

Ответ на вопрос по дисциплине «Актуальные проблемы стилистики русского языка» 28.09.20

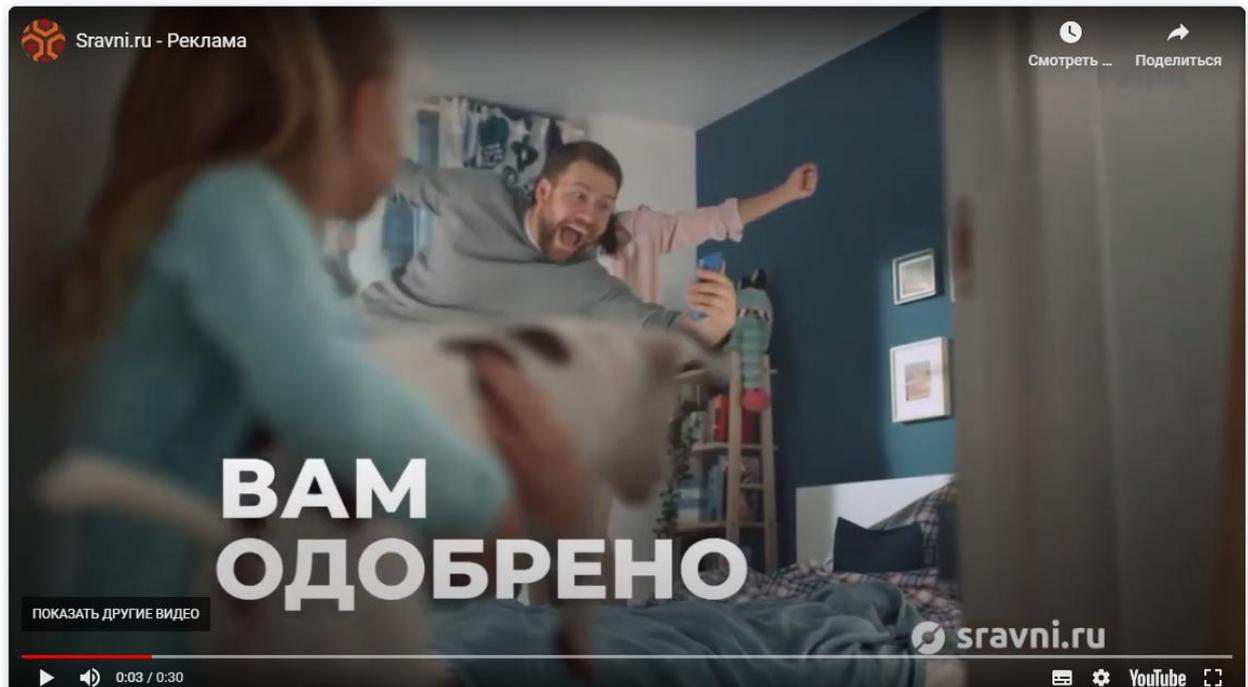
Аникушина А.С. РСОзм-201

6. Уникальное торговое предложение (УТП). Истинное и ложное УТП.

Определение уникального торгового предложения ввел идеолог рационалистической рекламы Россер Ривс. По силе воздействия УТП (как истинные, так и ложные) превосходят другие рекламные утверждения, поскольку лучше запоминаются и обладают большей агитационной силой. Как показал Р. Ривс, УТП обеспечивает рост внедрения марки в сознание людей и падение соответствующих показателей марок конкурентов.

Уникальное торговое предложение (далее УТП) — ключевое сообщение в коммуникации с потенциальными покупателями. В предложении указаны выгоды бренда или продукта для потребителей. УТП – это то, почему клиенту нужно купить у вас, а не у кого-то еще. То, чем вы отличаетесь от других компаний. То, какое утверждение никто до вас не делал на рынке.

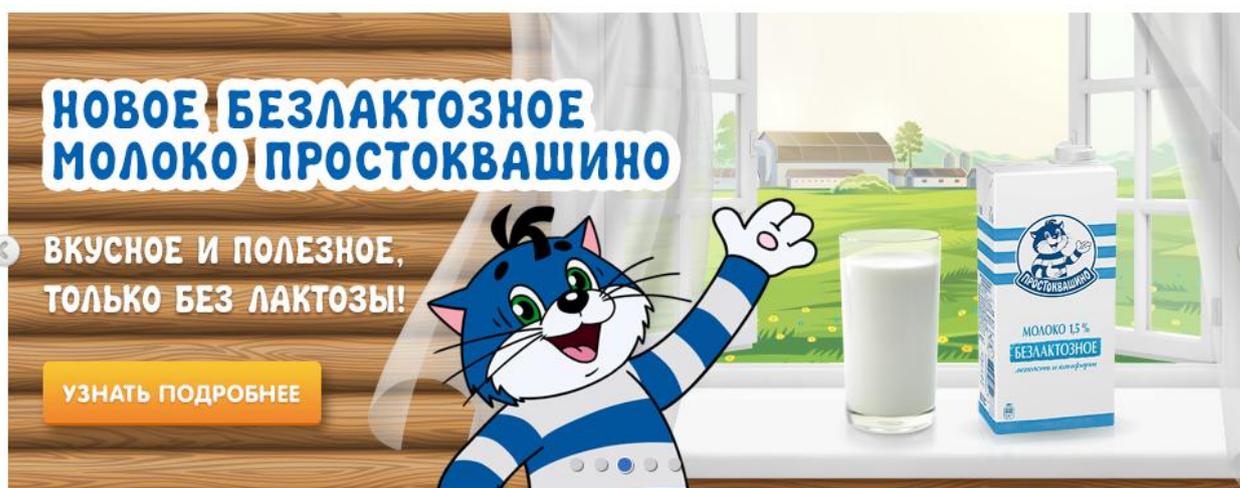
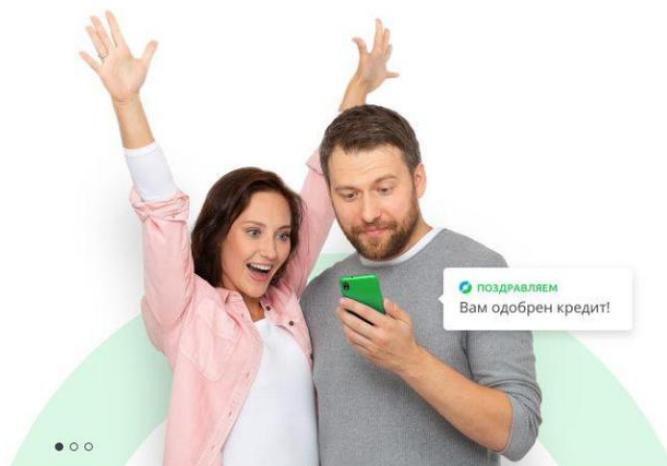
Реклама сервиса Сравни.ру – подбор кредита онлайн



Персональный подбор кредита

Проверь свой кредитный рейтинг и узнай, какой банк и по какой ставке одобрит тебе кредит

[ПОДОБРАТЬ КРЕДИТ](#)



