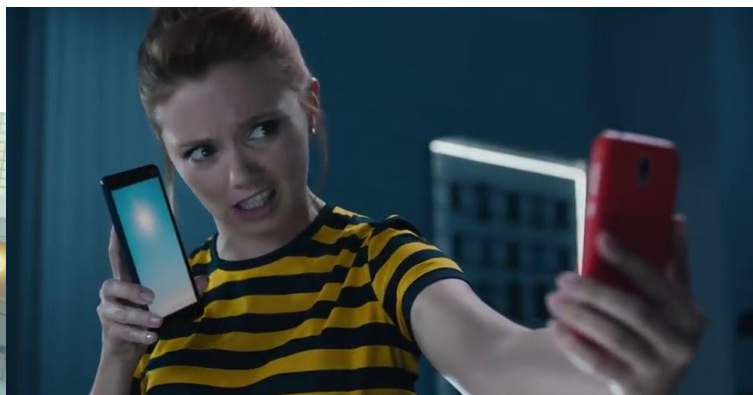
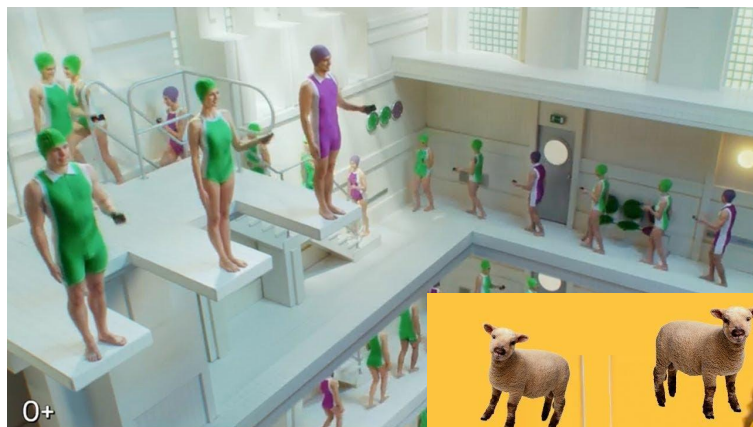


РЕКЛАМА

Это инструмент маркетинга, широкое оповещение о чем-либо потребителей, покупателей, зрителей с целью привлечения их внимания.



Рекламные площадки

- Интернет-реклама
- ТВ
- Мониторы в точках продаж
- Светодиодные экраны

Интернет-реклама

- Интернет-реклама имеет, как правило, двухступенчатый характер. Первая ступень — внешняя реклама, размещаемая рекламодателем у издателей. Такая реклама обычно имеет ссылку непосредственно на сайт рекламодателя. Реклама в Интернете обладает рядом преимуществ, в отличие от обычной рекламы: возможности отслеживания реакции и действий пользователя сети Интернет, рекламодатель может быстро вносить изменения в действующую рекламную кампанию. Желаемые действия пользователя называются конверсия.



Телевизионная реклама

Считается самым массовым и самым эффективным видом рекламы, но при этом и самым дорогостоящим для рекламодателя. Кроме того телереклама повышает эффективность и других видов рекламы того же товара — после просмотра рекламы те же зрительные образы, в печатной прессе, производят большее впечатление. По форме телереклама может быть рекламным сообщением или видеофильмом.

Недостатки телерекламы заключаются в краткости рекламного фильма, из-за чего в его рамках невозможно дать подробную информацию о товаре и краткости её воздействия — в отличие от печатной рекламы, которая остаётся на странице, телереклама исчезает. Рекламные ролики делятся по продолжительности на развёрнутые (30 секунд и больше) и блиц-ролики (15—20 секунд).

