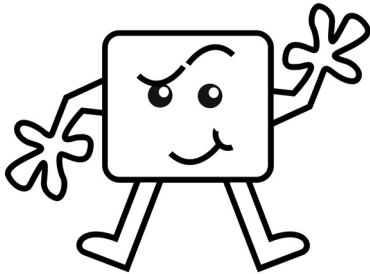
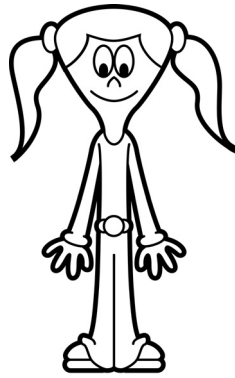


1. Valintoja



Hei! Olen Sami Sanova ja toimin opettajanasi mainonnan maailmassa. Mainokset auttavat yrityksiä tekemään tuotteistaan ja palveluistaan ensin

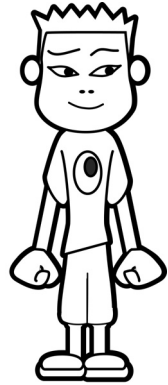
tunnettuja ja sen jälkeen myymään niitä. Kenenkään ei ole tarpeen ostaa kaikkea. Teemme valintoja jatkuvasti ja esimerkiksi mainokset vaikuttavat valintoihimme. Tänään sain valita kolme ystävääni auttamaan opettamisessa. Saanko esitellä: Laura Lehti, Tomi Taulunen ja Teemu Telkkari.



Laura Lehti



Tomi Taulunen

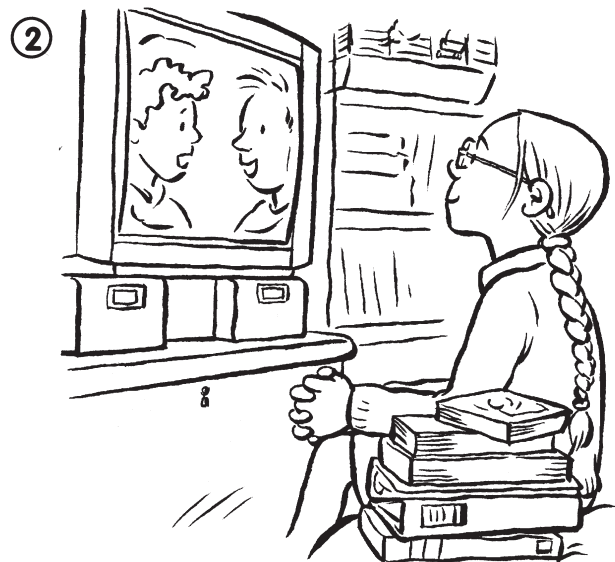


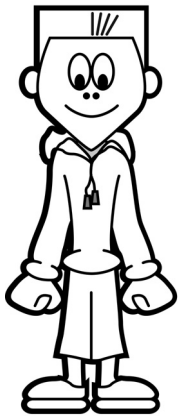
Teemu Telkkari

Mitä valintoja Lotta tekee?

Jokainen joutuu tekemään valintoja. Toivomme, että sinäkin opit tekemään valintoja. Katso tarkasti kuvia. Mitä valintoja Lotta joutuu tekemään?





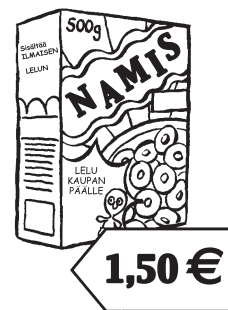
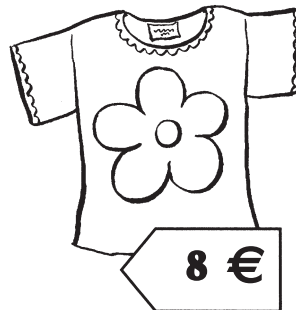
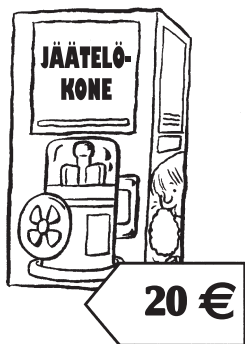
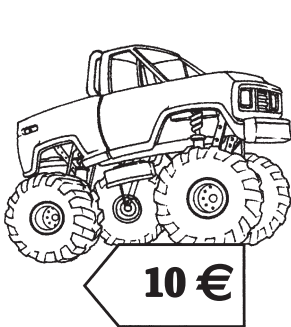


Tomi Taulunen

2. Ostoksilla



"Joka kerta, kun olemme ostoksilla, teemme valintoja. Leikitään, että saisit 10 euroa ostosten tekemiseen MediaSmart-tavaratalossa."
Mitkä seuraavista tuotteista sinä valitsisit?"



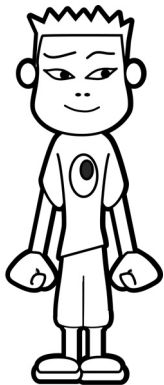
Mieti mitä ostaisit. Kerro parillesi, miksi ostaisit juuri nämä tavarat. Valitsisitko jotakin muuta, jos sinulla olisi enemmän rahaa? Pohdi, milloin ja miksi valitset ostamatta jättämisen.