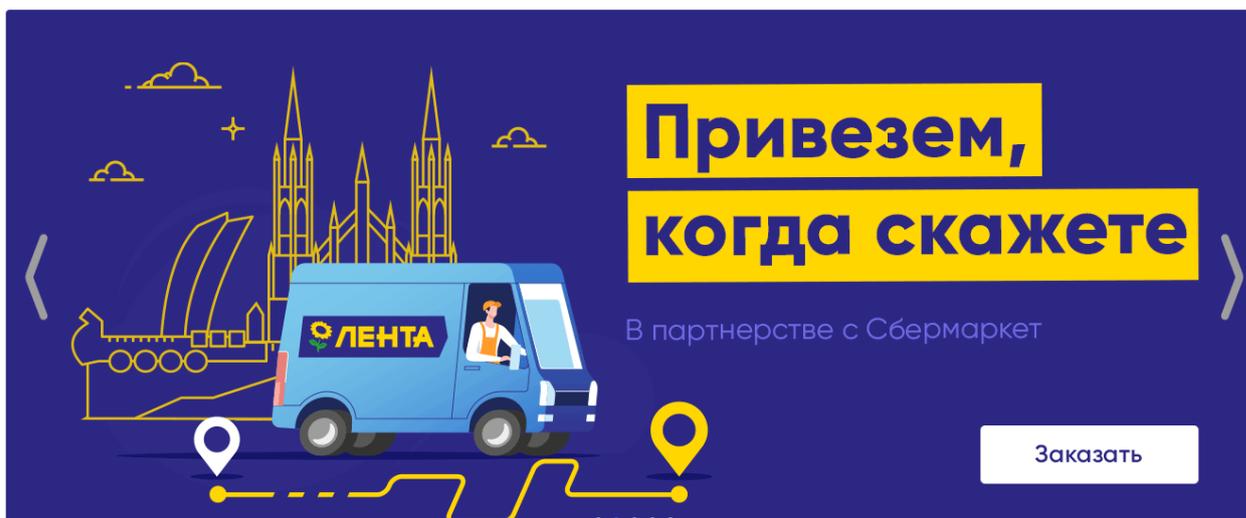


ПРОСТОКВАШИНО

✓ ТОПЛЮ ЗА СЫРНИКИ!

Простоквашино - Завтрак на 5 звезд!
breakfast.prostokvashino.ru

Advertisement for Prostokvashino dairy products featuring a cat chef. The cat is wearing a white chef's hat and pointing. The background is a bright blue sky with clouds. A banner at the top reads "ПРОСТОКВАШИНО" (Prostokvashino) with five stars. The text "✓ ТОПЛЮ ЗА СЫРНИКИ!" (I'll give you a thumbs up for the pancakes!) is written in large blue letters. Below the text, it says "Простоквашино - Завтрак на 5 звезд!" (Prostokvashino - Breakfast on 5 stars!) and provides the website "breakfast.prostokvashino.ru".



Ультрафиолет: неделя скидок на фиолетовые овощи и фрукты!

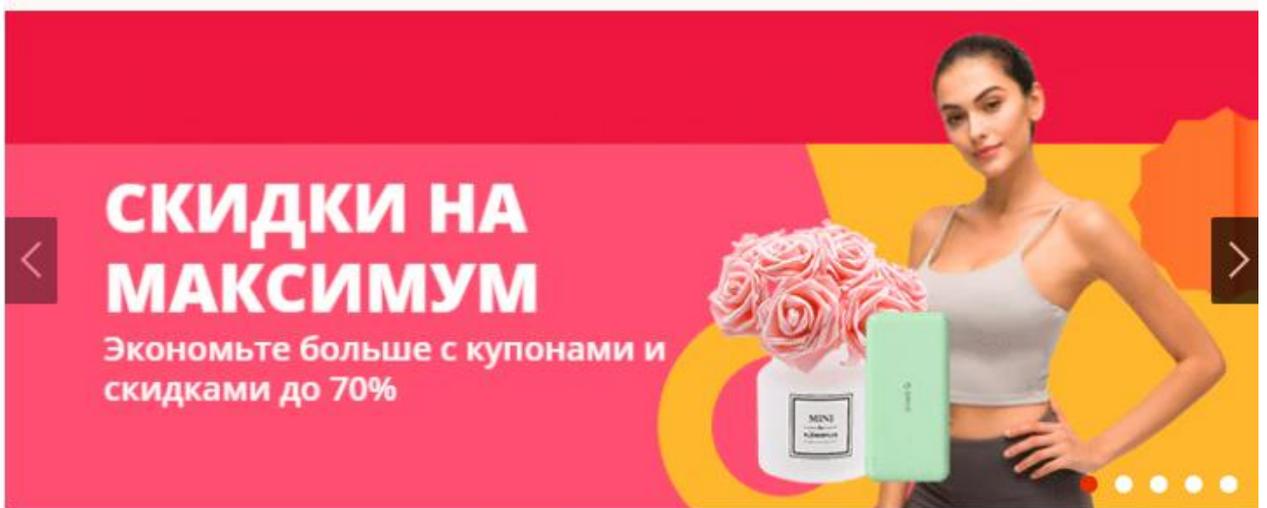
24.09.2020

С 24 по 30 сентября скидки до 30% на фиолетовые фрукты и овощи!



ЛЕНТА. Постоянная при любых переменных.

AliExpress:



**СКИДКИ НА
МАКСИМУМ**

Экономьте больше с купонами и скидками до 70%

A woman in a grey tank top and black pants stands next to a bouquet of pink roses in a white vase. The vase has a label that says 'MINI'. A green smartphone is placed next to the bouquet. The background is a vibrant red and yellow gradient. Navigation arrows are on the left and right, and a series of dots is at the bottom right.