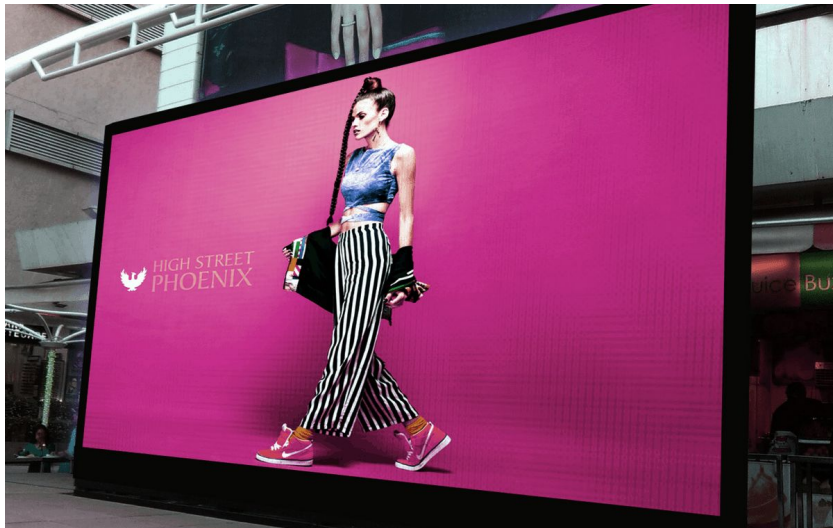


Мониторы в точках продаж

- Молодой и быстро растущий сегмент российского рекламного рынка.
- Во многих аспектах развитие рынка рекламы на мониторах повторяет развитие рынка рекламы в кинотеатрах 3-4 года назад. Например, похож состав рекламируемых товарных категорий (кофе, алкоголь, табак, шоколадные батончики, СМИ) и рекламодателей. Мониторы на местах продаж как рекламоноситель существует в местах где есть соответствующие места для размещения мониторов и привлекательная, с точки зрения рекламодателя, аудитория. Рекламное воздействие усиливается звуковым оформлением. В идеале посетитель слышит аудио сопровождение рекламных обращений в любой точке торгового зала. В России на данный момент торговые залы супермаркетов являются основным местом размещения данных рекламных носителей.



