



A legértékesebb reklámzenék

Világmarkák reklámfilmjeinek zenei sajátosságai

Dr. Szabó Dániel Róbert

közgazdász, elemző, egyetemi adjunktus

e-mail: danielrobertszabo@gmail.com



Kutatás célja

- Motiváció:
 - Reklámfilmekben fellelhető zenei eszközök, megoldások megismerése
 - Hiányos szakirodalmi bázis (korábbi, többnyire pilot-jellegű vizsgálatok és eredményeik korlátozott hasznosíthatósága)
- Cél:
 - Mintázatok, kulcsjellemzők, összefüggések azonosítása
 - A reklám üzenetéhez való zenei hozzájárulás feltérképezése
 - A marketingkommunikáció hatékonyságának javítása
- Eszköz:
 - A legértékesebb világmárkák reklámfilmjeinek statisztikai módszerekre alapozott, zeneelmélet- és zenepszichológia-orientált vizsgálata
 - Adatbázis építése; reklámfilmek gyűjtése és kiértékelése
 - Elemzési, logikai keretrendszer kialakítása, fejlesztése

Vizsgált jellemzők és elemzési módszerek

- ▶ Az elemzés alapját képező ismérvek, fókuszpontok
 - ▶ Zeneelméleti jellemzők
 - ▶ Audiovizuális jellemzők
 - ▶ Marketingkommunikációval és a reklám tárgyával kapcsolatos jellemzők
 - ▶ Top 50 márka, összesen 250 reklámfilmjének komplex vizsgálata
 - ▶ Összesen 240 változó
 - ▶ Több mint 12000 kód manuális megállapítása és bevitele, további generált kódok
- ▶ Elemzési eszközök
 - ▶ Leíró statisztikák, normalitás-vizsgálat
 - ▶ Zenei intenzitást mérő komplex mutatószám kialakítása és mérése
 - ▶ Magyarázó statisztikai eszközök



Eredmények

- ▶ Zenei megoldások
 - ▶ Hangnemek, modalitás
 - ▶ Időbeliséggel kapcsolatos zenei ismérvek
 - ▶ Dinamika és annak változása
 - ▶ Műfajok
- ▶ Audiovizuális megoldások
 - ▶ Audiovizuális koordináció jellege és pontatlanságok megjelenése
 - ▶ Az audiovizuális intenzitás mint összetevők együttese, komplex intenzitási index
 - ▶ Kockázatok
 - ▶ Műfajok és ismert zenék alkalmazása
- ▶ Összefüggések
 - ▶ az iparág, a termék, a fogyasztási döntés,
 - ▶ a reklám üzenetének jellege és
 - ▶ az alkalmazott zenei megoldások között



Összefoglalás

► Következtetések

- A zene mint eszköz a termék, az üzenet és a koncepció, ill. az alkalmazott megoldások által kifeszített térben
- Koncepciók kiemelt szerepe, belső zenei megoldások mint eszközök
- Újdonság, egyediség vs. bevált megoldások, standardok
- Az intenzitás mint építőkövek kombinációja és szerepe

► A kutatásról

- Korábbi kutatások korlátozott hasznosíthatósága, a befogadói közeg változása
- Feltáró jelleg, objektívizálható összefüggések
- Komplexitás, kontextus
- Minta folyamatos frissítése növelése, következtetések „tesztelése”

► Hasznosíthatóság

- Marketingkommunikáció számára; tudatosság növelése, célzás finomítása
- Hatásos, kifejező, intenzív, megoldások, felesleges kockázat vállalás nélkül



Köszönöm a figyelmet!

danielrobertszabo@gmail.com