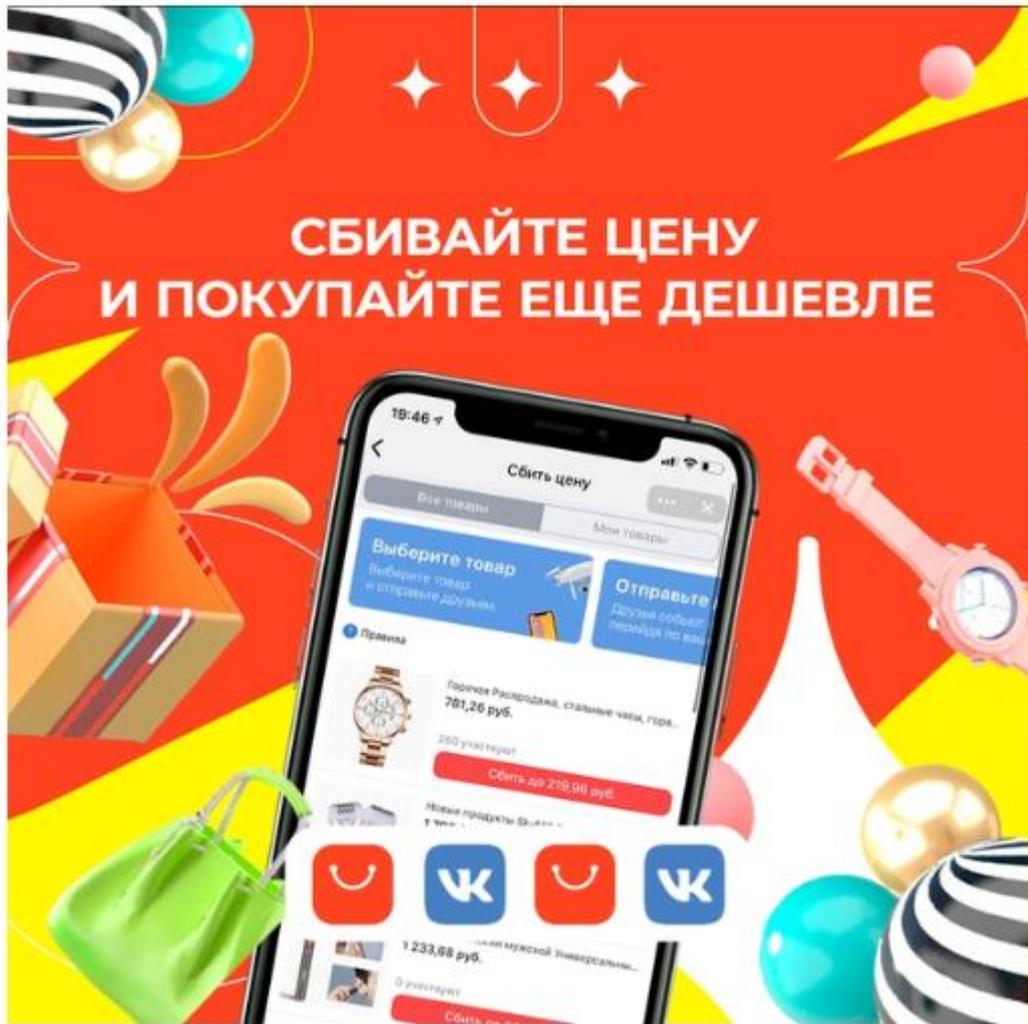
AliExpress



**На связи и готов
к работе**

WiFi, 3D-принтеры и другое

A woman in a black dress stands in a modern office setting. In the foreground, there is a yellow and black handheld barcode scanner, a black 3D printer, and a white WiFi router. The background is a blurred office scene with people working at desks. Navigation arrows are on the left and right, and a series of dots is at the bottom right.





**ЛЕТО В РАЗГАРЕ,
И СКИДКИ ТОЖЕ!**

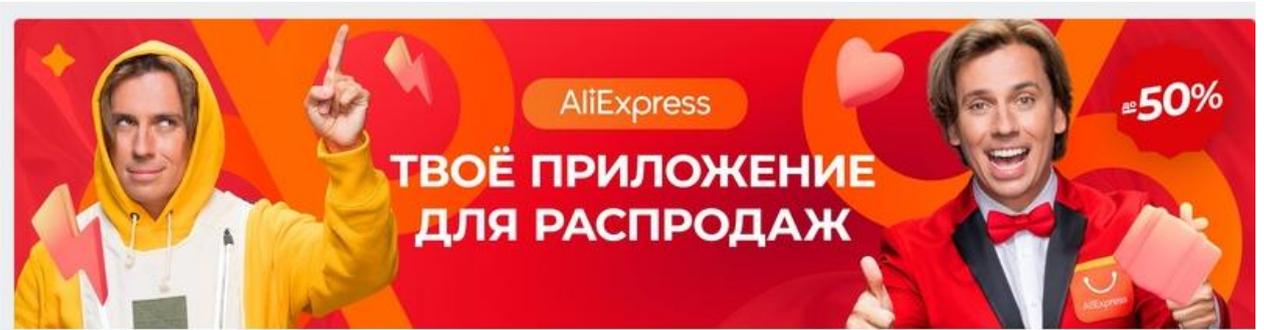
26-27 июля



до 60%



ЛЕТО РАСПРОДАЖ + ЛЕТО РАСПРОДАЖ + ЛЕТО РА



Озон:





Сделайте предзаказ
уже сейчас

В продаже с 10 ноября

Оформить

26 990 P

45 590 P



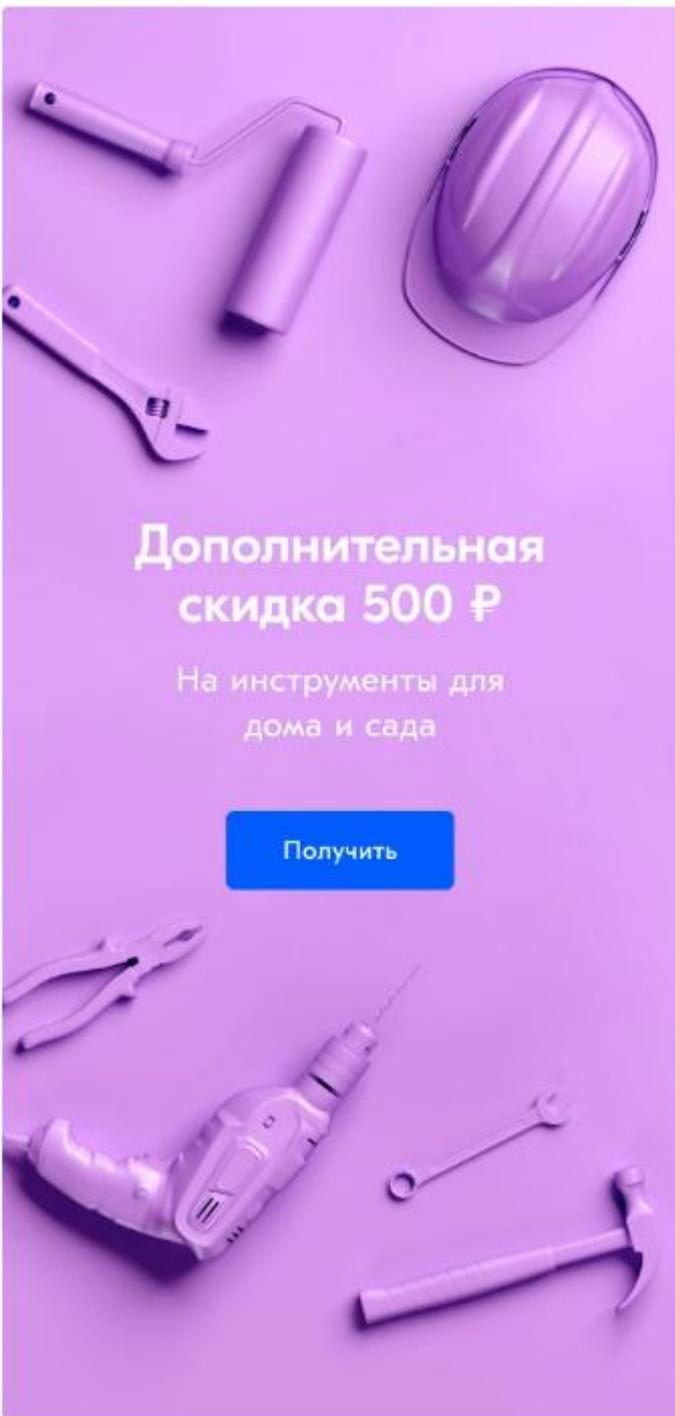
POWER YOUR DREAMS



Берите
по скидке! Только
до 30 сентября!

до **-75%**

Купить



**Дополнительная
скидка 500 ₽**

На инструменты для
дома и сада

[Получить](#)

Открой,
тебе понравится!
Скидки на всё!



OZON travel



Отдых,
который
вы ждали!

Авиабилеты в Турцию



 **BOSCH**
Мощный блендер и вакууматор в одном приборе
+ Пакеты в подарок

[Купить со скидкой](#)

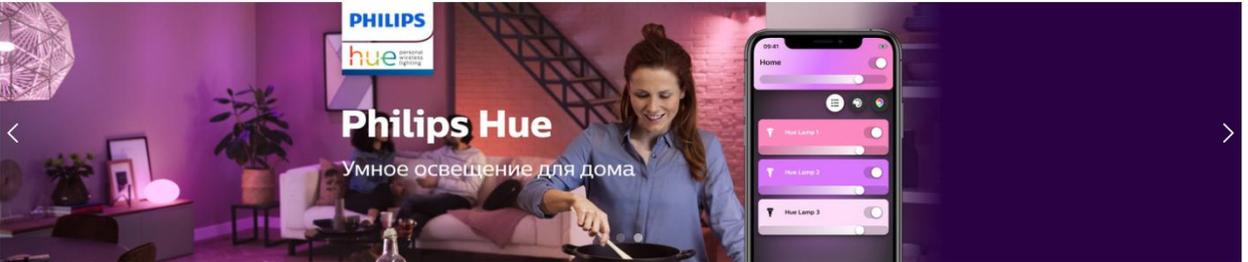


Вместе с листьями опали высокие цены! Скидки до 69%
на товары для питомцев

[Приобрести](#)



 **Philips Hue**
Умное освещение для дома



Время утепляться
Верхняя одежда на любую погоду



До -60%
На садовую мебель

[Выбирайте](#)



Новое хобби каждый день!
1+1=3 на товары для вышивания!

