

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ТЕМУ : «СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА»

По дисциплине: «Иностранный туризм»

# СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА

СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА — это вид наружной рекламы: объемные световые буквы, световые короба (вывески, панель-кронштейны, пилоны), световые вращающиеся тумбы.

Световая реклама должна быть заметной и ярко выделяться, но при этом быть исполнена в сдержанном стиле, ведь она является лицом компании. Первое впечатление зависит от уникальности дизайна, но кроме привлечения внимания клиентов, реклама должна еще нести в себе доступную и короткую информацию о товарах и предоставляемых услугах.

Световая реклама в виде различных электронных табло, светодиодных вывесок и LED панелей — это выгодное вложение в процветание вашего бизнеса. Повышая число клиентов, вы увеличиваете объем продаж, а значит, умножаете и прибыль. Даже в ночное время суток светодиодные вывески и электронные табло не оставят безразличными прохожих и, обязательно, ненавязчиво дадут знать о вас.



# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Наружная реклама – графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а так же на автозаправочных станциях (АЗС).

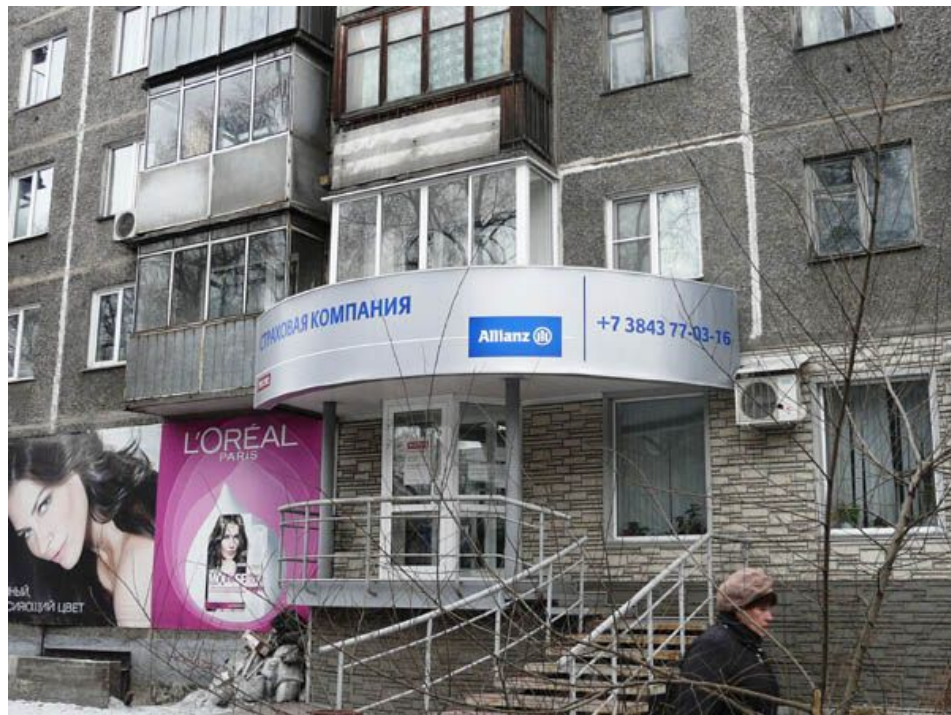
Иногда к наружной рекламе относятся также рекламные сообщения, размещенные внутри магазинов/супермаркетов – конструкции POS (point of sale), TPD, экраны и др. но чаще их выделяют в отдельный вид «внутренней» рекламы (indoor-реклама).



# Классификация объектов наружной рекламы:

Объекты наружной рекламы можно разделить на две основные группы:

1. Сетевые
2. Локальные





## Плюсы и минусы наружной рекламы:

### Плюсы:

- наружную рекламу нельзя выключить/переключить
- для считывания рекламных сообщений не нужны дополнительные устройства
- аудитория наружной рекламы возрастает по мере роста автомобилизации/мобильности населения
- самый дешевый вид рекламы, в расчете на стоимость рекламного контакта (СРТ)
- самый оптимальный вид рекламы для торговых точек, парикмахерских и т.п.



