

1. Reclame in games (p.5 in werkbundel)



Reclame in games

Reclame kan op verschillende manieren in spelletjes zitten:

1. Een advergame: Het **spel zelf is reclame** (zoals het stressmannetje van De Lijn).
2. In-game advertising:
 - Tijdens het spelen kan je een **extra leven** of **meer muntjes** verdienen door naar een kort reclamefilmpje te kijken.
 - Tijdens het spelen van een spelletje kom je plots een **merk** tegen, bijvoorbeeld het merk van de auto waarmee je aan het racen bent.

3. Banners & cookies (p.12 in werkbundel)



Banners & Cookies

Banners kunnen in allerlei vormen op websites verschijnen. Meestal zijn het rechthoekjes boven de website of langs de zijkant, maar soms verschijnen ze ook als een pop-up.



Vaak tonen deze banners ook producten van websites die je eerder bezocht hebt. Zoals bij Toon die reclame krijgt voor ski's omdat zijn papa op het internet hiernaar gezocht heeft. Het zijn **cookies** die onthouden welke websites je al bezocht hebt.



Nickelodeon maakt gebruik van cookies deze melding verbergen. [MEER INFO](#) [SLUITEN](#)

4. Reclame op televisie (p.14 in werkbundel)



Wat is het verschil tussen een infomercial en een gewone televisiespot?

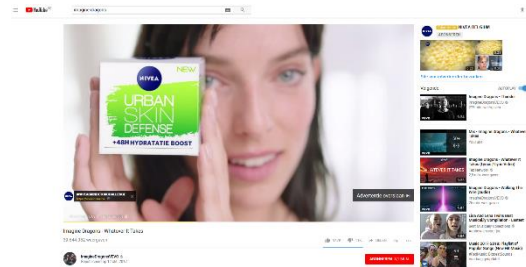
Infomercial Vacansoleil

- ❖ Duur: 3 tot 60 minuten.
- ❖ Doel? Overtuigen door het geven van extra **informatie**
- ❖ Voorbeeld Vacansoleil: Een filmpje waarin kinderen vertellen over hun vakantie op een camping in Frankrijk



Klassieke televisiespot (Senseo)

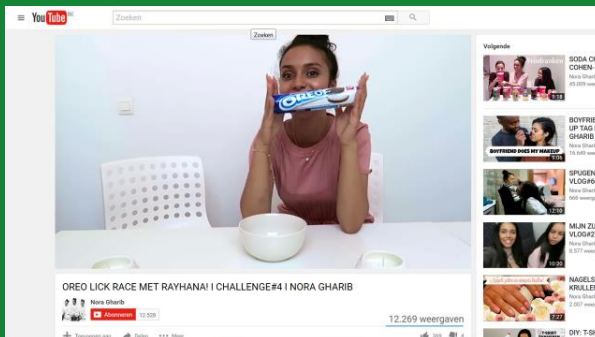
- ❖ Duur: Minder dan 30 seconden.
- ❖ Ook te zien op bijvoorbeeld YouTube vlak voor het filmpje dat je eigenlijk wil kijken.



5. Reclame in vlogs (p.16 in werkbundel)



RECLAME IN VLOGS?



Reclamemakers vragen (en betalen!) vaak aan vloggers om bijvoorbeeld een product uit te testen of om een uitdaging aan te gaan met het product (zoals Nora die samen met haar zus om ter snelste de witte vulling van tussen een Oreo-koekje probeert te likken). Zo leren heel veel mensen het merk kennen en gaan ze het ook sneller kopen.

6. Reclame in kranten (p.19 in werkbundel)



Reclame als artikeltjes?

In kranten, magazines of op een website kunnen we soms een reclameartikel lezen dat dezelfde stijl en vorm heeft als de andere artikels. Vaak staat er dan “aangeboden door” (zie Samsung en Lidl) of “advertorial” (zie Knorr) bij.



2. Trucjes die in de winkel gebruikt worden (p.7 in de werkbundel)



Trucjes die in de winkel gebruikt worden



Spaaractie

Om meer mensen naar de winkel te lokken.



Bekende mensen op verpakkingen

Leukere verpakking = meer verkopen.



Merkfiguurtje

Tony de Tijger werd voor Frosties van Kellogg's gemaakt. Zo herken je het meteen in de winkel.



Lokken met cadeau

McDonald's lokt mensen door een cadeautje in de Happy Meal.



1+1 gratis

Meer mensen gaan Looza kopen als ze er een gratis fles verkrijgen.



Inspelen op populaire films en tv-series

Kinderen die een film of serie leuk vinden, willen er vaak ook spulletjes van.



Plaats van merkproducten

Merkproducten staan vaak op ooghoogte. Zo zien en kopen we ze sneller.



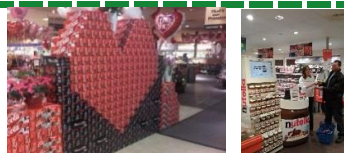
Snoepjes/boekjes aan de kassa

Je staat te wachten en je grabbelt snel iets mee.



Proevertjes

Als mensen proevertjes lekker vinden, dan gaan ze het ook sneller kopen.



Product laten opvallen in de winkel

Als het product opvalt in de winkel, dan wordt het meer verkocht.