Ostin _____

Tuotteet maksoivat yhteensä _____

Sain _____ euroa takaisin.

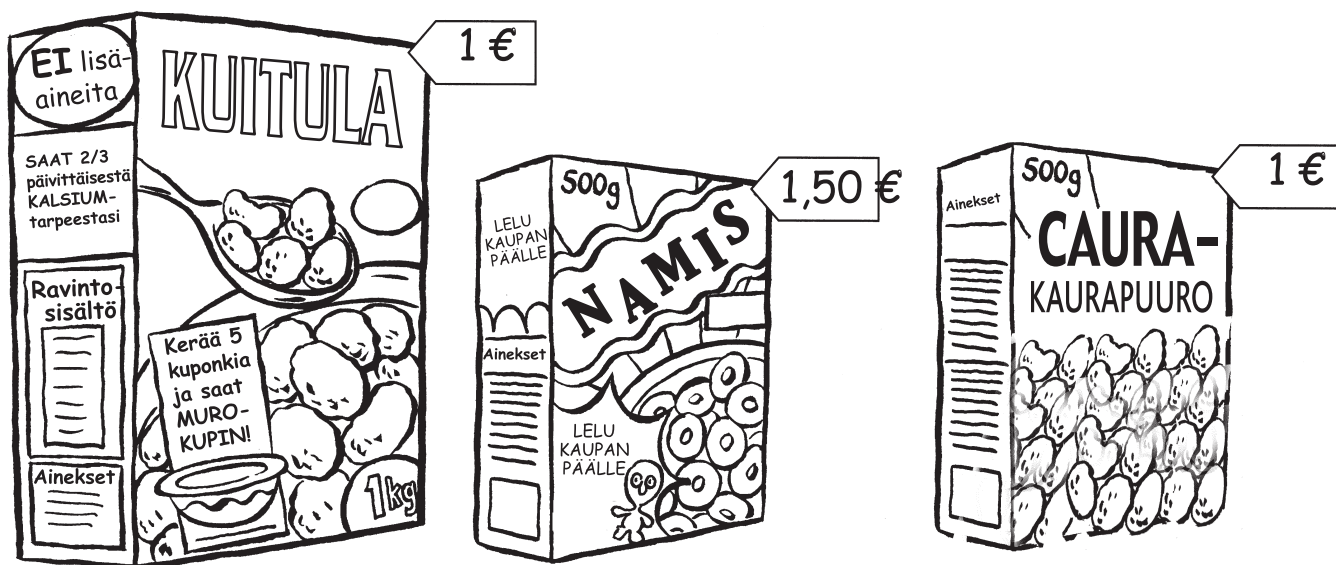
3. Miten teet päätöksiä?



Teemu Telkkari

"Olemme pohtineet valintoja. Miten teemme päätöksiä? Tutki erilaisten pakkausten kuvia tehtäväpaperissa. Millä perusteella teemme valintoja?"

Minkä pakkauksen valitsisit?



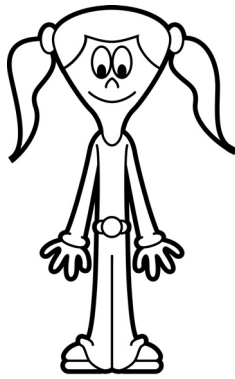
Valitsen _____

Perustelu _____

Valitsisiko aikuinen saman pakkauksen? _____

(Miksi? _____)

4. Totta vai tarua?



Laura Lehti

"Tänään aloitamme ohjelman virtahevoista. Kuka osaa kertoa jotakin virtahevoista?"



Totta vai tarua?

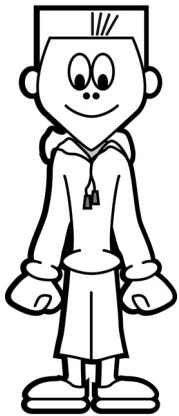
Alla on joukko lasten väittämiä. Pohdi lauseita ja rastiita jokaisen lauseen kohdalle, onko se totta vai tarua. Jos et ole varma vastauksestasi, pane rasti kysymysmerkin kohdalle.

	Totta	Tarua	?
Isäni sanoo, että virtahevot nukkuvat lähes koko päivän.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virtahevot ovat vaaleanpunaisia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kun kävin eläintarhassa, näin virtahepojen syövän ruohoa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Näin julisteen, missä virtahepo ui vedessä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luin kirjasta, että virtahepouroksia kutsutaan häriksi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Näin mainoksen, missä virtahepo söi rusinoita ja pähkinöitä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tietosanakirjassa kerrotaan, että virtahevot elävät Afrikassa mutaisissa järvissä ja joissa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eräässä tv-mainoksessa kerrottiin virtahevosta, joka rakentaa pesiä ihmisten vaatekaappeihin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiossa kerrottiin, että virtahevot voivat elää 40-vuotiaiksi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tietoa voi hakea monista eri paikoista, mutta kaikki tieto ei aina ole luotettavaa. Joskus meidän täytyy itse tarkistaa tiedon luotettavuus. Tärkeää on myös pohtia, miksi joku väittää sellaista, mikä ei ole totta.

