



POS-МАТЕРИАЛЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

*Чеботарева И.Б., доцент, кафедра МСТ, ХНУРЭ,
Дацюк А.С., студент, кафедра МСТ, ХНУРЭ
Макарова Ю.В., инженер КП «Харьковводоканал», департамент
информационных технологий*

Рекламная продукция – это все рекламные материалы, созданные с целью привлечения внимания потенциальных клиентов к определенному событию, сохранения в их памяти названия и логотипа вашей компании, удержания существующих и привлечения в вашу компанию новых клиентов.

POS-материалы – это материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж. Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции. Таким образом, за счет информативности и способности привлекать внимание к товару, POS-материалы стимулируют продажи [1]. Они воздействуют ненавязчиво, не раздражают покупателя, в отличие от уже надоевших роликов или биллбордов на улицах. Это происходит потому, что они не рассматриваются покупателем как реклама, но все же это является чрезвычайно эффективным средством рекламы [2]. При помощи данных материалов можно сообщить аудитории о начале акций, появлении новых товаров, действующих скидках и розыгрышах. Практика показывает, что воблеры, шелфтокеры, мобайлы и диспенсеры хорошо привлекают внимание посетителей, заставляя их ознакомиться с продвигаемой продукцией [3]. На современном рынке товаров и услуг необходимо не просто выделиться, а еще и запомниться покупателю.

Позитивный рекламный образ мотивирует на покупку и создает благоприятный имидж рекламодателю. POS-материалы можно использовать и в качестве социальной рекламы. Правильный выбор средств и методов рекламы, грамотно составленный бюджет рекламной кампании во многом определяют эффективность рекламных мероприятий.

Как удачный и пока неизбитый рекламный ход можно рассматривать ростовые фигуры (хардпостеры), которые уже несколько лет эффективно используются для рекламы кафедры «Медиасистемы и технологии» (рис. 1.). Ростовые фигуры представляют собой одну из разновидностей POS-материалов, имеющих вид фигурного жёсткого плаката, который опирается на устойчивую подставку и выполняющие функции рекламного носителя. Являясь двухмерным или псевдотрёхмерным изображением товара, персонажа либо человека, ростовая фигура являет собой один из наиболее ярких примеров оригинальной рекламы и играет весьма существенную роль в привлечении внимания потенциальной целевой аудитории к вашим услугам либо товарам. Сфера применения фигур обширна – от гипермаркетов до маленьких торговых точек, причем нужны разные модели: у стен и стеллажей ставятся односторонние конструкции, а в центре помещения – двухсторонние. Можно создавать тематические композиции из фигур.



Рисунок 1 – Примеры хардпостеров кафедры МСТ

Высокая прочность материалов обеспечивает длительную эксплуатацию фигур в любых условиях без ущерба их эстетичности. Легкость и мобильность рекламного носителя позволяет справляться с его установкой одному человеку.

Для изготовления ростовых фигур применяются разнообразные материалы. Их выбор определяется назначением данной продукции, местом размещения и финансовой составляющей. Так, например, ростовые фигуры из пластика и композита прочны, долговечны и презентабельны, однако и самые дорогие. Для рекламы кафедры МСТ были разработаны 2 варианта хардпостеров: напольный и настольный. Напольный вариант выполнен с использованием относительно дешевого пористого материала – реборда, настольный выполнен из ПВХ.

Список литературы

1. Репьев, А. Рекламодателю о рекламе [Текст]/А. Репьев. – М.: Издательский сервис, 2001. – 230 с.
 2. Разработка и производство POS-материалов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://printkraft.ru/rost.html> –2014 – Загл. с экрана.
- Репьев, А. Современная реклама [Текст] / А. Репьев. – Тольяти: Довгань 1995. – 704 с.