## Минусы:

- ⦿ сложность таргетирования;
- ⦿ статичность рекламного изображения (кроме экранов, которых немного) и отсутствие звука;
- ⦿ неоднозначно воспринимается публикой — например, есть мнение, что некоторые конструкции портят внешний вид зданий; в связи с этим во многих городах применяется лицензирование (требуется разрешение) на размещение НР.

## Средства наружной рекламы

Все средства наружной рекламы делят на стационарные и временные и обязательно регистрируют.

К стационарным средствам рекламы относят носители рекламных сообщений, имеющие постоянное место размещения.

Временные средства наружной рекламы размещаются предприятиями в городской среде в часы их работы. Стационарные средства подразделяют на отдельно стоящие и размещаемые на зданиях и сооружениях. Отдельно стоящие средства наружной рекламы, в отличие от установленных на зданиях, имеют самостоятельный фундамент или участок размещения.

Основным средством наружной рекламы является крупногабаритный плакат. Плакаты на щитовых конструкциях обычно размещаются вдоль оживленных автотрасс и в местах скопления людей и напоминают потребителям о товарах или указывают потенциальным покупателям на места, где они могут совершать покупки.



# НЕОН - СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА



Неоновая реклама очень популярна и является символом ночной жизни больших городов. Но она актуальна не только для подсветки вывесок в темное время суток, но и для декоративного оформления салонов, магазинов, игровых заведений. Очень эффектно вписывается в интерьер офиса крупной компании. Неон прочно завоевал главенство среди огромного разнообразия световой наружной рекламы.





## Это произошло благодаря следующим основным преимуществам:

- Эффективность - яркость и равномерность свечения неоновых вывесок привлекает внимание и ночью, и при дневном освещении. Наружная реклама с использованием неона заставляет задерживать на ней взгляд.
- Универсальность - использование неона предоставляет широкие возможности (неоновые трубки можно использовать и при высокой температуре, и в условиях сильных морозов).
- Экономичность. Неоновые трубки отличаются долговечностью эксплуатации (10-15 лет), потребляют небольшое количество электроэнергии, хорошо противостоят воздействию внешней среды.
- Красота и разнообразие. Неоновые трубки доступны в широком спектре цветов, их можно применять в сочетании с другими материалами, использовать в качестве самостоятельной наружной рекламы или же в качестве элемента сложной рекламной конструкции.





### Неоновую рекламу различают:

- открытый неон (трубки ничем не закрыты);
- закрытый неон (объемные буквы с внутренней подсветкой или световые короба);
  - с контражуром (когда неоновые трубки освещают основу букв под собой, находящихся в ореоле света).
  - Неоновая реклама также может комбинироваться с другими техниками изготовления и видами наружной рекламы.
  - Яркие привлекательные вывески и таблички способствуют формированию положительного имиджа компании. Неон - самый востребованный вид наружной рекламы на сегодняшний день. Неон применяется в объемных буквах, световых коробах, используется для других видов вывесок.

# БИЛБОРД

Билборд – рекламный отдельно стоящий щит, представляющий собой раму, обитую листами стали или фанеры, имеющий стандартные размеры 3X6 м или 3X12 м, устанавливаемый вдоль оживленных трасс, магистралей, улиц

Цель билборда - закрепить в головах автомобилистов и пешеходов марку товара или фирменный знак. Обычно большую реакцию аудитории вызывают билборды, работающие на стимулирование вкусовых восприятия.

Билборды бывают односторонние, двухсторонние, и 3х сторонние (угловые, когда в конструкцию объединяются 3 поверхности, устанавливаемые треугольником (как правило, на перекрестках). Популярный размер щита 3х6 и 3х12 м.