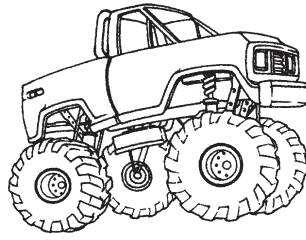
Tässä muutamia tietolähteitä: kirjat, tietosanakirjat, ihmiset, sanomalehdet, aikakauslehdet, ammattilehdet, radio, televisio, Internet ja ulkomainonta kuten maantie- ja kaupunkitaulut tai liikennevälineet.

5. Suunnittele mainos



Tomi Taulunen

"Mainokset kuvailevat tuotteita tai palveluja, joita mainostajat haluavat myydä. Mainonnasta syntyy mielikuvia. Osaatko yhdistää seuraavat kuvaukset oikeaan tuotteeseen? Kirjoita oikea kirjain ruutuun jokaisen kuvauksen viereen. Esimerkki: Jos mielestäsi Marsk Narsk on 'Kaikkien aikojen herkullisin maku', kirjoita A-kirjain kuvauksen numero 2 viereen."



A. Marsk Narsk -suklaapatukka

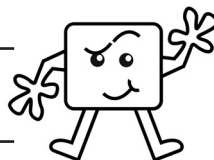
B. Turbo Tonnari -maasturi

C. Bontso ja pojat -sarjakuvalehti

- 1. Jännittävä lahja kaupan päälle
- 2. Kaikkien aikojen herkullisin maku
- 3. Hyvää luettavaa
- 4. Rouskuu mutustellessa
- 5. Nyt vain 9,99 euroa
- 6. Ilmestyy joka tiistai
- 7. Mukana uusia, siistejä hahmoja

- 8. Maukasta, paksua suklaata ja rapeaa keksiä
- 9. Pyörät, jotka eivät koskaan pysähdy
- 10. Patterit eivät sisälly hintaan
- 11. Futari-Fredin kaikki uudet seikkailut
- 12. Sisältää jatkokertomuksen
- 13. Suuri juhlanumero
- 14. Kolme väri vaihtoehtoa

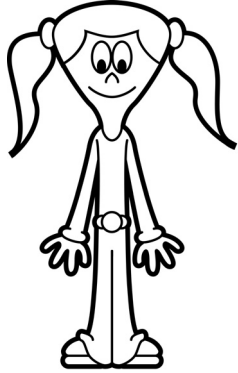
Pohdi seuraavaksi, ketkä voisivat ostaa näitä kolmea tuotetta ja kirjoita paperille, kuka todennäköisimmin ostaisi kunkin tuotteen ja miksi. Pohdi mahdollisimman monta syytä. Sitten oletkin valmis siirtymään Sami Sanovan antamaan tehtävään.



Sami Sanovan Spesiaali!

Kirjoita lyhyt radiomainos tai televisiomainos jollekin sivun tuotteista. Mainoksen tulee kestää noin 30 sekuntia. Kerro, minkälaisia ostajia pyrit tuotteelle saamaan. Valitse vielä toinen tuote ja tee lehtimainos paikalliseen sanomalehteen. Muista painottaa asioita, joita ostajana haluat tietää ja samalla pysyä tosiseikoissa.

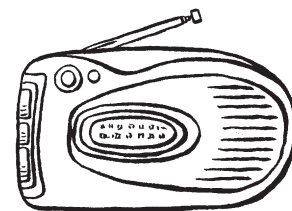
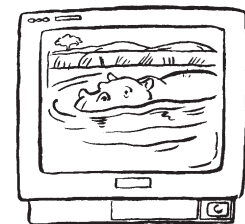
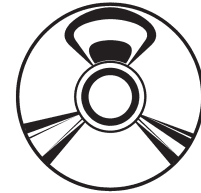
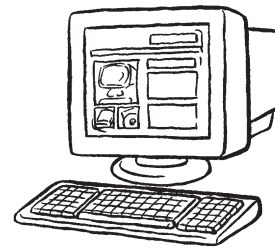
6. Löydä mainokset



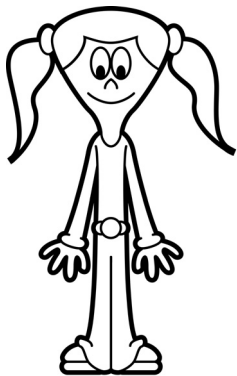
Laura Lehti

"Näemme mainoksia kaikkialla. Joskus myös kuulemme niitä. Mainokset voivat olla pelkkiä kuvia. Joskus mainoksissa yhdistyy kuva ja ääni. Tutki seuraavaa listaa. Ovatko paikat sellaisia, joissa voisit nähdä tai kuulla mainoksia?"