[Держайте!](#)



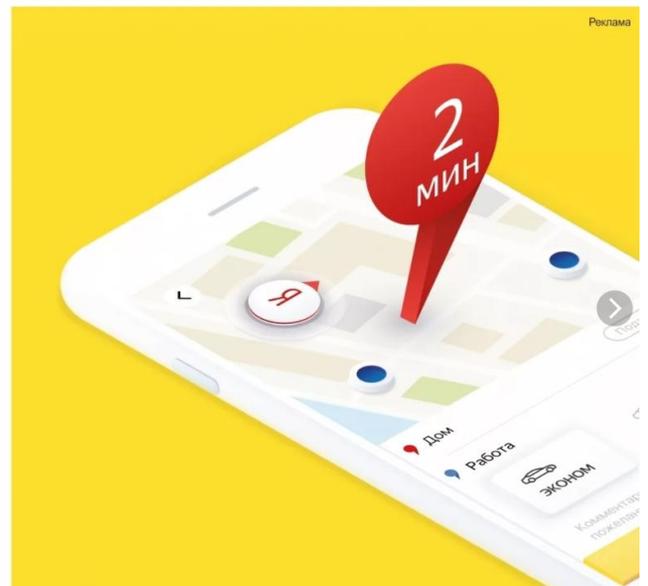


Яндекс Такси 0+

Уже в вашем городе

Скидка 50% по промокоду: **SOL1**
 Промокод действителен к активации до 17.02.19
 Номер вызова такси: 8 (800) 301-33-30

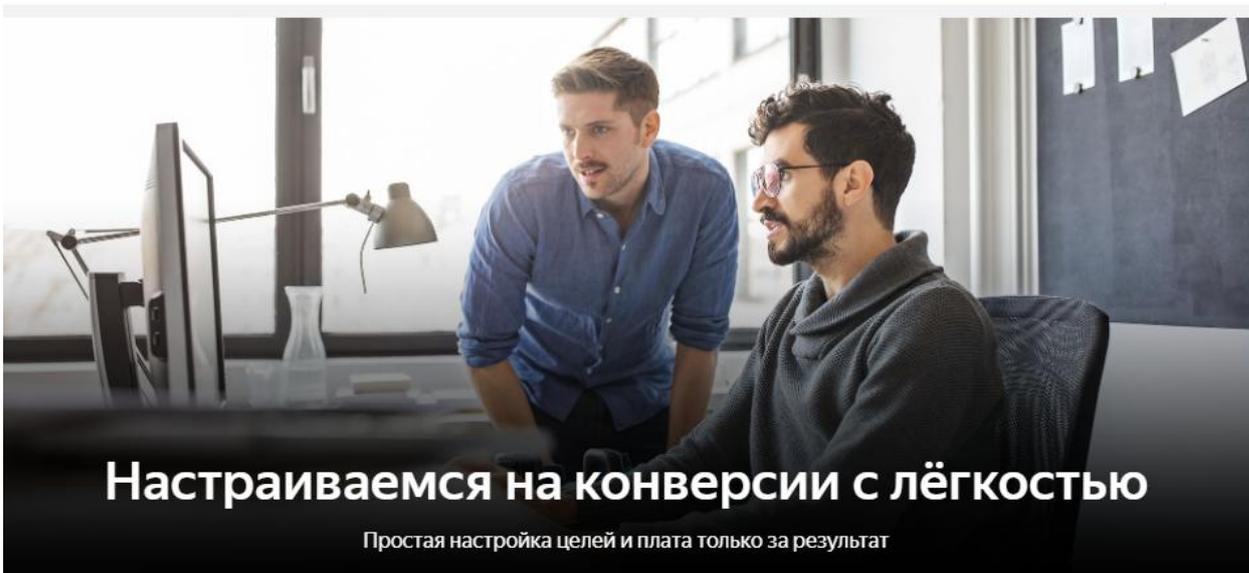
Яндекс.Такси — информационный сервис. Услуги по перевозке пассажиров и багажа оказываются перевозчиками. Информацию о городах, где доступен сервис, уточняйте на taxi.yandex.ru. Время подвоза может отличаться от указанного.



**Санкт-Петербург,
встречай!**



Яндекс Лавка



Настраиваемся на конверсии с лёгкостью

Простая настройка целей и плата только за результат

Сбер — больше чем Банк

Сбер — вселенная полезных сервисов для жизни человека

[▶ Смотреть трансляцию](#)



СБЕР **Прайм**

Одна подписка —
много возможностей

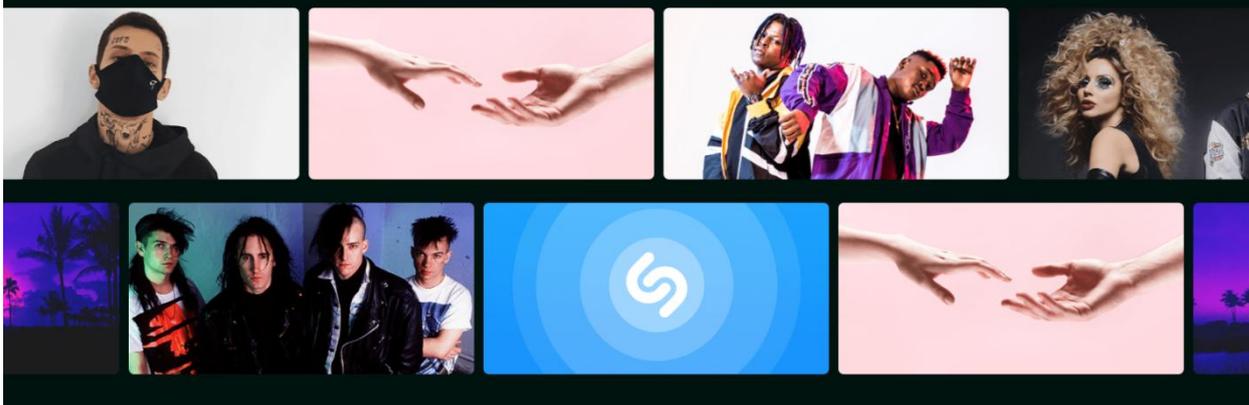
Подписка на сервисы экосистемы по единой цене и специальным предложением 999 рублей в год

[Подробнее](#)



СБЕР ЗВУК

Ваша любимая музыка без
ограничений и компромиссов





Ваша любимая музыка без ограничений

СберЗвук — это миллионы треков, тысячи готовых плейлистов, чарты и персональные рекомендации

[Подробнее](#)



Рестораны по вашим правилам

Бронируйте стол, копите бонусы, делите счет с друзьями и оставляйте чаевые в мобильном приложении СберФуд

[Подробнее](#)



Выберите рацион под ваши цели — от снижения веса до набора массы

[Подробнее](#)





ВОЗЬМИ ОТ ФРУКТОВ БОЛЬШЕ*

100% СОК

КЛЕТЧАТКА ЦЕЛОГО ФРУКТА**

БЕЗ ДОБАВЛЕННОГО САХАРА***

* Возьми от фруктов больше – по сравнению с предыдущей рецептурой.
 ** Клетчатка целого фрукта – в стакане 250 мл содержится такое же количество клетчатки (2,5 г), как в порции фруктов массой 120 г (для продукта «J7 Мультифрукт»).
 *** Без добавленного сахара – содержит сахара природного (естественного) происхождения.

