

Сосницький Ю.О.*викладач**Харківський коледж текстилю та дизайну*

ІННОВАЦІЙНІ РЕКЛАМНІ ОБ'ЄКТИ У МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ

В позиціонуванні послуг фірм у сфері сервісу, поряд з традиційними видами реклами, доцільно використовувати нові можливості рекламних засобів. Сьогодні крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача існують також методи з використанням інноваційних технологій. З'явилися вони порівняно недавно, проте вже набули широкого поширення серед виробників і гаряче схвалення цільової аудиторії.

Процес рекламного дизайну полягає в безперервному пошуку нових засобів, які могли б привернути увагу читача і зацікавити його в предметі реклами. Дизайн – процес творчий, але інноваційні технології активно впроваджуються в рекламній інструментарій XXI століття. Інновації використовуються в різних областях реклами, як в її традиційних форматах, так і в нестандартних рекламних комунікаціях. У найближчому майбутньому завдання стануть ще складнішими. Все частіше доводиться мати справу з ідеями, а не з продуктами. Більш широке поширення отримує реклама, пов'язана з публік релейшнз, з людськими проблемами. Ідеї, почуття, думки будуть грати не меншу роль, ніж рух товарів. Дизайнер повинен дивитися вперед, знати зміни і тенденції.

До інноваційних рекламних продуктів, які доцільно використовувати торгівельним підприємствам можна віднести: відеорекламу в журналах; рекламу на екранах телефонів, в комп'ютерах; різні інновації в інтернет-рекламі: контекстну відеорекламу, систему, що дозволяє перетворити нудні банери в інтерактивний відео-майданчик; трансляцію відеореклами в місцях масового скупчення людей; тривимірне зображення рекламної інформації з можливістю виходу картинки за межі екрану без використання додаткових засобів; технологію інтерактивної взаємодії, яка дозволяє відслідковувати рух споживача і з їхньою допомогою управляти функціями меню, розташованого на спеціальному табло; інтерактивна проекція, яка дозволяє споживачеві не просто спостерігати за рекламним сюжетом, а й приймати в ньому участь. Різні заходи, виставки, ярмарки, презентації продукції і послуг можуть активно використовувати ці інноваційні рекламні технології [1].

До новітніх інновацій в рекламі, які бажано широко використовувати в сфері сервісу доцільно віднести:

1. Технологію InDoor TV – являє собою трансляцію відеореклами в місцях масового скупчення людей. Фахівці стверджують, що на неї звертають увагу більше 90% потенційних покупців. В останні роки ця рекламна технологія серйозно удосконалилася. Нова технологія X3D Video, розроблена компанією X3D Technolodges дозволяє посилити увагу потенційного споживача послуги, так як приваблює не плоске, а тривимірне зображення, що містить рекламну інформацію. Картинка здатна легко вийти за межі екрану, потім також легко

повернутися назад, залишивши незабутнє враження в головах проходячих повз людей. А її головним козирем, на відміну від простих 3D технологій, є сприйняття тривимірних зображень без використання додаткових коштів, таких, як спеціальні шоломи або стереоокуляри. Плюс до всього, щоб оцінити реалістичність, зовсім не обов'язково перебувати біля монітора. Завдяки великому куту огляду і технології просторового відтворення ефект помітний на відстані до 100 метрів, що робить дану технологію зручною для представлення товарів і послуг в пунктах продажів [3].

Подібний тип реклами доцільно використовувати у великих містах на відкритих майданчиках, площах, розважальних парках. Використання даної технології для демонстрації відеороликів – дозволить забезпечити можливість ефектного впливу на споживача, адже креатив важливий на кожному етапі рекламної комунікації – від ідеї до її візуального втілення.