## Аудитория билборда

Чаще

всего билборд ориентируют на восприятие тех, кто находится в движущемся потоке транспорта: водители и пассажиры. Для наблюдателя движущегося со скоростью 60 км/ч транспорта есть порядка 6-7 секунд для формулирования понимания смысла рекламы, размещенной на билборде, поэтому щиты не должны перегружаться информацией, мешающей восприятию и запоминанию рекламного сообщения. Изображения воспринимаются быстрее, чем надписи. Они и запоминаются лучше. Эффективней размещать билборды там, где ниже скорость автомобилей, в местах естественного замедления скорости потока, или в местах традиционного образования автомобильных пробок, т.е. перед переходами, светофорами, постами ГИБДД.

## БРАНДМАУЭР

Брендмауэр – разновидность наружной рекламы: плакат, расположенный на брендмауэре – торцевой стене здания. Другие названия – брендмауэрное панно, щит настенный.



Рекламные брендмауэры это наружная реклама довольно внушительной площади, по большей части расположенная на торцах зданий или закрывающая здания целиком. Часто такую рекламу крепят на строительных лесах или специальной раме. Брендмауэры пользуется популярностью в силу своей зрелищности и заметности, это легко заметить именно в Москве. Ни один человек не пройдет мимо огромной наружной рекламы, которая закреплена на стене жилого здания на лесах или на раме.



# РЕКЛАМА НА ГОРОДСКОМ ТРАНСПОРТЕ

## Рекламные носители на городском транспорте:

Один из самых простых и распространенных способов рекламы в автобусах, маршрутках, трамваях и троллейбусах - нанесенные на стекла широкоформатные изображения. В ряде случаев они одинаково хорошо видны как снаружи, так и внутри автобуса или троллейбуса, что в десятки раз увеличивает их эффективность. Иными словами, широкоформатная печать ориентирована и на пассажиров, и на тех, мимо кого транспорт просто проезжает.

Малый формат - стикеры, плакаты, листовки, заламинированные и вмонтированные в поручни, стойки, кресла информационные листовки - действуют несколько более адресно, поскольку их аудитория - только пассажиры.





Сравнительно новое веяние в рекламе, имеющей дело в городских транспортах - аудиовизуальные носители. Это:

- аудиоролики, проигрываемые внутренней системой оповещения в автобусе, троллейбусе или трамвае;
- ролики на специальных экранах, размещаемых, чаще всего, над кабиной водителя.

Видеоролики, размещаемые на два-три месяца, эффективны практически всегда, для достижения любых целей.

Как мы видим, уже один тот факт, что носители рекламы на городском транспорте столь разнообразны, делает её одним из самых эффективных и всеохватных видов маркетинговой активности для фирмы-рекламодателя.





Говоря языком цифр, такую рекламу замечает 95% участников дорожного движения. А в отличие от стационарной рекламы транспортная реклама воспринимается на 45% лучше.

### Основные выгоды рекламы на транспорте:

Размещая рекламу на бортах троллейбусов, автобусов, трамваев и маршрутных такси, рекламодатели за умеренную цену получают сразу комплекс преимуществ:

- Самый широкий охват целевой аудитории - пешеходы, пассажиры, автомобилисты
- Динамичность носителя - движущаяся реклама привлекает максимум внимания
- Большая рекламная площадь - до 55м<sup>2</sup>
- Двусторонний рекламаноcитель.



# РОДАМИН



Родамин, один из наиболее востребованных непищевых красителей. Прежде всего, он широко применяется в промышленности: при производстве цветного картона, бумаги, окрашивания кожаных изделий. В текстильной промышленности использование родамина в качестве красителя тканей достигает 60%.

# Применение

Этот краситель широко применяется при создании цветных дымов. Родамин имеет редкое свойство: он способен переходить из твердого состояния сразу в газообразное, не образуя в процессе перехода жидкую субстанцию. К тому же родамин можно без последствий смешивать практически с любыми другими красителями, тем самым, получая самые разные цвета.



