

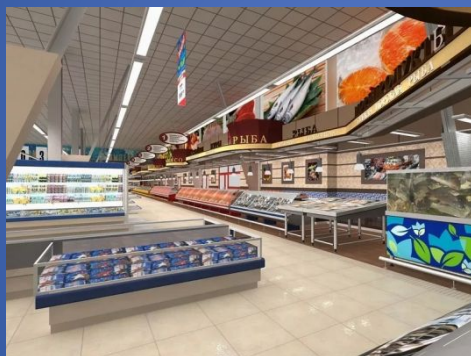
# РЕКЛАМА В МЕСТАЖ ПРОДАЖ

Место продаж условно разделяют на пять функциональных зон, в каждой из которых применяются свои POS материалы, в частности это:

Наружное оформление



Торговый зал



Прикассовая зона



Входная группа



Место выкладки и показа



POS-материалы (POS materials, POS — point of sales — место продажи) — это материалы, способствующие продвижению бренда или товара в местах продаж (световые панели, шелфтокеры, ценникодержатели, wobлеры, ценники, стопперы, промостойки, диспенсеры, пластиковые лотки, флажки, упаковка, выкраска, наклейки, декоративные магниты, подставки под кружки, чашки, стаканы, постеры, пластиковые папки, портфели, бирки, календарики, открытки, блокноты, линейки, брелоки, закладки и иные сувенирные изделия, распространяемые в местах продаж). POS-материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров. POS-материалы являются примером VTL-рекламы.

Покупатели, изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах продукции. Таким образом, за счет информативности и способности привлекать внимание к товару, POS-материалы стимулируют продажи.



# Внешнее оформление магазина

Основная функция внешнего оформления торговой точки - локализация. Нужно сделать все, чтобы потенциальный покупатель нашел или заметил место продаж. Для этого перед местом продаж и в ключевых пунктах предполагаемого маршрута движения покупателей размещаются всевозможные указатели и информирующие конструкции.

К средствам наружного оформления относятся: комплексное оформление фасада (козырьки, маркизы, онинги), оформление витрин, вывески, панель, кронштейны, крышные установки, торцевые брендмауэры, тротуарная графика, выносные конструкции, щиты и т.п.

Если покупатель заметил магазин, то его необходимо побудить зайти в него, а не проходить или проезжать мимо.

Вывески - визитная карточка торгового предприятия на рынке. От этой важной детали внешнего оформления зависит часто самое первое и сильное впечатление потребителя.

Витрины магазина - средство рекламного показа товаров, представленных к продаже. Различают уличные и внутримагазинные витрины. Уличные витрины могут размещаться как в непосредственной близости к магазину, так и на некотором удалении от него.

Внутримагазинные витрины находятся в торговых залах, на лестничных клетках, в переходах из одного торгового помещения в другое.

## Входная группа POS-материалов

POS-материалы, размещаемые во входной группе, - это, как правило, таблички «открыто/закрыто», стикеры с режимом работы магазина, надписями на дверях «от себя/на себя» или просто рекламные стикеры и объявления. Помимо этого к элементам POS входной группы относятся напольные стикеры, размещенные непосредственно перед или за входной дверью, например с одной лишь фразой «Добро пожаловать».

Если вход в магазин устроен по принципу шлюза с двумя дверьми (внешней и внутренней), то целесообразно использовать и это пространство для размещения POS-материалов. В данной ситуации может применяться как комплексное оформление пространства, так и простые постеры и стикеры. В дорогих магазинах здесь могут находиться швейцары, охрана и продавцы-конс



# Торговый зал магазина

Основная цель размещения элементов POS в торговом зале - желание направить покупателя по нужному маршруту к месту выкладки товара. Для этого используются различные указатели: напольная графика в виде следов, воблеры, стикеры, вымпелы/ флаги, флаеры, световые короба или напольные прожектора, гирлянды, мобайлы (рекламные изображения большого формата, как правило, из картона или легкого пластика), джумби (объемные конструкции, своей формой повторяющие товар, только увеличенный в несколько раз) и др.

Помимо этого в торговом зале стоит разместить POS-материалы для «напоминания» о товаре: часы с логотипом, плакаты, световые панно, информационные схемы и модули с логотипом (например, указатели этажей и т.д.)



Воблеры



Джумби



Вымпел

# Место выкладки и показа

**Товаров**  
На POS-материалы в месте выкладки и продажи товаров ложится основная ответственность за осуществление покупательского выбора.

Привлечь к товару максимальное внимание, помочь наиболее выгодно выложить товар на полках торгового оборудования, проинформировать о его свойствах и связанных с ним специальных акциях - вот главная задача POS-материалов в месте выкладки или «на месте» продажи.

Внимание к выставленному товару могут привлечь, в частности световые короба внутриагазинных вывесок и информационных указателей, фотопанно, wobлеры (рекламное изображение торгового знака или марки, которое крепится к полке, дисплею или к стенке на гибкой ножке и привлекает к себе внимание за счет вибрации), флаги, стикеры, «дрожащие» ценники-листочки и т.д.



# Прикассовая зона

Особенность этой зоны торгового зала состоит в том, что, находясь у кассы, покупатель уже потратил свой основной бюджет и, как правило, прикидывает суммарную стоимость и остаток. В связи с этим у касс лучше всего размещать товары, которые можно купить на этот остаток, так называемые «товары импульсивной покупки». Соответственно и POS-материалы в прикассовой зоне служат для экспонирования и привлечения внимания к таким товарам. Это могут быть всевозможные диспенсеры, воблеры, стикеры, лотки для мелочи и световые короба (с надписью касса). Летом эффективна установка в прикассовой зоне фирменных прилавков и ларей с мороженым, напитками и т.д.