

11 занятие

Рекламная полиграфия и POS-
материалы

POS-материалы

- Дословно POS (англ. аббревиатура Point of Sales) переводится как точка продаж. А POS-материалы – это все виды рекламы, используемые непосредственно в розничном магазине.

Их основными задачами являются:

- Обратить внимание посетителя магазина на конкретный товар;
- Развеять возможные сомнения и склонить потенциального покупателя к покупке.
- **Главным отличием POS от остальных видов рекламы является короткое время воздействия. Часто они попадают в поле зрения покупателя всего на несколько секунд или даже меньше. Но благодаря правильному дизайну и оптимальному размещению POS-материалы помогают значительно увеличить прибыль торговой точки. Именно поэтому их также называют «немыми» продавцами.**

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ POS-материалов



1. Воблер



2. Мобайл



3. Коробка для чеков



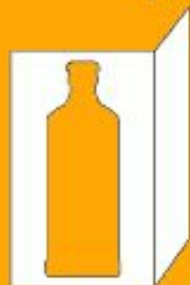
4. Шелфтокер



5. Подвесной банер



6. Диспенсер для листовок



7. Шелфорганайзер



8. Торцевой флаг



9. Гирлянда



10. Стрип-холдер



11. Шоу-кард



12. Некхенгер



13. Стикер



14. Джумби



15. Бодистенд



16. Дисплей

Воблер

- Слово «воблер» пришло к нам от английского глагола «wobble», который означает «колебаться, трястись, дрожать». Этот термин прочно вошел в слэнг рекламного рынка и стал использоваться для обозначения POS материала, небольшой размер и привлекательный дизайн, крепится к любой поверхности незаметной пластиковой лентой при помощи двустороннего скотча. **Воблеры** — реклама, пройти мимо которой в магазине невозможно!



МОБАЙЛ

- Подвешенная к потолку или кронштейну легкая картонная или пластиковая рекламная конструкция



Подвесной баннер



- **Стрип-холдер (стрип-лента)** - вертикальная вытянутая лента с размещенными на ней держателями для небольших продуктов в легких пакетах (сухарики, чипсы, снеки, конфеты).
- **Шоу-кард** — это разновидность постеров, от английского слова — «Show card» — демонстрационная карта. Размещается вблизи от мест выкладки продукта, привлекая дополнительное внимание и выделяя из массы подобных конкурирующих изделий.

Некхенгер

- **Некхенгер** – маркетинговый материал, "галстук"-держатель на горлышко бытылки, который привлекает внимание к товару. Слово некхенгер происходит от английских слов: neck - шея и hang - висеть.



Шелфорганайзер

- Шелфорганайзер — это рекламная конструкция из пластика, плотного картона или металла, с брендированным торцом, он предназначен для обозначения продуктов определенной торговой марки на полках. .

Джумби

- **Джумби** (dummy pack, **дамами-пэк**) — это имитация продукта в увеличенном масштабе, модель упаковки, повторяющая упаковку реального товара в увеличенном масштабе.
- Термин джумби происходит от английского Jumbo – гигантский.
- **Джумби** – это масштабный муляж, детально повторяющий макет и форму реально существующего товара.





Боди стенд

- Боди стенд (Ростовая кукла) - рекламный носитель фигурной формы из жесткого материала с полноцветным изображением.
- +Ростовая фигура в кинотеатрах





Раздаточный материал/рекламная полиграфия

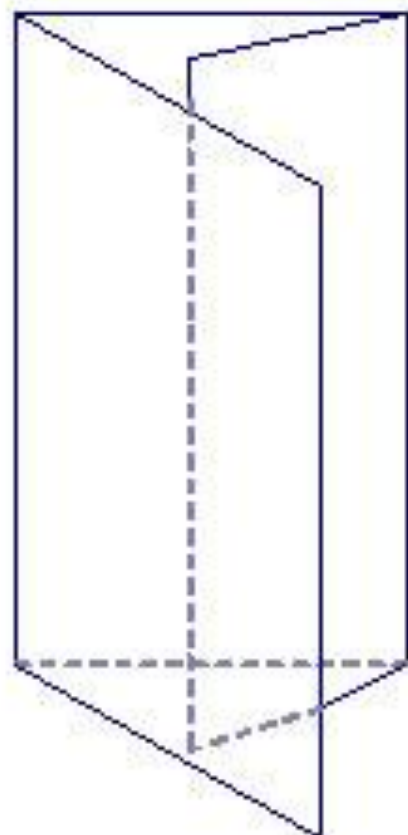
- листовки
- флаера
- буклеты
- брошюры
- каталоги

