

Бойтумело Вінсент Молекенг, Хільда Бонгазана Дондоло

Вплив характеристик «зіркової» реклами на наміри здійснити покупку в Південній Африці

Залучення зірок до рекламних акцій є найбільш часто використовуваною стратегією, оскільки споживачі цінують таку участь знаменитостей у рекламних кампаніях. Організації інвестують у «зіркову» рекламу, сподіваючись поліпшити сприйняття споживачами свого продукту або послуги, викликати сприятливе ставлення до бренду, вплинути на наміри здійснити покупку та в кінцевому підсумку збільшити продажі й прибуток внаслідок збільшеної прихильності споживачів до продукту, бренду або послуги. Ця стаття розглядає вплив характеристик «зіркової» реклами на наміри здійснити покупку в Південній Африці. До вибірки увійшли південноафриканці, які проживають в провінції Гаутенг. Анкету Qualtrics заповнили 145 респондентів у віці від 18 до 55 років, які проживають в різних районах провінції Гаутенг. З огляду на мету дослідження, стаття проаналізувала лише відповіді учасників, які заявили, що вони бачили рекламу, у якій взяли участь знаменитості. Результати свідчать, що ці респонденти бачили рекламу за участю знаменитостей. Для оцінки гіпотез проведений регресійний аналіз. Результати виявили, що споживча поведінка, така як намір здійснити покупку, впливає на привабливість ($\beta = .271$; $p < 0,05$) і відношення ($\beta = .520$; $p < 0,05$). Однак у цьому дослідженні досвід ($\beta = .089$; $p > 0,05$) і надійність ($\beta = -.095$; $p > 0,05$) не були пов'язані з намірами здійснити покупку. Розуміння атрибутів реклами із залученням знаменитостей може допомогти організаціям визначити найбільш успішні маркетингові стратегії для залучення нових клієнтів і утримання наявних.

Ключові слова: ставлення споживачів, привабливість, надійність, компетентність, сприйняття споживачів

Класифікація JEL: M31, M37



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.