



ADVERTORIJAL

Advertorijal je plaćeni novinarski tekst, koji pod plaštom nezavisnog mišljenja piše u interesu organizacije, on je hibridna tvorevina koja koristi prednosti plaćenog oglašavanja da bi ostvarila ciljeve PR-a.

Sam pojam *advertorijal* predstavlja kombinaciju riječi "oglašavanje" i "novinski tekst." U štampanim izdanjima, advertorijal je obično napisan u formi objektivnog novinarskog teksta, osmišljen da izgleda kao novinski članak koji čitaocu nudi legitimnu vijest. Na televiziji, advertorijal je sličan kraćoj reportaži ili može biti sastavni dio neke TV emisije. Na radiju može biti predstavljen u obliku reportaže ili „forme dijaloga" u kojoj učestviju novinar i predstavnik kompanije ili organizacije.

Glavna razlika između advertorijala i novinskog teksta, odnosno novinske reportaže, je to što kroz advertorijal klijent ima apsolutnu kontrolu nad porukom koja se šalje javnosti. Nakon pres konferencije koja je najjeftiniji, advertorijal spada u jeftinije alate PR menadžmenta.

Na kraju teksta možete vidjeti okvirne cijene objavljivanja advertorijala u našim dnevnim, štampanim medijima.

Advertorijal koristite nakon pres konferencije. Ukoliko niste zadovoljni odjekom koju je vaša konferencija imala u sredstvima informisanja, približite se široj publici, koristeći ovu formu.

1. Prednosti advertorijala

Danas, većina ljudi razvila je sklonost da vjeruje u informacije koje su nude u nekom novinskom tekstu bilo da je on objavljen u dnevnim novinama bilo u nedeljnim ili mjesečnim izdanjima nekih časopisa. Ukoliko oglašavanje nije vidljivo i napadno, čitaoci vjeruju u informacije koje su pročitali misleći da dolaze od novinara te medijske kuće i smatrajući da i ona stoji iza novinara a sami tim i iza i informacija koje su date u tekstu. Upravo iz ovog razloga, advertorijal treba da održi privid nepristrasnosti, kako bi povjerenje i dalje postojalo a sve sa ciljem postizanja rezultata zbog kojih je advertorijal i objavljen. Upravo zbog ovog potrebno je izbjavati korišćenje vidljivih elementa reklame.

2. Ograničenja advertorijala

Pošto je advertorijal forma oglašavanja i da sam po sebi predstavlja oblik reklame, to znači da za njegovo objavljivanje, bilo u pisanim bilo u elektronskim medijima, potrebno imati budžet i da na taj budžet takođe može uticati i veličina advertorijala (da li se radi o cijeloj novoskoj strani ili ½).





I još jedna veoma bitna stvar je da ukoliko sami čitaoci, gledaoci primijete da sadržaj advertorijala u sebi sadrži elemente reklame to može dovesti do razvijanja skepticizma i sumnje sa njihove strane.

3. Osmišljavanje advertorijala

Tokom pisanja potrebno je postići ravnotežu između priče i onoga šta treba da se promovise. Da bi se tako bitna ravnoteža postigla potrebno je poznavanje projekta, usluge, proizvoda ili neke vrijednosti koji se promovise. Odnosno, prvo je potrebno definisati šta je to što se promovise i tek nakon toga krenuti u osmišljavanje priče koja će se sa tim savršeno poklopiti.

Kreatvnost jeste bitna, smislite nekoliko različitih okvira priče i prepoznajte koja od njih se najbolje uklapa sa porukom koju želite da prenesete. Ukoliko jedna od njih ne funkcioniše pređite na drugu i tako redom.

Advertorijal mora početi i završiti s pričom. Koristite citate, pogotovo one koji se tiču prednosti usluge i proizvoda koji se promovise. Iz tog razloga intervjuišite ljude za svoju priču i jasno citirajte njihove odgovore. Nije potrebno da tekst koji pišete zatrapate činjenicama ili statističkim podacima. Tokom pisanja pokušajte da se držite što dalje od slogana tipa: najbolja usluga, nevjerovatni rezultati...

Uvijek imajte na umu da je advertorijal „tihan“ promocija, i iz tog razloga koristite jednostavni, svakodnevni stil pisanja, interesantnu priču ili u većini slučajeva formu „tople ljudske priče“ i ostanite što dalje od slogana.

Veoma je važno, da zbog očuvanja ravnoteže između priče i poruke koju ta priča obuhvata, da u sami tekst nikada ne uključite cijene bilo usluge ili proizvoda, već da na kraju teksta navedete kontak podatke kompanije ili organizacije.

Okvirne cijene objavljivanja advertorijala u našim dnevnim, štampanim novinama: ND Vijesti, Dan, Dnevne novine, Blic Crna Gora, kreću se, za **1/8** strane teksta, od 200,00 do 300,00 €. Ono što trebate imati u vidu da na datu cijenu, pored veličine advertorijala, takođe utiče i mjesto na kojem će isti biti objavljen.