Sanoma- tai aikakauslehti	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Sairaala	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Elokuvateatteri	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Kauppa	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Jäätelöauto	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Radio	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Junat, linja-autot, taksit	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Kadut/tiet, pysäkit	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Televisio	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Koulu	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Liikuntapaikka	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Konsoli- tai tietokonepeli	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Parkkihalli	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Video/DVD	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Internet	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Popkonsertti	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Oma makuuhuoneesi	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen
Vaatteet	<input type="checkbox"/>	Näen	<input type="checkbox"/>	Kuulen



7. Valitse suosikkisi



Laura Lehti

"Mainoksia on kaikkialla. Miksi muistamme mainokset? Osaatko kertoa kavereillesi mainosjulisteesta, jonka olet nähnyt?"
 Katso seuraavia mainoksia. Auttavatko ne sinua muistamaan mainostettavat tuotteet? Houkuttelevatko ne sinua ostamaan kyseisiä tuotteita – miksi?



1. Marsk Narsk -suklaapatukka

Muistatko mainoksen?

Kyllä Ei

Ostaisitko mainostettavan tuotteen?

Kyllä Ei

Perustelut: _____



2. Hirweä Hirwiö -kirja

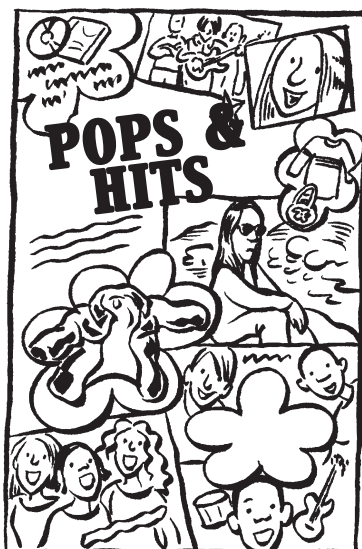
Muistatko mainoksen?

Kyllä Ei

Ostaisitko mainostettavan tuotteen?

Kyllä Ei

Perustelut: _____



3. Pops & Hits -lehti

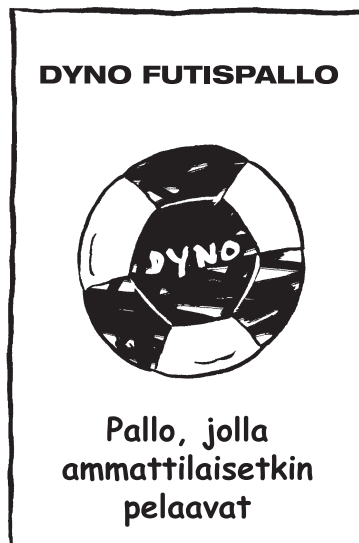
Muistatko mainoksen?

Kyllä Ei

Ostaisitko mainostettavan tuotteen?

Kyllä Ei

Perustelut: _____



4. Dyno-Futispallo

Muistatko mainoksen?

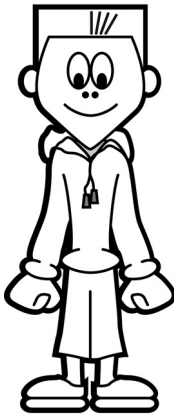
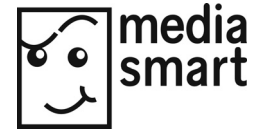
Kyllä Ei

Ostaisitko mainostettavan tuotteen?

Kyllä Ei

Perustelut: _____

8. Missä mainostaisit?



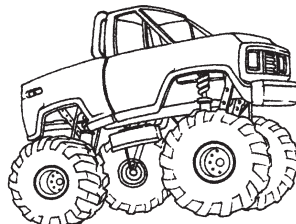
Tomi Taulunen

"Yritykset mainostavat kertoakseen kuluttajille tuotteistaan ja palveluistaan. Edistääkseen niiden myyntiä yritykset tilaavat mainostoimistolta mainoskampanjan. Mainokset suunnitellaan ajatellen tiettyä ryhmää, tietyn ikäisiä ihmisiä, jotta ne onnistuisivat vetoamaan juuri heihin. Joskus tuotetta mainostetaan useassa eri paikassa, jotta mainoksen huomaisi mahdollisimman moni ihminen."

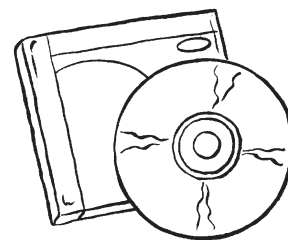
Katso alla olevia tuotteita. Missä olet nähnyt mainostettavan samankaltaisia tuotteita?



