

«Модель потребления - ключ для «упаковки» рекламных сообщений»



АКЦИЯ МАСС-МЕДИА

➔ Отработанные ранее способы построения коммуникаций с молодыми людьми утрачивают свою эффективность - ТВ, Платная пресса и др.

➔ Одна из главных причин - новая модель потребления молодёжи.

Современная молодёжь - поколение, которое выросло (и растёт) в условиях нового вида экономики — freconomics (экономика бесплатного):

- бесплатный доступ к информации через сеть Internet
- бесплатная связь (ICQ, e-mail)
- бесплатный контент (музыка, видео)
- бесплатное программное обеспечение
- бесплатная пресса
- авиабилеты

и т.д.