Александр Мухин | www.muxin.ru



Александр Мухин | www.muxin.ru



Александр Мухин | www.muxin.ru

# ЭЛЕКТРОННОЕ ТАБЛО

Электронное табло — устройство отображения информации, изображение на котором формируется электронным способом

Электронное табло — это устройство, которое можно использовать для передачи какой-либо визуальной информации. Обычно изображение на таком табло формируется электронным способом. На нем могут отображаться время, дата, температура или прогноз погоды. Бывают табло с указанием курсов валют, информационное табло в аэропортах и многое другое.



Наверно, самые распространенные электронные табло - это табло с часами. Обычно они дополняются индикаторами влажности воздуха, атмосферного давления и температуры. Бывает, такие табло дополняют информацией о радиационном фоне. Бегущие строки чаще всего встречаются в общественном транспорте. Текст на таких табло может содержать от сотен до нескольких тысяч символов, а количество отображаемых одновременно символов не превышает двадцати. Цвет самих знаков может быть каким угодно.





Электронные табло позволяют на маленьких площадях преподнести большое количество информации. Большинство таких устройств обладают энергонезависимой памятью, благодаря чему они сохраняют всю введенную информацию без дополнительных источников питания.

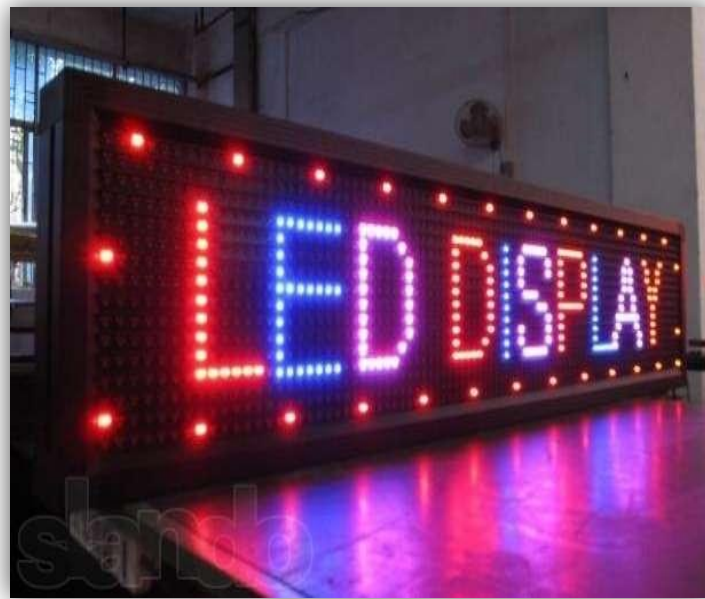
Нет необходимости держать такое табло подключенным к стационарному компьютеру постоянно. Вся необходимую информацию перенести на него можно один раз или обновлять периодически при помощи иных источников информации. Например, при помощи обыкновенной SD-карты или клавиатуры, подключенной к табло. Более современные электронные табло позволяют обновлять информацию при помощи Wi-Fi сети или Sim-карты.

# БЕГУЩАЯ СТРОКА

электронное устройство, предназначенное для отображения текстовой и графической информации. В самом простом варианте текст просто «бежит», двигаясь справа налево. Отображающая матрица обычно состоит из светодиодов. Очень часто помимо простого текста, бегущие строки могут генерировать простейшую графику и накладывать различные эффекты на отображаемый текст.