Apple WATCH SE

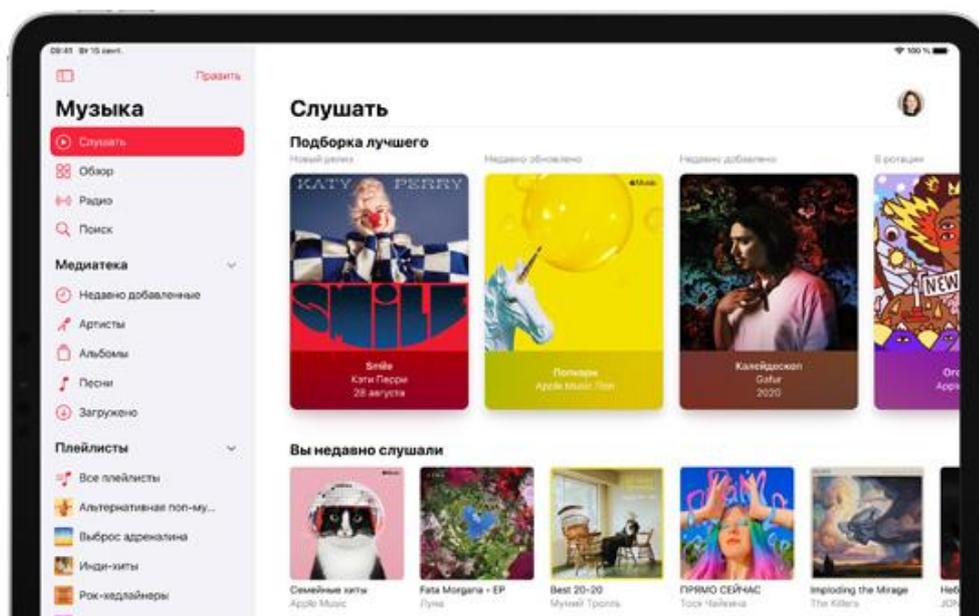
Мало не покажут.

[Подробнее >](#) [Купить >](#)

Apple Music

70 миллионов треков.
Три месяца за наш счёт.

Попробуйте бесплатно² ↗
[Подробнее >](#)



ИКЕА 75

Спасибо за чистые стены

МÅLA/МОЛА
доска-мольберт
1499.-

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.

**ИКЕА
75**

**Спасибо
за миллион
историй**

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.



STRANDMON/СТРАНДМОН

кресло, Шифтебу

12999.-



STRANDMON/СТРАНДМОН

детское кресло

9999.-



**ИКЕА
75**

**Спасибо,
что в обнимку**

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.



BRIMNES/БРИМНЭС

каркас кушетки
с 2 ящиками, 80x200см

9999.-



**ИКЕА
75**

**Спасибо
за все семь
сезонов**

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.



STRANDMON/СТРАНДМОН
кресло, Шифтебу
12999.-



**ИКЕА
75**

**Спасибо,
что верите
в чудеса**

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.



РОТЕРА/ПОТЕРА
фонарь для греющей свечи
249.-/шт.



**ИКЕА
75**

**Спасибо,
что зовете
в гости**

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.



LYCKSELE/ЛИКСЕЛЕ
диван-кровать
с чехлом Валларум

13999.-



**Изящная,
раздвижная,
как в сказке**



MINNEN/МИННЕН
каркас раздвижной
кровати и реечное дно,
80×200см

6799.-



© Inter IKEA Systems B.V. 2018.
Цены в рублях. Предложение действительно, пока товар есть в наличии.

МАЛЕВИЧ ОТДЫХАЕТ



99.^{руб}
ГОСА ЛАГОМ
подушка

недели сна
с 4 по 27 февраля

IKEA®
ВЕЩИ И СНЫ



© 2013 IKEA Systems BV/2013. Страница создана вручную.

169.-
ЮСА
 ручной фонарь
 прежняя цена: 249.-

**Теперь
 Цена
 ниже**

**НОВЫЙ
 КАТАЛОГ
 ИКЕА
 ТВОРИТЕ
 ЧТО ХОТИТЕ**




© 2013 IKEA Systems BV/2013. Страница создана вручную.

www.IKEA.ru

**ТВОРИТЕ
 ЧТО ХОТИТЕ**

НОВИНКА

1999.-

БРЕЙМ
 гардероб,
 80×55×180см



Дед Мороз верит в тебя!

Новая зимняя коллекция
уже в ИКЕА

[Посмотреть все товары](#)

VINTERFEST/
ВИНТЕРФЕСТ
Подсвечник для греющей
свечи, высота 14 см
499₽



3 условия эффективной стратегии рекламирования — "уникального торгового предложения" (УТП):

1. Каждое рекламное объявление должно содержать конкретное предложение для потребителя: купи именно этот товар и получи именно эту специфическую выгоду.

Первое условие рекламистам хорошо знакомо — оно повторяется во многих современных работах по рекламе и в другом варианте звучит так: реклама должна сообщать потребителю о выгоде (материального или психологического свойства), то есть она должна строиться по принципу эмпатии.

Вызывающе
быстро

Яндекс.Такси
taxi.yandex.ru



Вызывающе
быстро

Яндекс.Такси
taxi.yandex.ru



ТАКСИ РИТМ



партнёр
Яндекс.Такси

СБЕР

Сбер для бизнеса —
комплексные решения для
вашей компании



Каждая онлайн-покупка
по карте «Мир» — это твой
вклад в помощь врачам

За каждую оплату онлайн
платёжная система «Мир»
переведёт 1 рубль
на поддержку врачей

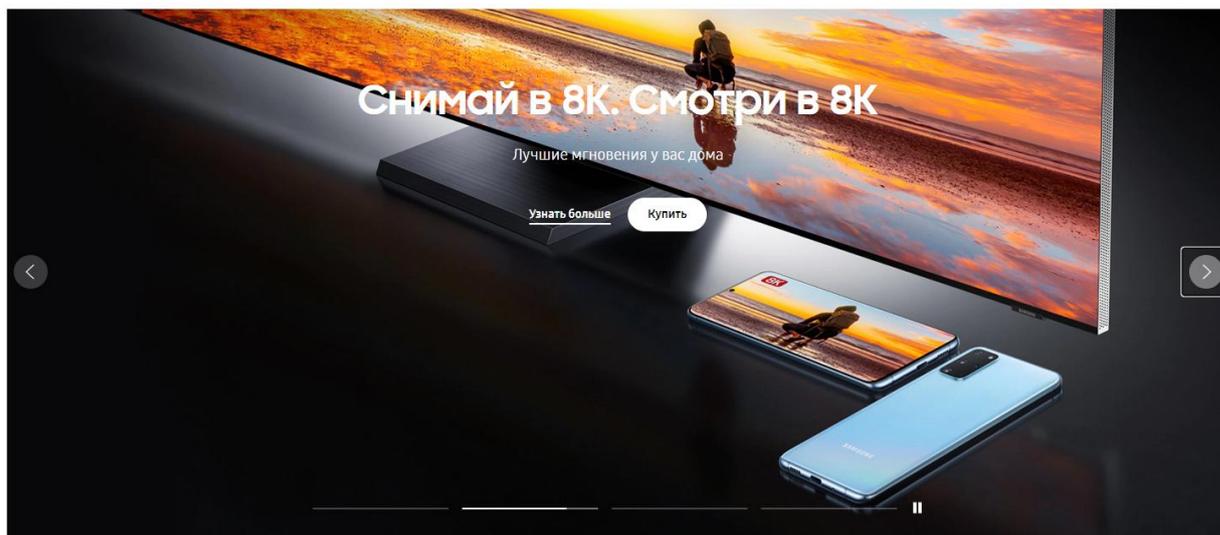
#МирПомогаетВрачам



МИР

AliExpress

АО «НСПК». Мероприятие проводится до 30.07.2020 года.
Подробнее на сайте mir-online.ru