2. Технологія інтерактивної взаємодії – це ще один інноваційний і ефективний тип реклами, що дозволяє відстежувати рух рук споживача і з їхньою допомогою управляти функціями меню, розташованого на спеціальному табло. Система реагує на будь-який рух. Це відбувається завдяки надчуттєвій сенсорній плівці, що покриває поверхню інформаційного табло. Споживник зможе сам знайти потрібну йому інформацію, перевірити наявність товару, ознайомитися з програмою закладу. При цьому в полі зору покупця постійно потрапляє логотип рекламованого бренду і відкладається в пам'яті. Дана система здатна перетворити будь-яку вітрину в повністю функціональний канал продажів. [3]

3. Технологія Ground FX – це надсучасна інтерактивна проекція, яка дозволяє споживачеві не просто спостерігати за рекламним сюжетом, а й приймати в ньому участь. За допомогою спеціальних технічних установок об'ємне зображення проектується на плоску поверхню. Пройти повз непоміченим неможливо: система миттєво реагує на найменший рух. Сьогодні даний вид реклами у зв'язку з його високою ефективністю все частіше використовується в Європі, Америці, Росії та деяких країнах СНД для акцій, а також для збільшення потоку споживачів і забезпечення більш частих відвідувань. [3]

4. Технологія Free Format Projection – створює відчуття присутності персонажів або об'єктів в натуральну величину за рахунок обробки зображення, яке наслідком проектується на поверхню. Тут фантазія безмежна: віртуальна дівчина, що одягає наряди прямо у вітрині магазину, величезна пляшка, танцююча біля входу в розважальний центр, або консервна банка, що розташовується посеред пішохідної вулиці. Подібне видовище надовго залишиться в пам'яті споживача, а, значить, рекламований товар або послугу чекає гарантований успіх. У розвинених країнах ця технологія використовується виробниками комп'ютерної та побутової техніки, елітного одягу. Однак, вона поки не отримала широкого поширення в зв'язку з високою вартістю, однак цілком можливо, що в найближчому майбутньому російські рекламодавці будуть активно її використовувати, тим більше, що в російській рекламі намітилася тенденція до інновацій [3].

5. Проекційна реклама – це новий рекламний спосіб заявити про себе. Вона полягає в проектуванні зображень на великі поверхні загальною площею від 20 до 2000 квадратних метрів. Це новий вид реклами для міст України і країн СНД, що прийшов на зміну брендмауерам – величезним плакатам з вінілу, що розташовувався на стінах будинків [2]. Щодо рекламного бізнесу проекційна реклама має низку ключових переваг [3]:

- привернення уваги в кілька разів вище, ніж у всіх видів зовнішньої реклами;
- низька собівартість реклами;
- швидка окупність вкладень;
- можливість показу декількох рекламних зображень на одному рекламному місті;
- швидкість заміни рекламного зображення;
- швидкість в установці і початку демонстрації реклами (від 2-х діб).

Рекламні проекції набирають все більшої популярності, перетворюючись з просто яскравої картинки в несподіваному місці в спосіб спілкування бренду зі споживачем. Унікальною гідністю рекламних проекцій є те, що їх можна розташувати абсолютно на будь-якій міській поверхні [1].

Сучасні мультимедійні проектори здатні не тільки відображати зображення, але і відтворювати звук, об'єднувати в мережу кілька комп'ютерів і підключати цю мережу до Інтернету, що дає безліч можливостей для креативної реклами. Проектор для світлової проекційної реклами є спеціальним обладнанням для проектування рекламних зображень великої площі на різних поверхнях. Для використання апарат не потребує спеціальної підготовки поверхні, можна проецирувати зображення як на глухі стіни будинків, так і на стіни офісних будівель або, наприклад, на промислові об'єкти. У проекторі встановлена потужна ксенонова лампа, у багато разів потужніше тих, що встановлюються в автомобілі, тому зображення буде яскравим і соковитим, навіть в денний час [3].

Проекційна реклама зручна тим, що на одну поверхню можна проектувати безліч зображень за один період часу, тому що в проектор вбудована можливість чергування рекламних слайдів. Таким чином, на одній рекламній поверхні можна показувати рекламу різних виробників. Світлова проекційна реклама це яскравий і помітний вид, з огляду на те, що це досить новий для України підхід, у цього виду поки немає конкурентів.

Було проведено аналіз перспектив розвитку ринку рекламних інноваційних технологій в сфері сервісу. Показана можливість застосування інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємств сервісу. Сформульовано рекомендації службам маркетингу по використанню інноваційних рекламних технологій в маркетингових стратегіях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть I. Монография. – М.: Евразийский регион 2007. – 400 с.
2. Повышева С., Новикова В. Проблемы видеоэкологии городской среды / Современная наука №2 2013. – 27 с.
3. Повышева С., Новикова В. Инновационные технологии рекламного дизайна [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii-reklamnogo-dizayna>