A. Marsk Narsk -suklaapatukka



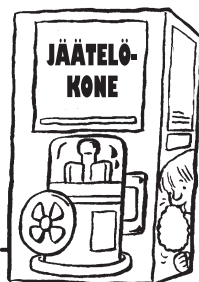
B. Turbo Tonnari -maasturi



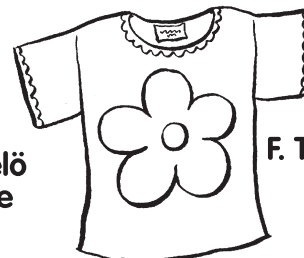
C. DVD



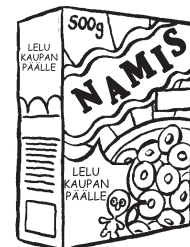
D. Bontso ja pojat -sarjakuvalehti



E. Jäätelö -kone

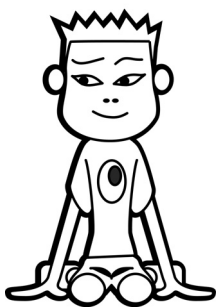


F. T-paita



G. Namis-muroja

Paikat	Mitä kuvien tuotteista voitaisiin mielestäsi mainostaa kussakin paikassa?
Sanomalehdet	
Aikakauslehdet	
Ilmaisjakelulehdet	
Televisio	
Radio	
Internet	
Elokuvateatteri	
Ulkomainonta <small>(esim. bussipysäkit, bussien kyljet)</small>	
Suoramainonta	
Hakemistot <small>(esim. puhelinluettelot)</small>	
Messut	
Sponsorointi	
Tapahtumamarkkinointi <small>(urheilukilpailut, konsertit, jne.)</small>	
Kauppa	
Mainoslahjat	



Teemu Telkkari

10. Mainospiiri



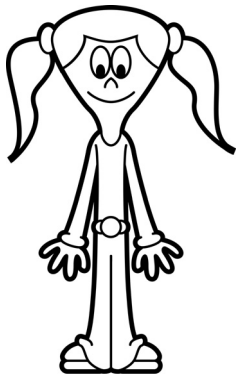
"Yritykset käyttävät usein voimakkaita sanoja saadakseen ihmiset kiinnostumaan mainostamistaan tuotteista, mutta mainonta ei kuitenkaan saa olla harhaanjohtavaa."

Valitse yksi tuotteista, joita käytimme aikaisemmissa harjoituksissa ja piirrä sen kuva paperin keskelle, tai piirrä joku muu tuote. Keksi tuotetta kuvaavia 'myyviä' sanoja ja hyviä mielikuvia tuovia ilmaisuja. Kerro myös, kenelle lauseesi suuntaat. Keksitkö jokaisella aakkosella alkavan sanan? Jos vierasperäiset kirjaimet tuntuvat vaikeilta, voit hypätä niiden yli.

Piirrä valitsemasi tuote

- | | |
|----|----|
| A. | Q. |
| B. | R. |
| C. | S. |
| D. | T. |
| E. | U. |
| F. | V. |
| G. | W. |
| H. | X. |
| I. | Y. |
| J. | Z. |
| K. | Å. |
| L. | Ä. |
| M. | Ö. |
| N. | |
| O. | |
| P. | |

11. Tarpeet ja toiveet/halut

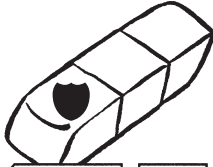
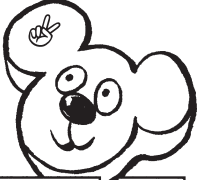
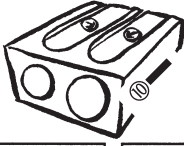

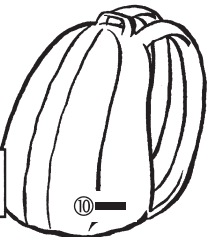
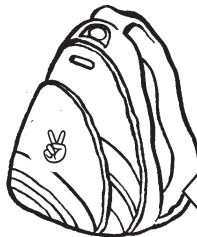
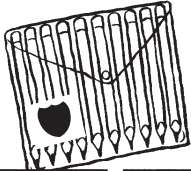

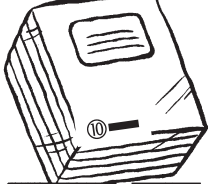
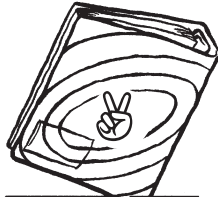


Laura Lehti

"Oletko huomannut, että kaupoissa on paljon samankaltaisia tuotteita? Esimerkiksi mehuja on useita eri merkkejä. Nimet ja merkit auttavat ihmisiä erottamaan tuotteet toisistaan ja muistamaan tuotteet helpommin.

Kauppaketjujen valikoimissa on useita tunnettuja merkkituotteita ja lisäksi ketjujen omia tuotemerkkejä. Esimerkiksi supermarketeilla on melkein aina edullinen merkki ja kallis merkki valikoimissaan, jotta kuluttajan valinnanvara on suurempi. Kalliimmat merkit voivat tarjota joitakin lisäetuja tai -ominaisuuksia."

Katso kaikkia tarjolla olevia tuotteita. Kaikkia saa Media Smart -tavaratalosta. Jotta sinulla olisi valinnanvaraa, tarjolla on sekä edullinen että kallis tuotemerkki. Saat käyttöösi 10 euroa, jotta voit ostaa tarvitsemasi koulutarvikkeet. Merkitse rastilla ne tuotteet, jotka haluaisit ostaa. Koko rahasummaa ei tarvitse käyttää.

Edullinen	Kallis	Edullinen	Kallis
			
1,20€ <input type="checkbox"/>	2,60€ <input type="checkbox"/>	2,10€ <input type="checkbox"/>	3,75€ <input type="checkbox"/>
	Edullinen		Kallis
			
	6€ <input type="checkbox"/>	10€ <input type="checkbox"/>	
Edullinen	Kallis	Edullinen	Kallis
			
1,70€ <input type="checkbox"/>	2,50€ <input type="checkbox"/>	3,50€ <input type="checkbox"/>	5,50€ <input type="checkbox"/>

Tarkastele nyt tuotteita, jotka olet merkinnyt haluavasi ostaa. Mitä ostaisit, jos voisit käyttää niin paljon rahaa kuin haluat, mutta saisit valita neljä tuotetta?