ЛЕНТА

**ДЕРЖИМ ЦЕНЫ
НА САМОЕ
НУЖНОЕ**

24.09-30.09

**ОЛИВКИ И МАСЛИНЫ
«365 ДНЕЙ»,
В АССОРТИМЕНТЕ**

32.89

НЕ БОЛЕЕ 5 ШТ

Подробнее



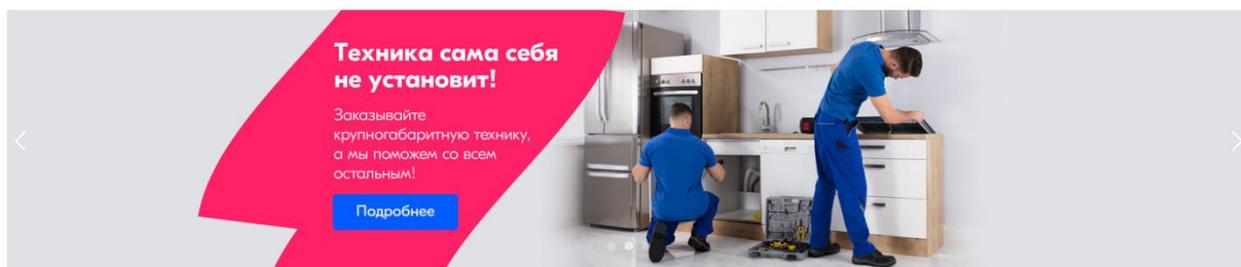
Зарабатывайте
до 6 000 ₽/день*
в Санкт-Петербурге

Партнёр Яндекс.Такси

* Результаты индивидуальны и зависят от каждого конкретного случая, для получения подробной информации про комиссию и другие условия отправьте заявку на подключение. Подробности на <https://taxi.yandex.ru/drivers/job/>.



0+



3. Предложение должно быть настолько сильным, чтобы оно могло привлечь к потреблению новых потребителей.

Для того чтобы умело использовать стратегию УТП в современных условиях, рекламистам важно понять, какие утверждения о товаре или услуге воспринимаются, как уникальные, и уметь предсказывать особенности восприятия такой рекламы.

СБЕР ЗДОРОВЬЕ

Онлайн-консультация ветеринара

Задайте специалисту вопросы о питании, воспитании и лечении вашего питомца, узнайте о прививках и документах для путешествий²

[Подробнее](#)

The advertisement features a white background with a photograph of a smiling Corgi dog. The text is in black, and a blue button with the text 'Подробнее' is located at the bottom left.

СБЕР СТРАХОВАНИЕ

Питомец под защитой

Застрахуйте здоровье собаки или кота — выберите полис и дополнительные опции

[Подробнее](#)

The advertisement features a white background with a photograph of a grey cat. The text is in black, and a blue button with the text 'Подробнее' is located at the bottom left.

Телемедицина

Онлайн-консультации с врачами для
ваших сотрудников



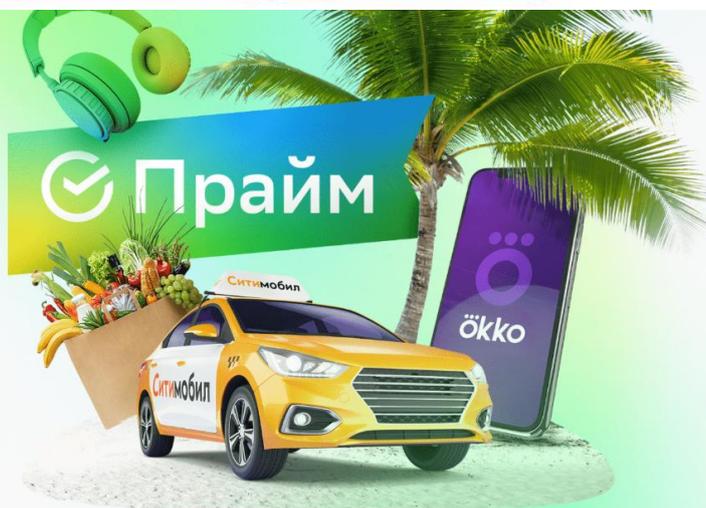
Подробнее

Одна подписка –
много возможностей

Специальная
цена за год **999 ₺** ~~1990 ₺~~

Оформить подписку

Предложение на годовую подписку действует до 31 декабря 2020 года
При месячной подписке первые 30 дней – бесплатно, далее 199 ₺



Сделано в России — продается на AliExpress 🇷🇺

Из-за карантина малый бизнес несет потери. Мы хотим поддержать локальные бренды, поэтому запускаем кампанию о 10 российских предпринимателях и производителях, которые продолжают работать, несмотря на кризис.

В течение ближайшего месяца фотографии героев в привычной рабочей обстановке будут размещаться в баннерной, контекстной и таргетированной рекламе. Вся реклама будет вести на витрины товаров героев на AliExpress 🛍️

[Показать полностью...](#)



Есть три правила: Адресно. Просто. Уникально. Также УТП должно быть реалистичным.

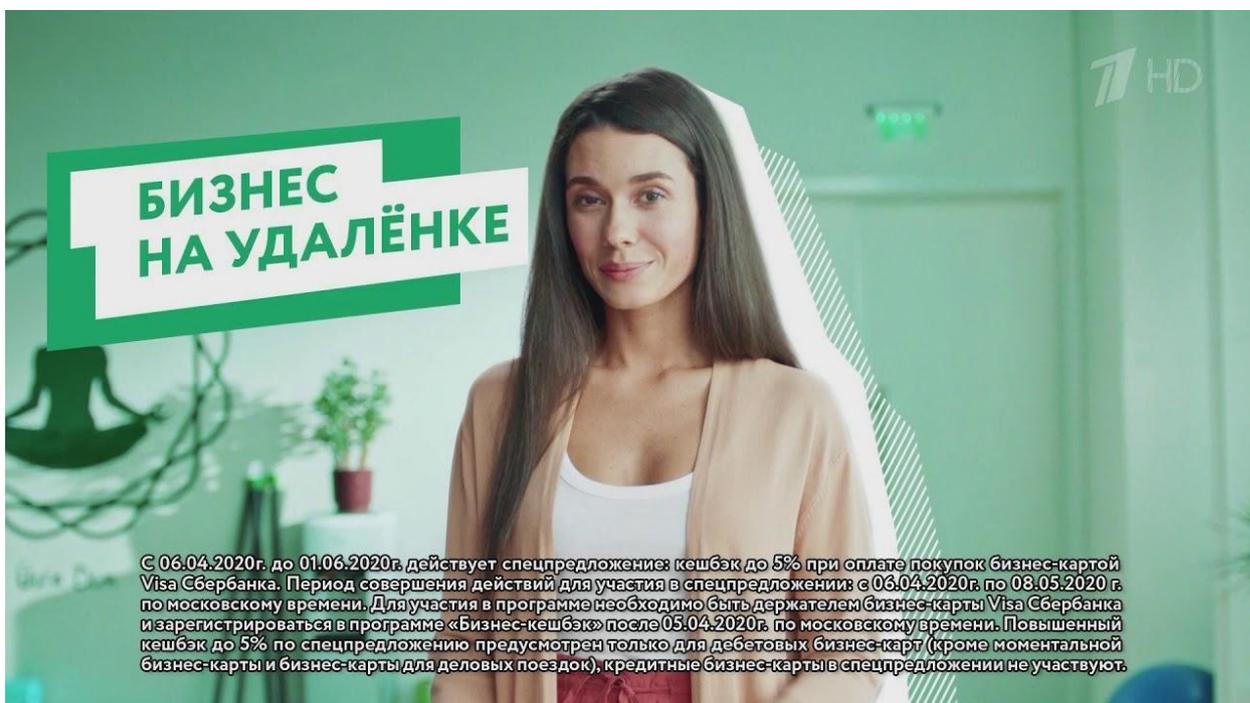
Задачи УТП:

