

РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ СУБЪЕКТОМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Рекламные средства, применяемые в розничной торговле, классифицируют по ряду признаков: месту использования (внутримагазинные; внешние), способам воздействия на органы чувств человека (зрительные; слуховые; зрительно-слуховые; зрительно-обонятельные; зрительно-вкусовые; световые), техническому исполнению (полиграфические; живописные; звукозапись, кино- и видеозапись; световые), характеру воздействия на адресата (персональные; массовые), характеру средств (реклама на телевидении, радио, печатные средства, средства наружной, интернет-рекламы) и др.

Изучение рекламных средств проводилось в розничном торговом объекте филиала «Хозторг», находящемся по адресу: Брестская обл., Дрогичинский р-н, г. Дрогичин, ул. Ленина, 133, корп. 1.

Реклама организации представлена следующими средствами:

1) реклама на телевидении. Организация периодически демонстрирует рекламные ролики на телевидении. Рекламный ролик представляет собой изображение логотипа компании, телефона и адреса магазина. Ролик сопровождается музыкой и закадровым голосом, который рассказывает о проводимой акции или определенных товарах. Реклама осуществляется на канале «ОДТ», который является местным каналом г. Дрогичин.

Также реклама деятельности фирмы на телевизионном экране обеспечивается бегущей строкой с максимально информативным, но в то же время кратким и лаконичным текстом, который рекламирует группу товаров или акции, предлагаемые организацией с указанием адреса и телефона;

2) печатная рекламная продукция. Филиал «Хозторг» публикует свои объявления в газетах, распространяемых на территории Дрогичинского района. Самым популярным источником является газета «Дрогичинский вестник»;

3) средства наружной рекламы. Такую рекламу можно встретить в качестве афиш размера А4 на дверях различных магазинов, и также на зданиях в разных частях г. Дрогичина;

4) средства интернет-рекламы: публикация рекламы акций, предложений в социальной сети «ВКонтакте», а также в местных группах мессенджера Viber;

5) внутримагазинные средства рекламы. Включают в себя POS-материалы: промостенды, ролл-апы, шелфтокеры, воблеры, вывески, плакаты, брендированные пакеты. Внутривитринные рекламные

средства включают в себя различные декоративные элементы, подсветку и украшения, располагаемые внутри витрин магазина для привлечения внимания покупателей к определенным товарам или акциям.

Для повышения эффективности рекламной деятельности филиала «Хозторг» можно предложить использование рекламы на транспорте. Согласно исследованиям, на нее обращают внимание около 55 % людей.

Также организации следует обратить внимание на рекламу в социальных сетях. Создание своего тематического сообщества в сети «Инстаграм» позволит всегда держать потребителей в курсе последних событий организации.

Применение вышеуказанных рекламных средств является выгодным, поскольку позволит увеличить количество потребителей, а соответственно, и доходы от реализации товаров.