

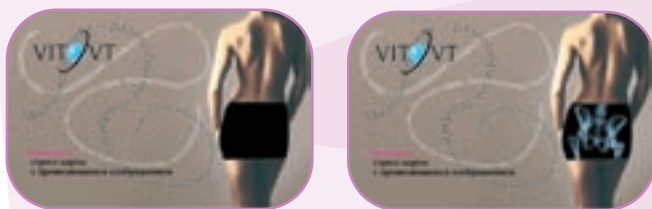
Стимулирование сбыта — это некий инструмент маркетинговых коммуникаций, который использует множество побудительных методик в отношении конечного потребителя, чтобы вызвать действия или реакции. Любая рекламная акция, ставящая перед собой задачу донести до конечного потребителя необходимую информацию, неизбежно сталкивается с проблемой рекламного носителя. Даже самые проверенные из них не могут избежать эффекта привыкания со стороны конечного потребителя и, как следствие, малой эффективности. Все мы наблюдаем кучи полиграфической продукции, валяющейся на улице и в подъездах. Буклеты, листовки, воблеры и прочее уже давно стали неизбежностью нашей жизни. И чем меньше на всю эту рекламу население обращает внимание, тем актуальнее становится использование новых рекламоносителей. Задача привлечения внимания потенциального покупателя — основная задача любой рекламной акции. А любой человек остается в душе немного ребенком, и, если вы предложите ему некий элемент игры или спровоцируете посмотреть в «замочную скважину», сыграв на свойственных человеку слабостях, вероятность, что он обратит на вас внимание, значительно увеличится. Технологии, предлагаемые нами, позволяют это сделать.

Предлагаем вашему вниманию полиграфическую продукцию с использованием особых красок на базе микрокапсуляции:

- с проявляющимся изображением;
- стресс-тесты;
- ароматная реклама;
- технология UV.

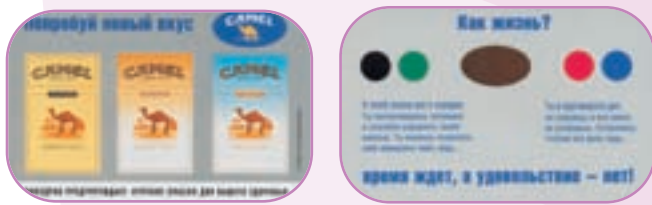
Ниже на картинках показан эффект **проявляющегося изображения** при изменении температуры под воздействием тепла руки.

Скрыть можно любое изображение или часть его. И только от вашего воображения зависит насколько не-



ожиданным и, соответственно, привлекательным будет его рекламный эффект.

Большие возможности предоставляют и, так называемые, **стресс-карты**. У них несколько другой принцип действия термоэлемента: при нагревании от руки происходит плавное изменение цвета индикатора, каждому из этих цветов можно приписать определенное действие испытуемого. От совета приобрести или употребить некий товар, до рекомендации — в таком состоянии не садиться за руль автомобиля. Очень важно, чтобы эти рекомендации были составлены творчески, с юмором. Цвет индикатора и температура программируются по вашему желанию. Можно запрограммировать, например, подставку под горячую чашку кофе или под холодный бокал пива.



Ароматная реклама.

Приятно звучит. Говорят, особенно чувствительны к запахам женщины, поэтому этот вид рекламоносителя в большей степени ориентирован на них. Но появившаяся в последнее время реклама духов с феромонами открывает новые возможности технологии и для мужчин. Представляет акцию в масштабах страны, когда всем мужчинам пода-

рят такие карточки, насколько улучшатся их отношения с женской половиной в этот день?

Вы можете заказать оригинальный аромат (должен быть представлен исходный материал — масло), а также выбор аромата из стандартного банка данных.

Возможно два варианта распространения аромата:

- запах возникает при прикосновении к ароматизированному участку
- запах распространяется постоянно (срок действия ограничен)

Первое, что приходит в голову для использования такой продукции, это, конечно, реклама парфюмерных компаний.

Но, поверьте, спектр гораздо шире. Вы можете заказать карточку, листовку и т.д., даже с запахом своего города (если, конечно, город у Вас ассоциируется с каким-то определенным запахом). Один наш заказчик сделал карточку с изображением пасти акулы, от которой исходит запах тухлой рыбы. Такое запомнится. Тем более, что их сеть новых кинотеатров как раз делает акцент на полную реальность происходящего, в том числе и на запахи сопутствующие фильму.

Мне очень нравится листовка с рекламой **Renault**. Вы ощущаете запах хорошей кожи и видите кожаный салон нового авто. Так хочется в нем посидеть.



1 — листовка с ароматом, нанесенным на изображение розы, 2 — карточка с запахом натурального кофе.

Технология UV.

Хороший пример практической рекламы: при помощи рекламной карточки Ваш клиент будет знать, как долго можно находиться на солнце или когда необходимо нанести защитный крем. Таким образом, вероятность, что эту карточку не выбросят, а будут ею долго пользоваться, достаточно велика. Косметические и туристические компании, но не только. Вот карточка медицинской компании, выпускающей средство от диареи (поноса) который, как известно, часто возникает на отдыхе. Они заботятся о своих покупателях.



Интересный эффект возникает при печати на майках. Возможно нанесение всего изображения или его части, которое проявляется только при воздействии на него солнечных лучей.

Компания «VITOVIT» предложит Вам весь спектр необычных решений в формате рекламы. Будучи на рынке более 13 лет, она накопила не только достаточный опыт, но и возможность работать с самыми новейшими разработками для удовлетворения все более и более растущих требований заказчика. Если Вам необходим тираж действенных листовок, флаеров, открыток — обратитесь в компанию «VITOVIT» и Ваш рекламный продукт обязательно запомнится надолго!

Компания VITOVIT

т/ф.: (095) 926-4767(66); 790-6969
www.vitovt.ru