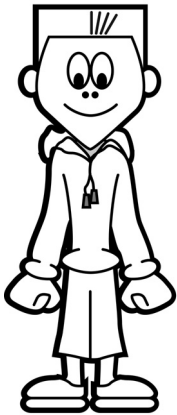
1. _____

3. _____

2. _____

4. _____

12. Miten tuotemerkit eroavat toisistaan?



Tomi Taulunen

"Sama yritys voi valmistaa useita samankaltaisia tuotteita kuten suklaapatukoita. Jokainen tuote on kuitenkin erilainen ja suunniteltu miellyttämään erilaisia makuja. Vaikka sinä ja ystäväsi pidätte molemmat suklaasta, pidätte silti ehkä eri suklaapatukoista."

Katso kolmea pakettia, jotka kaikki on ostettu Media Smart -tavaratalosta. Jokainen valmistaja haluaa myydä omaa tuotettaan. Siksi ne käyttävät mainostoimistoa luomaan niille mainoksia. Tutki tarkkaan kutakin merkkiä. Ne ovat kaikki erilaisia ja kaikilla on omat, merkille ominaiset erityispiirteet. Keksitkö mitä ne ovat? Kenen arvelet ostavan kutakin tuotetta ja mistä syystä?



KultaRaksut
-aamiaismurot



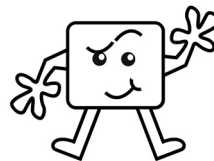
Suklis -aamiaismurot



Kuitula -aamiaismurot

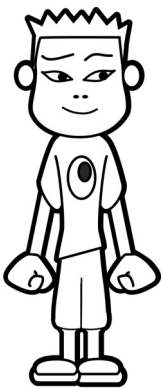
	KultaRaksut	Suklis	Kuitula
Kuka on valmistaja?			
Onko oheislahjoja tai erikoistarjouksia?			
Mikä on kunkin merkin houkuttavin ominaisuus?			

Jos normaali annos on 30 g, osaatko laskea, montako annosta kussakin muropaketissa on?	
Kuinka paljon yksi annos maksaa?	
Millainen on tuotteen hinta verrattuna muihin muroihin?	



Sami Sanovan Spesiaali!

Minkä näistä kolmesta merkistä valitsisit aamiaiselle? Perustele valintasi eli kirjoita, miksi valitsit juuri kyseisen merkin.



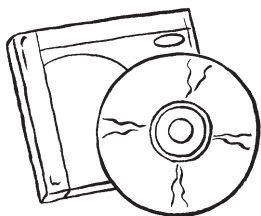
Teemu Telkkari

13. Ei noin voi sanoa!



”Yritysten täytyy noudattaa mainontaa sääteleviä lakeja, sääntöjä ja periaatteita. Mainostajat harkitsevat huolellisesti, mitä sanovat tuotemerkeistä. Kun meille kerrotaan tuotteen hyvistä ominaisuuksista, meitä houkutellaan ostamaan.”

Jotkut alla olevista mainoslauseista eivät voi olla totta. Löydätkö ne?



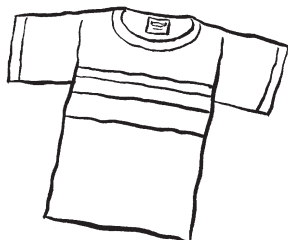
Tämä on Zingin viimeisin levy.
Tätä kuuntelemalla sinusta tulee entistä suositumpi koulussa.
Zing on luvannut vierailla jokaisen levynsä ostaneen fanin luona.

- | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |



Nämä murot tekevät sinusta nopeamman juoksijan.
Helppo valmistaa – lisää vain maidon.
Saat lelun kaupan päälle.
Kaikki huippu-urheilijat syövät tätä pysyäkseen kunnossa

- | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |



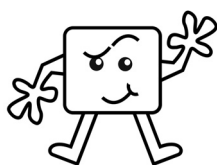
Tämä t-paita on 100 % puuvillaa.
Se on helppo pestä.
Se saa sinut näyttämään kauniilta.
Kun käytät t-paitaa, sinut voidaan valita huippumalliksi.

- | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |



Tämä on maailman paras kone.
Se on täysin särkymätön.
Kaikki kaverisi kadehtivat sinua, kun sinulla on tämä kone.
Se valmistaa herkullista jäätelöä.

- | | | | |
|--------------------------|--------|--------------------------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |
| <input type="checkbox"/> | Oikein | <input type="checkbox"/> | Väärin |



Sami Sanovan Spesiaali!