Светодиодные экраны

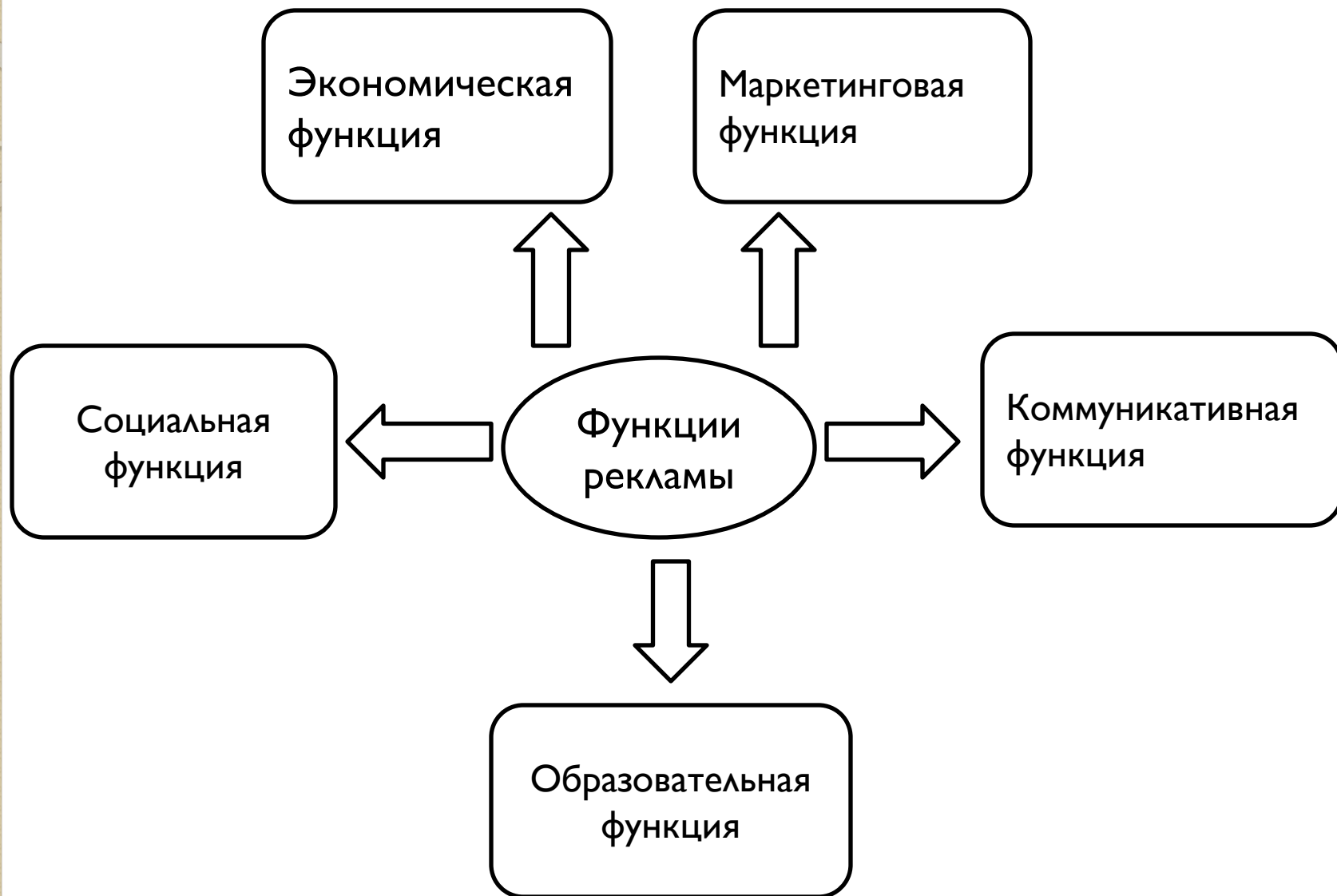


-устройство отображения и передачи визуальной . Предназначены для установки в концертных и спортивных залах, телестудиях, крупных торговых центрах, конференц-залах, на вокзалах и в аэропортах

Уличный светодиодный экран

Светодиодные экраны получают всё большее распространение — всё чаще используются в целях рекламы на улицах крупных городов или в качестве информационных экранов и дорожных знаков. Эксперты развития рынка рекламы сходятся в едином мнении о том, что с каждым годом доля светодиодных информационных экранов на рынке рекламных технологий будет только возрастать. Действительно, полноцветные светодинамические табло сочетают в себе все основные преимущества существующих визуальных рекламных технологий. Единственным их недостатком может считаться довольно высокая стоимость по сравнению с другими технологиями рекламы.





Экономическая

функция

Благодаря эффективной рекламе, которая приносит прибыль, компания-производитель сохраняет и создает новые рабочие места, снижая уровень безработицы, а также способствует стабильной деятельности рекламных агентств. Главное предназначение рекламы как экономическое явление – это способствование социально-экономическому развитию общества.

Маркетинговая

функция

Маркетинговая функция рекламы позволяет понять потенциальному покупателю, какими преимуществами обладает товар или услуга, убеждает в необходимости обратиться в определенную организацию для его приобретения. Она создает потребность у покупателя в отдельно взятом товаре или бренде, а для предприятия повышает уровень его репутации или имиджа

Коммуникативная

функция

Коммуникативная функция рекламы реализуется через предоставление потребителям неких информационных моделей рекламируемых товаров или услуг, при этом рассчитывая на получение обратной связи.

Социальная

функция

Эта функция заключается в формировании у человека общественного и индивидуального сознания, определенных стандартов поведения в обществе, поддержании и закреплении привычек потребителей.

Зачем нужна реклама

Реклама — это уже неотъемлемая часть нашей жизни. Реклама развивается тем интенсивнее, чем шире становится выбор товаров и услуг. Отсутствие нормальных рыночных отношений, разумеется, ставит под сомнение необходимость рекламы. Сейчас ее можно увидеть и услышать повсюду: по телевидению, радио, в печати, а так же через наружные средства массовой коммуникации.

Как только человек осознает, что рекламируемая продукция или услуга — это именно то, что ему нужно, он принимает решение, за которым и следует действие. Однако человек не всегда может рационально объяснить причину совершения покупки.

Реклама внедряет в сознание людей этот рекламный образ, который в дальнейшем становится стереотипом, через который легче воздействовать на потребителей. Творческие подходы могут быть разными. Например, при рекламе товаров массового спроса, как правило, используют эмоциональные мотивы, для изделий промышленного назначения — рациональные.

**ИКЕА
75**

**Спасибо
за все семь
сезонов**

STRANDMON/СТРАНДМОН
кресло, Шифтебу

12999.-

ИКЕА

Цены в рублях.
© Inter IKEA Systems B.V. 2018.