

* Наружная реклама



* Выполнили: Аксючиц Алина и Ратнова Маргарита

Студентки группы 2-Т-3

Рыбинского полиграфического колледжа

* Руководитель: Варзанова М.А.

* Цели

*Задачи

1. демонстрация новых видов товаров и услуг фирмы;
2. усиление имиджа рекламируемой компании;
3. увеличение количества реальных покупателей;
4. увеличение конкурентоспособности фирмы;
5. получение дополнительного дохода или прибыли.

* Наружная реклама — один из самых традиционных и популярных каналов распространения рекламы, которая размещена вне помещений, вне зданий — на улице, под открытым небом.

* Основные виды наружной рекламы

1. Световые короба
2. Объемные буквы
3. Неоновая реклама
4. Крышные установки
5. Панель-кронштейн
6. Козырьки и маркизы
7. Штендеры
8. Таблички
9. Информационные щиты



* Достоинства Наружной рекламы

1. Широкий охват аудитории
2. Частота и гибкость в размещении плакатов
3. Относительно невысокая стоимость одного контакта
4. Долговременность воздействия на аудиторию
5. Большое количество рекламных контактов
6. Четкое обозначение географических границ воздействия рекламы

* Недостатки наружной рекламы

1. Невозможность проведения краткосрочных рекламных кампаний
2. Снижение качества изображения под влиянием атмосферных явлений
3. Необходимость постоянного контроля за состоянием рекламных конструкций
4. Длительность и сложность процедуры оформления разрешений на установку конструкции наружной рекламы
5. Возможность передачи лишь небольшого объема информации из-за короткого времени контакта потребителя с рекламой
6. Относительно высокая стоимость изготовления и

* Применения в туристской сфере

*Итог работы