

Сегодня мы начинаем разговор о POS-материалах – рекламной технологии, способствующей продвижению бренда или товара в месте продаж. Этот рекламный инструмент для программ стимулирования сбыта успешно используется многими торговыми компаниями. По сути, это рекламное изделие, агитирующее за покупку вашего товара в месте его розничной продажи. Информация, размещенная в месте продаж о наличии товара в данной торговой точке или о его потребительских свойствах, не воспринимается потребителями как реклама в привычном понимании. Именно поэтому она вызывает больше доверия.



POS-материалы работают, в основном, с ассоциациями и образами, заложенными рекламой товара. В момент принятия решения о покупке они помогают сгладить ошибки или уменьшить последствия. Психологи установили, что чаще всего покупки совершаются не по заранее составленному перечню, а импульсивно – по принципу «пришел, увидел, купил». Исследования компании Point of Purchase Advertising Institute (POPAI) показывают, что твердо запланированных покупок всего 30%, 8-10% – альтернативные покупки и 60% – импульсные покупки. И даже если покупка товара предварительно запланирована, 7 из 10 покупателей принимают решение о выборе того или иного производителя непосредственно в торговом зале. Характер информации, помещаемый на POS-изделие, может быть как просто информационным, так и агитационным. Основные разновидности POS-материалов это мобайлы, постеры, шелфтокеры, воблеры, хард-боксы, монетницы, стикеры.

Как уже говорилось, отличных результатов можно достичь, если привлечь внимание потребителей к конкретному бренду непосредственно в момент принятия решения о покупке. Этого можно добиться, используя, например, кассовые тарелки (tax disc holder) с непосредственным размещением рекламируемых продуктов (пачка сигарет, шоколад) в прозрачном лотке – лажементе. Подобные монетницы изготовлены из прочного, прозрачного акрилового и стеаринового пластика, снабженного противоскользящими ограничителями из вспененного материала, и вогнутым подносом, предотвращающие рассыпание мелочи по поверхности. Она состоит из нескольких составляющих и позволяет разместить любую полиграфическую вставку с информацией и логотипом товара, в том числе это может быть и самоклеющаяся зеркальная наклейка (Oracal). Возможно изготовление монетницы из легкого и гибкого меламина (стойкого к воде и механическим повреждениям пластика), и нанесение символики и рекламы фирмы непосредственно на нем.

Другой возможностью привлечь внимание покупателя и заинтересовать его является использование макетов продуктов в увеличенной и стилизованной фор-

ме, так называемые надувные мобайлы. Этот вид рекламно-сувенирных товаров пока еще считается инновацией на нашем рынке и действительно результативен. Современные технологии позволяют изготавливать мобайлы любых размеров и форм из поливинилхлорида, небольшими тиражами и печатать на них полноцветные изображения, используя гляцевую, матовую и фактурную лакировку.

Всех заинтересовавшихся нашей информацией спешим пригласить в рекламно-производственную фирму Пилот Медиа, являющуюся сегодня одним из крупнейших поставщиков услуг в области рекламно-сувенирного бизнеса. Вам профессионально ответят на все возникшие вопросы и, конечно же, посоветуют, как наиболее эффективно продвинуть Ваш продукт на российском необозримом рекламном пространстве.

Наталья Кузьмина