- выделить компанию или продукт среди конкурентов (его не анонсировал конкурент);
- завоевать расположение целевой аудитории (конкретная выгода);
- создать основу для рекламных сообщений, сделать рекламу эффективнее (эффективность, большая привлекательность сообщения для аудитории).

Механизм работы УТП

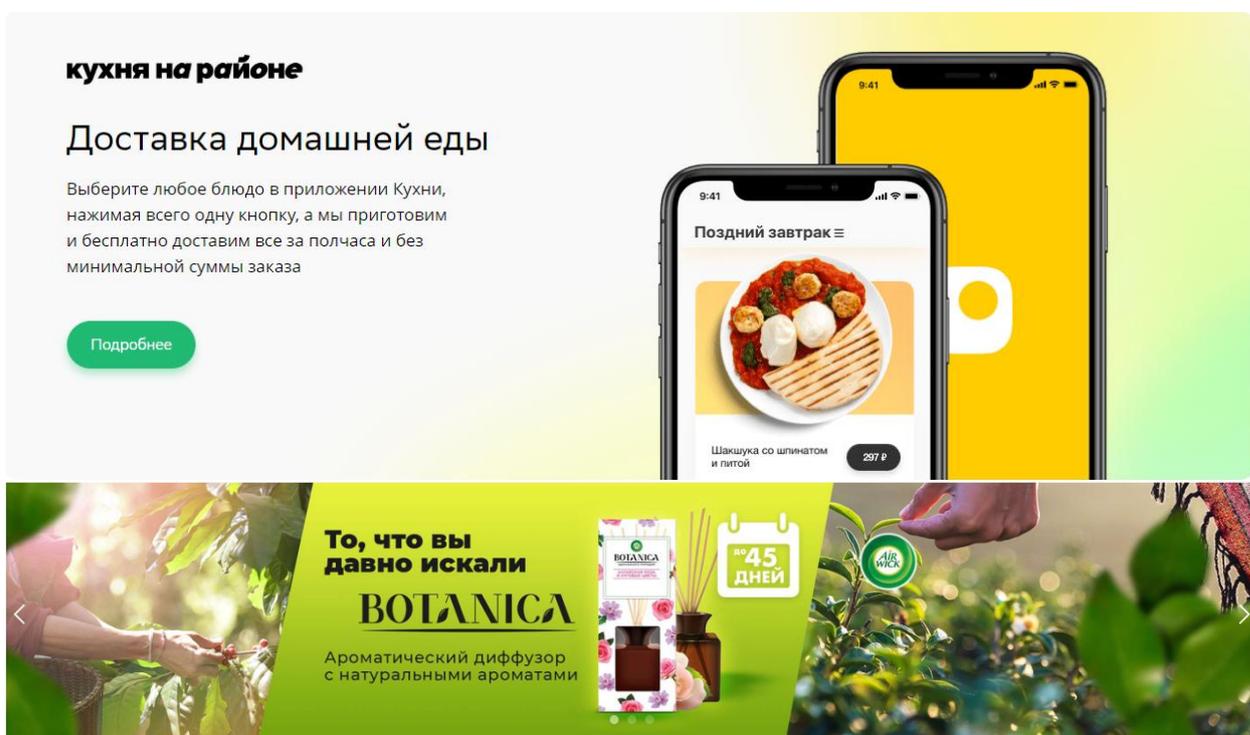
В психологическом плане УТП основано на эффекте удивления.

Утверждение уникальности — это не то же самое, что утверждение превосходства. УТП должно рассказать о товаре так, чтобы вызвать удивление потребителя, чтобы тот посмотрел на него по-новому — так, как не привык смотреть на товары той же категории.



БИЗНЕС НА УДАЛЁНКЕ

С 06.04.2020г. до 01.06.2020г. действует спецпредложение: кешбэк до 5% при оплате покупок бизнес-картой Visa Сбербанка. Период совершения действий для участия в спецпредложении: с 06.04.2020г. по 08.05.2020 г. по московскому времени. Для участия в программе необходимо быть держателем бизнес-карты Visa Сбербанка и зарегистрироваться в программе «Бизнес-кешбэк» после 05.04.2020г. по московскому времени. Повышенный кешбэк до 5% по спецпредложению предусмотрен только для дебетовых бизнес-карт (кроме моментальной бизнес-карты и бизнес-карты для деловых поездок), кредитные бизнес-карты в спецпредложении не участвуют.



кухня на районе

Доставка домашней еды

Выберите любое блюдо в приложении Кухни, нажимая всего одну кнопку, а мы приготовим и бесплатно доставим все за полчаса и без минимальной суммы заказа

[Подробнее](#)

Поздний завтрак ☰

Шашишка со шпинатом и пилтой 297 P

То, что вы давно искали

BOTANICA

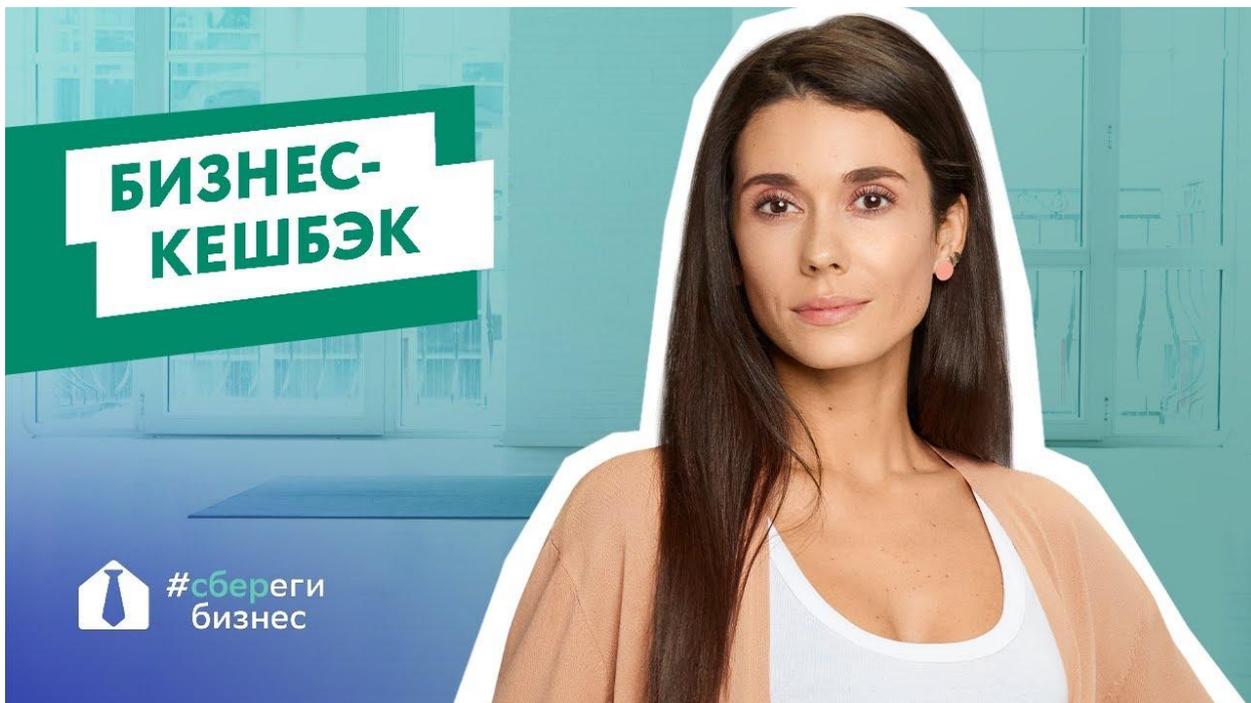
Ароматический диффузор с натуральными ароматами

