ilgili bilgi vermek reklamın verimliliğini maksimum düzeye ulaştırma amacındadır.

Hedef kitleye önem verildiğinin hissettirilmesi önemlidir. En etkili yollardan biri "siz" diye hitap etmek olacaktır. Ayrıca tanıklık olayı hedef kitlenin reklama daha bir güvenle bakmasını sağlayacaktır. Gerçek insanların tanıklıkları her zaman etkilidir. Halkın bildiği, güvendiği, önem verdiği insanların reklamı onaylaması etkili olacaktır. Bu şekilde tanıtım kampanyaları (tanıklık) her zaman güven uyandıracaktır.

Başarılı basın reklamında önemli bir konuda ilanlardır. İlanlar yalın olmalıdır. Sayfa düzenli olmalı, karmaşık sayfa düzenlerinden kaçınılmalıdır. Hedef kitlenin özelliklerine göre, ilanın şekli belirlenmelidir. Bir banka reklamı için ya da bir otomobil reklamı için tam sayfa ilan verilmesi örnek olarak gösterilebilir. Uzun metin yazmaktan kaçınılmalıdır.

Basın reklamının yayınlanacağı dergi ve gazetenin mutlak surette önceden incelenmesi gereklidir. İlan o gazeteye da dergide nasıl duracak, dik-kati çekecek mi, sayfa ilana uygun mu, bakılmalıdır. Bu incelemeler ilanın yer alacağı sayfa üzerinde yapılmalıdır.

Basın reklamında kurumsal imajı oluşturmak önemlidir. Nedir kurumsal imaj? Kurumsal imaj, kurumun tarihi, mali başarıları ve kararlığı, üretim kalitesi, ihracat başarıları, diğer endüstri kuruluşlarıyla ilişkileri, ünü, işveren ortak durumu, sosyal sorumluluğu ve araştırmaları gibi bazı şeylerden meydana gelmiştir. (4)

İlanda logonun yer alması önemlidir. Öyle bir basın reklamı olmalıdır ki logo yer almasa bile yazının karakterinden hangi kuruma ait olduğu anlaşılabilir. Ana satış mesajı gerekli şekilde yerleştirilmelidir. Temel satış fikrinin hedef kitle tarafından anlaşılması basın reklamının başarılı olması açısından önemlidir.

**SONUÇ OLARAK ;** Başarılı basın reklamı hazırlamada dikkat edilmesi gereken çok önemli hususlar bulunmaktadır. Hedef kitleye önem verilmesinin hissettirilmesi reklamın başarılı olmasında etkili olacaktır. Bu hususlara dikkat edilmesi sonucunda basın reklamı beklenildiği sonuçları elde edecektir.

### **DİPNOTLAR**

- (1) BALTA PELTEKOĞLU, Filiz, **Halkla İlişkilere Giriş**, Birinci basım, 1993.
- (2) TORTOP, Nuri, **Halkla ilişkiler**, Birinci basım
- (3) ASNA, Aleattin. **Bankacılıkta insanlararası ilişkiler**, Birinci basım
- (4) PUBLISHMA, Pitman, **Public Relations**, London, 1992.