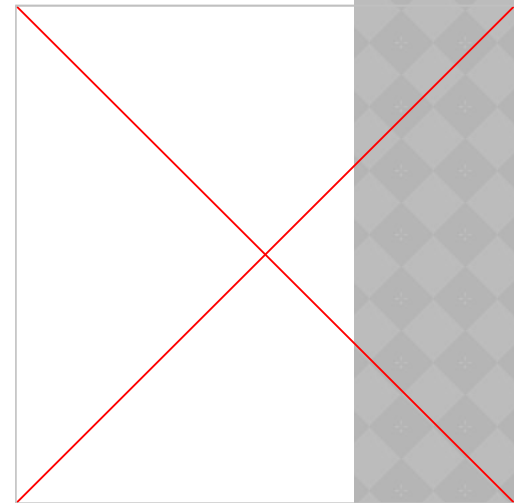
# ЦВЕТА СВЕЧЕНИЯ СВЕТОДИОДОВ

- Бегущая строка может быть одноцветной и многоцветной.





# АДАПТАЦИЯ К ОКРУЖАЮЩИМ УСЛОВИЯМ



- ◎ Светодиодные табло «бегущая строка» могут использоваться не только в помещениях, но и на улице. Агрессивная атмосфера и суровый климат вынуждают производителей использовать пылевлагозащищённые корпуса, проклеивать печатные платы специальным пластиком, утеплять конструкцию и предусматривать вентиляцию. Варианты в северном исполнении имеют автоматический подогрев.
- ◎ Но помимо тяжёлых условий имеет место ещё один фактор – солнечные лучи, которые засвечивают символы и снижают контрастность изображения. Для того, чтобы противостоять влиянию засветки, фирмы-производители используют более яркие светодиоды: если для помещений яркость каждого светодиода до 1-2Кд, то для уличного варианта этот показатель гораздо больше.

# СЭНДВИЧ МЕН

Это работники, которые за определенную плату рекламируют, что бы то ни было, нося рекламную информацию на себе. Некоторые, к тому же, одновременно раздают еще и листовки. Это очень недорогой и доступный для небольших компаний вид ходячей «живой» рекламы. Заказчики говорят, что эффект от нее, конечно, небольшой, но зато она намного дешевле по сравнению с другими видами рекламы.

Есть еще одна разновидность такой работы. Это «люди-указатели», одетые в специальные яркие костюмы и указывающие на улице путь к рекламируемому заведению.

Работают в качестве «живой» рекламы самые разнообразные слои населения. Тут порой встречаются и дипломированные инженеры, и сокращенные работники офисов, и молодые мамы. Но чаще всего - это люди, не имеющие постоянной работы, люди, недавно приехавшие в город, женщины предпенсионного возраста, бодрые пенсионеры, студенты и даже школьники. Правда, последние чаще всего стоят в роли «бутербродов» лишь во время своих каникул.



Функции «сэндвич-мена» состоят в том, чтобы находиться в определенное время в определенном месте и быть экипированном соответствующим образом. Он может стоять, ходить, прыгать, разговаривать, курить, но все это не должно мешать проходящим мимо людям читать и осмысливать информацию, нанесенную на его рекламных плакатах. Основная задача такого работника - привлечь интерес окружающих к определенным товарам, работам или услугам.

Рабочий день «человека-бутерброда» составляет от 3-4 до 7-8 часов в день, при необходимости - с коротким перерывом на обед. Сколько и когда стоять - договариваются с заказчиками. Многие работодатели предлагают рекламировать свои товары и услуги только в часы «пик», то есть по утрам и вечерам. Время от времени этих работников проверяют, но не часто.





Работа эта практически всеми считается временной, она не требует никакой квалификации и зачастую помогает многим «продержаться на плаву» в трудный период жизни.

Зарплаты мобильных демонстраторов рекламы являются договорными и разброс их достаточно широк. Но в любом случае, деньги это очень небольшие: чаще всего 80, 100, 120 рублей за час работы. И выдаются они, как правило, еженедельно.

Работают «сэндвич-мены» обычно без трудовых книжек - по трудовым соглашениям. В отпуск могут уходить хоть на месяц, хоть на два - он все равно не оплачивается. На вопрос о том, как переносят они непогоду и усталость, «люди-бутерброды» отвечают, что от жары и холода можно спастись, если периодически заходить в метро, а от усталости - если время от времени сидеть на остановочных скамейках.