- **Проспект.** Рекламным проспектом называют любые виды полиграфической продукции, будь то буклеты, каталоги, брошюры, посвященные одному товару или услуге или группе товаров одной фирмы.
- **Листовка.** Небольшой, но вместительный информационный листок, имеющий разный формат и запечатываемый с обеих сторон. Очень распространенный тип типографской продукции из-за своей невысокой цены и объема информации.
- **Брошюра.** В отличие от каталога брошюра менее дорогостоящая, то есть охват ею потенциальных покупателей более широк. **(до 48 страниц)**

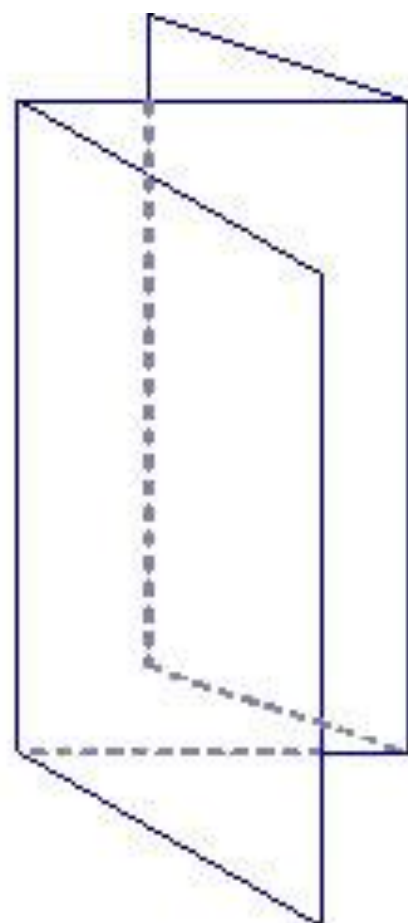
- **Буклет.** Рекламный материал, напечатанный на одном листе с двух сторон, сложенный в два или несколько раз. Отличие его от каталога или брошюры состоит именно в том, что он печатается на одном листе.
- **Лифлет.** Одними специалистами лифлет считается буклетом, другими – отдельным видом полиграфической продукции. Лифлет также печатается на одном листе, складывается при помощи фальца в два и более сложений и раздается или рассылается среди большой аудитории.
- **Каталог.** Начнем с правильного ударения. Это слово звучит так – каталОг. И никак по другому. Правильный каталог – это систематизированный перечень товаров или услуг с качественными фотографиями и полным описанием свойств и характеристик. **(Более 48 стр)**

БУКЛЕТЫ ПО ФОРМАТУ И ТИПУ СЛОЖЕНИЯ

- **Фальцевание** является основным отличием буклетов и лифлетов от иной полиграфической продукции. Технологически существует два основных способа фальцевания (складывания), это «салфетка» и «гармошка».



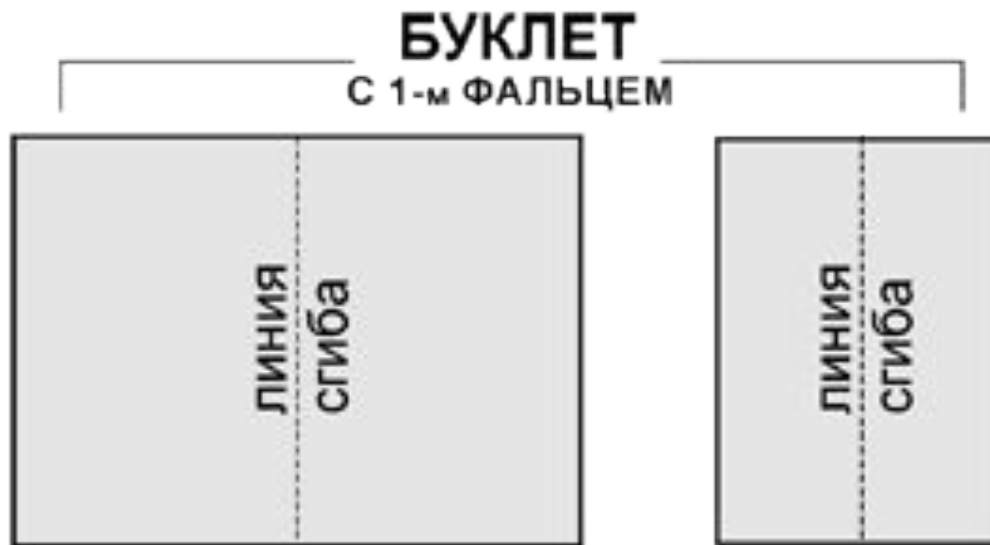
«Салфетка» — при данном сложении все сгибы буклета направлены в одну и ту же сторону