до 45 ДНЕЙ

AIR WICK

Необычная для потребителя информация — вызывает интерес, любопытство, наконец, удивляет, — хорошо запоминается. Установлено, что процесс поступления информации в память носит избирательный характер. В памяти фиксируются, прежде всего, те впечатления, которые обладают высокой степенью информативной значимости, или "выделенности". Очевидно, что информация,

меняющая знания о целом классе товаров, воспринимается как информативно значимая, выделенная информация.



Чтобы гарантированно внедрить УТП в сознание целевой аудитории, необходимо добиться его краткой формулировки. Фраза, содержащая УТП, должна запоминаться буквально. Совмещение контраста с краткостью формулировки позволяет рекламистам создать впечатление отличительной особенности марки и добиться высокого внедрения этого утверждения в сознание.





«Истинные» и «ложные» УТП

Рекламные утверждения, основанные на реальной характеристике товара, отличающей его от всех (или многих) других товаров в рамках товарной категории - «истинные» УТП, а все остальные утверждения уникальности — «ложные» УТП. Эти понятия из НЛП.

Истинное УТП - новое свойство товара, не дублирующееся у конкурентов (реально существующее).

A screenshot of the 'Самокат' mobile application interface. The app is titled 'Сервис экспресс-доставки продуктов' (Express product delivery service). Below the title, it says 'Заказывайте молоко к завтраку, шоколадку к чаю или продукты на неделю — Самокат доставит все за 15 минут' (Order milk for breakfast, chocolate for tea, or products for a week — Самокат will deliver everything in 15 minutes). There is a green button labeled 'Подробнее' (More details). On the right side of the screenshot, there is a grid of product categories: 'Самокат' (Самокат), 'Готовая еда' (Ready-made food), 'Молочное и яйца' (Dairy and eggs), and 'Овощи и зелень' (Vegetables and greens). Each category has a representative image: a milk carton, a plate of food, a glass of milk with oranges, and a bunch of broccoli and tomatoes.



Новинка

**Возьми
удовольствие
с собой**



**Заквашено
в «Простоквашино»!**
**Новые термостатные
сметана и простокваша**

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



iPad mini

Впечатляет
не размером,
а делом.

От 37 990 руб.

[Купить](#)

[Подробнее >](#)

МЕГАФОН

ВСЁ

Всегда на связи с тарифами
#БезПереплат



Защита
от платных подписок



Гигабайты сохраняются
и накапливаются



Мессенджеры доступны
даже при нуле



Бесплатная
раздача интернета

Звонки



Интернет



Подробности
на megafon.ru

Значительно чаще, однако, основные потребительские характеристики товара не являются на рынке уникальными. Но и в этом случае рекламисты могут создать истинное УТП. Разумеется, речь не идет об откровенно лживой рекламе: имеются в виду такие приемы рекламирования, когда чисто языковыми средствами конструируется сообщение об уникальности товара, хотя его потребительские свойства уникальными не являются. В некоторых случаях истинные УТП основаны на умелом подчеркивании реальной характеристики, которая отличает товар не от всех, но от большинства других товаров в той же товарной категории.

Ложные УТП часто строятся на подчеркивании воображаемых свойств (отличительных особенностей) товара или услуги, которое закрепляется в сознании потребителей чисто языковым путем, никакое реальное отличительное свойство здесь не подразумевается. Это «ложное» УТП.

Pantene Pro – V, золото для твоих волос.



Умный ошейник с тарифом
для умных устройств
за 3990 Р

ОТКУДА ОНИ ЗНАЮТ, ГДЕ МЫ?

[Подробнее](#)

A photograph of two Weimaraner dogs sitting in a lush green field. The dog in the foreground is wearing a white smart collar with a small device attached. The dog in the background is also wearing a similar collar.

Письма счастья
Электронные подарочные
сертификаты с доставкой
на email.

[Выбрать](#)

The OZON logo, featuring the word "OZON" in white on a red background, with "4000 Р" below it. The logo is set against a blue background with abstract geometric shapes and a white envelope icon.

Для малого бизнеса



DUKTIG/ДУКТИГ
игрушечная касса,
19x18см, В11см
899₽

© Inter IKEA Systems B.V. 2019.
Предложение действительно, пока товар есть в наличии.



ДВА ХОРОШО,
А ТРИ ЛУЧШЕ!

Забрать

2=3



Станьте водителем- партнёром



НА ЭТОЙ РАБОТЕ ВЫ НАЧАЛЬНИК



Риторические приемы создания УТП

1. Прием замены отрицательных свойств на положительные.

Конструируется суждение типа; «Все (или многие) товары имеют свойство X, наш товар имеет свойство Y», при этом X вообще (или на фоне Y) оценивается отрицательно, а Y — положительно. Иными словами, свойство Y акцентируется таким образом, что свойства конкурирующих марок (без указания каких именно) на его фоне меркнут.

2. Прием усиления положительных качеств.

Конструируется суждение типа: «Все (или многие) товары имеют свойство X, наш товар имеет суперсвойство X», при этом X оценивается как высшее проявление качества.

3. Прием создания маркированного элемента.

Формируется суждение типа: «Все товары имеют стандартные свойства X, наш товар имеет эти свойства и отличительный признак Y», при этом потребитель не ожидает, что в рекламе товаров данной категории может применяться признак Y, В отличие от предыдущих приемов, здесь не принижаются достоинства и не подчеркиваются недостатки конкурирующих товаров, просто рекламируемый товар становится в этой категории особенным и более заметным.

Типичные ошибки

1. Неверное мнение: УТП не подходит для современных стратегий рекламирования в силу использования только уникальной (не повторяемой ни одним из конкурентов) характеристики

товара. Опровержение: УТП определяется не тем, что заложено в товаре, а тем, что и как сказано об этом товаре в рекламе - творческая стратегия рекламирования.

2. О необычном свойстве товара в рекламном тексте говорится среди других, более привычных свойств, тем самым в рекламе это свойство специально не подчеркнуто.

3. Рекламисты не аргументируют или слабо аргументируют необычное свойство товара – при этом в первом случае потребитель может не заметить информацию о необычном свойстве, а во втором он может не поверить рекламе.

4. Не учитывается возникающий у потребителя когнитивный диссонанс.

Когнитивный диссонанс - рассогласование новых и старых знаний (опыта) в сознании человека.

Имеются три стандартных способа преодоления этого, крайне некомфортного состояния:

а) проигнорировать новую информацию;

б) отвергнуть новую информацию;

в) объединить новую информацию со старыми знаниями;