Valitse yksi tuotteista. Poista kaikki sellaiset lauseet, jotka mielestäsi eivät pidä paikkaansa tai voivat olla harhaanjohtavia ja kirjoita niiden tilalle uudet, joita voisi käyttää tuotteen mainonnassa. Muistathan: jos näet sellaisen mainoksen, joka ärsyttää sinua tai joka ei mielestäsi pidä paikkaansa, voit tehdä asialle jotakin. Voit ottaa yhteyttä ensisijaisesti tuotteen valmistajaan. Mainonnan eettisessä neuvostossa tai Kuluttajavirastossa voit myös saada äänesi kuuluville.

14. Mainosraati



Laura Lehti

"Yritykset haluavat ostavilta asiakkailta palautetta, että tietäisivät, onko mainonta onnistunut. Palaute tarkoittaa, että kerrot mielipiteesi. Jos ihmiset ovat huomanneet mainoksen, pitävät siitä ja muistavat sen, ja mainos on saanut heidät ostamaan tuotteen kerran, mainonta on onnistunut."

Kuvaile mainos, millaisia mielikuvia sinulle on syntynyt?

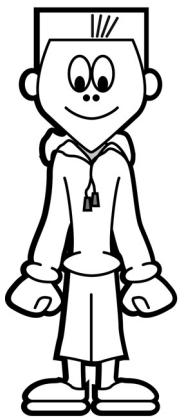
Kerro, missä kaikkialla olet nähnyt tai kuullut tämän tuotteen mainoksen?

Mistä syystä muistat mainoksen? Mitä vaikuttamisen keinoja on käytetty?

Mistä pidit ja mistä et pitänyt mainoksessa?

Miten mainosta voisi mielestäsi parantaa? Perustele mielipiteesi.

Jos voisit jutella mainoksen tekijän kanssa, mitä sanoisit hänelle?



Tomi Taulunen

15. Iskulauseen voimaa



"Mainostoimistot keksivät iskulauseita useille tuotemerkeille. Iskulause ilmaisee sen, mitä valmistaja haluaisi sinun muistavan tuotemerkestä. Mainostajat toivovat, että muistat iskulauseen, kun olet ostoksilla ja ostat tuotteen."

Jotta iskulauseet toimisivat, niiden pitää olla helposti muistettavia ja vakuuttavia. Alla on muutamia iskulauseita kuvitteellisille tuotteille. Ovatko iskulauseet mielestäsi vakuuttavia? Kerro ryhmällesi miksi.



Bontso ja pojat, hyvää luettavaa



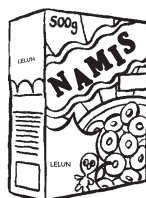
Nessa – syvyyksien lohikäärme



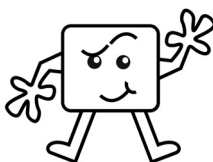
Marsk Narsk -patukat maistuvat hyvältä



Monster Meal - loisto-ostos



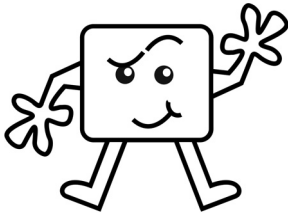
Namis on namia vatsalle.



Sami Sanovan Spesiaali!

Kirjoita iskulauseet uusiksi ja tee niistä vakuuttavampia. Tee niistä myös mieleenpainuvia ja mielenkiintoisia.

16. Suunnittele mainoskampanja



Sami Sanova

"Kun mainostoimistoa pyydetään luomaan mainos, sen täytyy suunnitella kokonainen mainoskampanja. Silloin suunnitellaan, missä ja miten tuotetta mainostetaan."

Olemme käyttäneet tässä Mainonnan lukutaito -ohjelmassamme paljon keksittyjä tuotteita, joita ei oikeasti ole olemassa. Nyt saat valita todellisen tuotteen, josta arvelet tietäväsi paljon, ja suunnitella sille mainoskampanjan ryhmäsi kanssa.

1. Mitä tuotetta haluat mainostaa ja miksi?

2. Mitkä ovat tuotteen parhaat ominaisuudet?

3. Kenen haluat ostavan tuotteen?

4. Missä tuotetta mainostetaan?

5. Milloin (mihin vuorokauden aikaan, vuodenaikaan) tuotetta mainostetaan?

6. Mainostaako joku tunnettu henkilö tuotetta kasvoillaan tai äänellään?

7. Luotko mielikuvitushahmon mainostamaan tuotetta?

Saitko kampanjasi valmiiksi? Mitä jos seuraavaksi piirtäisit kuvakäsikirjoituksen mainoksesta? Tai näyttelette ryhmässä roolileikkinä mainoksesi?

" Suunnittele mainosjuliste edistämään tuotteesi myyntiä."

Tomi Taulunen

" Suunnittele sanomalehti- tai aikakauslehti-mainos. Muista kertoa, mihin lehteen mainos tulee."

Laura Lehti

" Tee käsikirjoitus televisiomainokseen tai radiomainokseen tai keksi tunnusmusiikki."

Teemu Telkkari

17. Luo hahmo

"Joskus mainostoimisto suunnittelee mielikuvitushahmon mainokseen. Voitko auttaa sitä luomaan hahmon, joka mainostaa Bontso ja pojat -lehteä?"

