Apakah periklanan komparatif lebih efektif

Written by

Monday, 16 October 2006 17:26 - Last Updated Tuesday, 31 August 2010 18:30

Oleh : Terrence A. Shimp.

Untuk memutuskan apakah akan menggunakan periklanan komparatif atau format nonkomparatif yang lebih konvensional, seorang pemasang iklan harus menghadapi pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimana perbandingan iklan komparatif dan non komparatif dilihat dari perbedaan pengaruhnya terhadap pengenalan merek, kepercayaan konsumen lam iklan, dan kredibilitas sumber.

- Apakah iklan komparatif dan nonkomparatif berbeda dampaknya terhadap preferensi merek, niat membeli dan perilaku membeli?
- Apa pengaruh variasi pernyataan kopi dan dukungan atas kinerja iklan kompetitif?
- Bagaimana faktor-faktor seperti preferensi merek konsumen dan posisi kompetitif pengiklan mempengaruhi efektivitas periklanan komparatif?
- Di dalam keadaan bagaimanakah seorang pengiklan harus menggunakan periklanan komparatif?

Para peneliti telah melakukan sejumlah penelitian tentang periklanan komparatif sejak pertengahan tahun 1970-an. Hasil temuannya kadang-kadang meragukan, dan bahkan bertentangan. Kurang memuaskannya hasil penelitian dari apa yang diharapkan karena periklanan merupakan gejala yang kompleks yang berbeda dari satu situasi ke situasi yang lainnya dalam batas-batas unsure pelaksanaan, karakteristik khalayak, karakteristik media, dan faktor-faktor lainnya. Tetapi, suatu analisis riset yang penting telah menguji periklanan komparatif versus nonkomparatif menunjukkan kesimpulan berikut:- Periklanan komparatif adalah lebih baik (daripada iklan nonkomparatif) dalam meningkatkan kesadaran merek (seperti ingatan akan nama merek).

- Periklanan komparatif mendorong ingatan (recall) yang lebih baik akan butir-butir pesan.
- Tetapi, periklanan komparatif dianggap agak kurang dapat dipercaya daripada iklan nonkomparatif.
- Periklanan komparatif (versus nonkomparatif) berperan dalam menghasilkan sikap yang lebih baik terhadap merek yang disponsori, khususnya bila ereknya baru (versus yang sudah ada).
- Periklanan komparatif menghasilkan niat yang lebih kuat untuk membeli merek yang disponsori.
- Periklanan komparatif menghasilkan lebih banyak pembelian dari pada iklan nonkomparatif.

Apakah periklanan komparatif lebih efektif

Written by

Monday, 16 October 2006 17:26 - Last Updated Tuesday, 31 August 2010 18:30

Jelaslah dari daftar ini bahwa berbagai manfaat berlaku pada pemakaian iklan komparatif versus nonkomparatif. Tetapi, sebagaimana keadaannya, satu bentuk periklanan tidak lebih unggul secara menyeluruh (universal) daripada yang lainnya di dalam segala keadaan. Bagian-bagian berikut mengidentifikasi beberapa isu khusus yang harus dipertimbangkan/diperhatikan untuk menggunakan suatu iklan komparatif.

Sumber : Buku PERIKLANAN & PROMOSI “ Komunikasi Pemasaran Terpadu”

Pengarang : Terrence A.Shimp