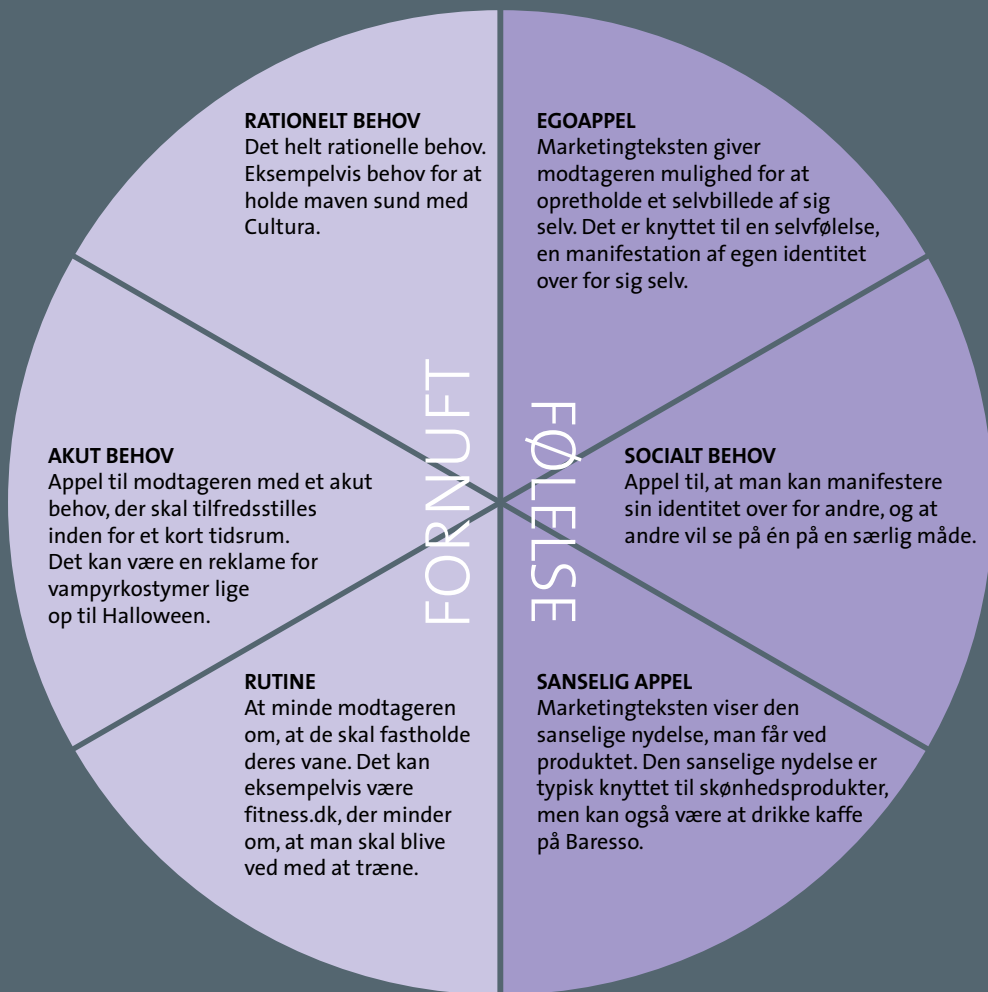




KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR MARKETING

MODTAGERAPPEL I MARKETINGTEKSTER

Ronald Taylor har udviklet en model, der beskriver seks forskellige former for appel til modtageren, som en marketingtekst kan have.

Modellen skal forstås sådan, at der grundlæggende er en modsætning mellem følelsesappet og rationel appel. I venstre del er kommunikationen knyttet til det rationelle og er karakteriseret ved en transmission af informationer såsom, hvordan produktet virker, fakta knyttet til produktet og anden information, der rationelt skal overbevise modtageren om at købe et produkt. Den højre side er knyttet til mennesket som et socialt væsen, der indgår i sociale sammenhænge og derfor har behov for at have og vise en særlig identitet. Det kan dels være ens selvbillede, men også hvordan man gerne vil fremstå i andres øjne. Der er tale om et *rituelt perspektiv*, da det handler om at skabe og opretholde en kulturel verdensforståelse. Den mest vidtgående følelsesappel er *egoappel*, mens den mest rationelle appel er *rationelt behov*. Rationelt behov og egoappel er således de stærkeste modsætninger i modellen.