Laura Lehti

Piirrä hahmostasi kuva. Mieti tarkkaan. Millä keinolla se kiinnittää huomiota ja keneen sen on tarkoitus vaikuttaa? Tuleeko siitä kiltti vai ilkeä? Onko hahmosi iso vai pieni? Onko se ihminen vai eläin? Miten saat hahmosi muistuttamaan Bontso ja pojat -lehden sarjakuvaa?



Piirrä hahmosi.

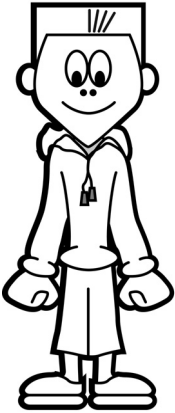
Mikä on hahmosi nimi?

Mitä se sanoo?

Kuvaile hahmoasi.

18. Mainos

kiinnostavammaksi



Tomi Taulunen

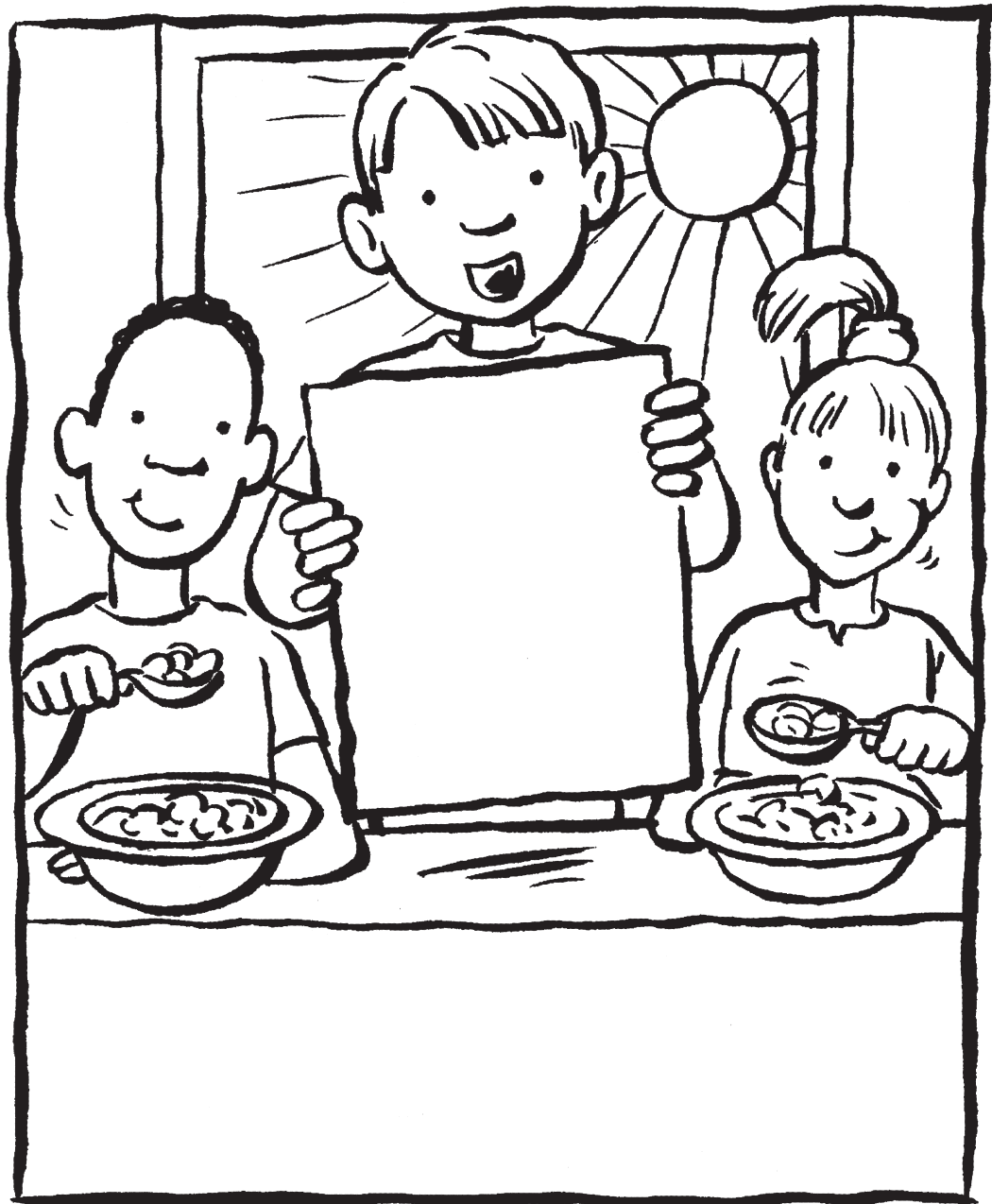
"Hyvä lehtimainos ja juliste vetävät ihmisten huomion puoleensa."



Tutki tätä tuotepakkausta. Kuinka saisit siitä mielenkiintoisemman esimerkiksi lapsille, vanhemmille tai eläkeläisille?

Piirrä parantamasi Suklis-muropaketti viereiseen julisteeseen.

Suunnitteluvinkkejä pohdittavaksi:
suurena jotakin, tee jotakin paremman näköiseksi, poista jotain, josta et pidä.



Kirjoita oma iskulauseesi.