«Гармошка» — каждый последующий сгиб направлен противоположно предыдущему

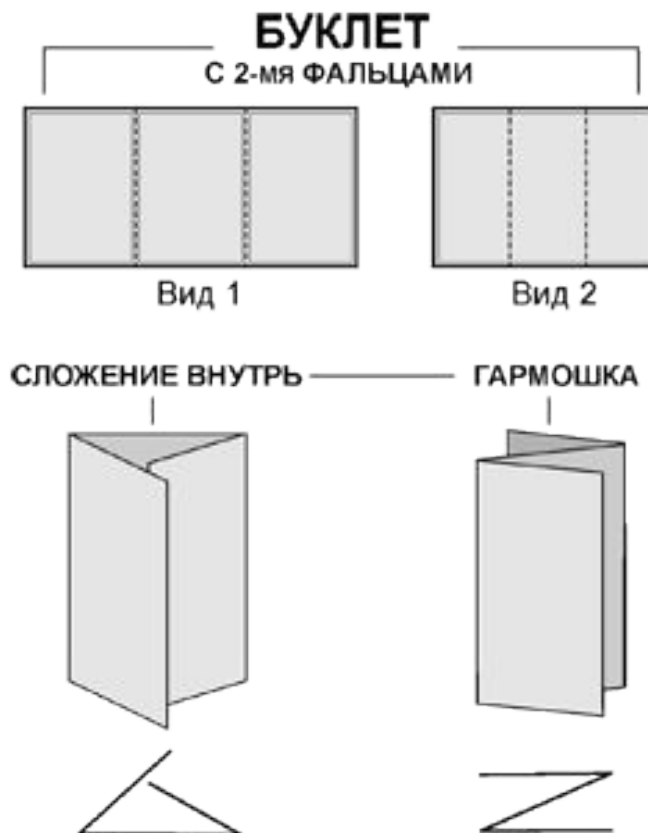
БУКЛЕТЫ 1 ФАЛЬЦ

- Для изготовления берут листы форматов А6, А5, А3 или А4. Линию сгиба можно выполнить вдоль любой стороны листа.



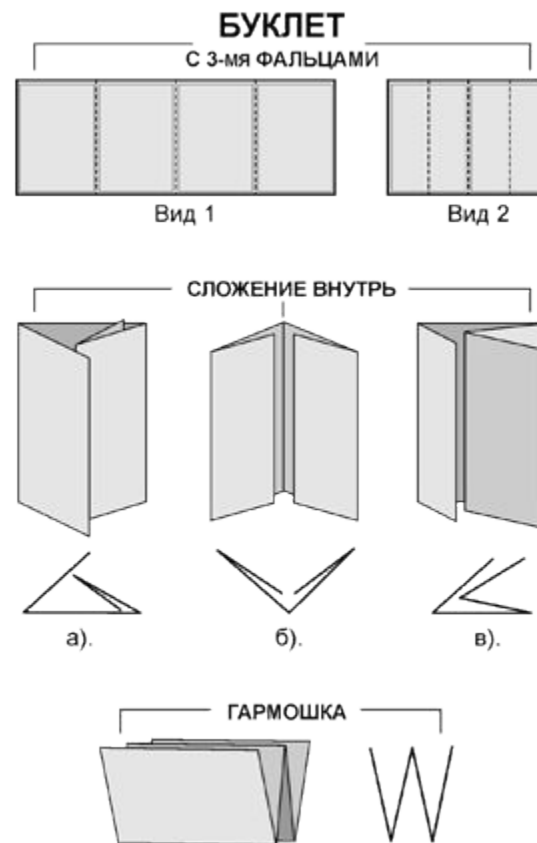
БУКЛЕТЫ 2 ФАЛЬЦА

- Для изготовления берут листы А5, А4, А3 или А2. Буклеты укладываются гармошкой или краями вовнутрь.



БУКЛЕТЫ С 3-МЯ ФАЛЬЦАМИ

- Для изготовления применяют листы форматов А1, А2 и А3. Много фальцев позволяет сложить продукт различными способами:
встречные фальцы,
вовнутрь,
гармошкой.



БУКЛЕТЫ С 4-МЯ СГИБАМИ

- Для изготовления применяют листы А4, А1, А2 и А3. Способ складывания – гармошка. Именно таким способом их позволяют обработать автоматически фальцовочные машины. Все остальные виды сложений рекламных буклетов выполняются вручную и оплачиваются дополнительно.

