

A thick black L-shaped frame is positioned on the left and bottom-right sides of the page, framing the central text.

СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

Выполнила
Студентка гр. Тб-3601-01-00
Колотова Александра

В наши дни активно развиваются самые разные способы продвижения товаров и услуг, в том числе такой вид, как сувенирная реклама. По статистике, расходы на сувенирную рекламу могут составлять более 20 % от общего рекламного бюджета фирмы.



КОГДА ПОЯВИЛАСЬ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

Производство сувенирной рекламы берет начало в XIX веке. Одними из первых подобных изделий считаются рекламные карточки с календарем, изготовленные коммивояжером одной из страховых компаний США.

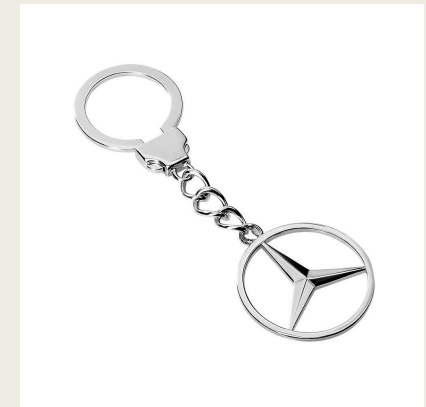
Сувенирная реклама быстро развивалась и уже очень скоро, к началу XX века, стала весьма разнообразной. В качестве носителя такой рекламы могли использовать лошадиные попоны, тенты для автофургонов и другие предметы бытового назначения. До сих пор сохранилась традиция сувенирной рекламы в виде письменных принадлежностей.



КОГДА ПОЯВИЛАСЬ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

В эпоху Советского Союза зарубежные изделия рекламного формата считались признаком благосостояния человека и возможности выезда за границу.

Сувенирная реклама в виде зажигалки с символикой «Мальборо», брелока со знаком «Мерседес», мыла из европейского отеля и даже различных упаковок была предметом гордости владельца и зависти окружающих. Постепенно распространилось явление, когда на базе отечественных производств изготавливались предметы одежды и другие изделия с символикой европейских компаний («Найк», «Адидас» и т. д.).



ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

СЕГОДНЯ

Сейчас под сувенирной рекламой понимают изделия различного характера с размещенной на них рекламной информацией в виде текста или изображения. Такая продукция распространяется бесплатно среди представителей целевой аудитории. Сувенир представляет собой памятный подарок, демонстрирующий доброжелательное отношение к клиентам.

В качестве основы выступает изделие, имеющее определенные функции и потребительские свойства. Сувенирную продукцию персонализируют, нанося на него название или логотип компании с помощью той или иной техники. Распространяется сувенирная реклама среди заранее определенной целевой аудитории, на которую необходимо оказать воздействие. Благодаря этому название компании находится на виду, формируется позитивный имидж, увеличивающий количество потенциальных обращений клиентов.



КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

- **Первая задача** – быть постоянно на виду. Подспудно любая реклама должна повышать узнаваемость бренда, а сувениры делают это очень эффективно. Используя любой носитель, рекламодатель желает как можно более широко распространить знание о своей компании. Большое количество контактов с аудиторией увеличивает шанс, что полученная информация отложится в голове потребителя. Сувенирная реклама эффективно повышает узнаваемость за счет того, что носитель является функциональным предметом и используется в быту.
- **Вторая задача** – побуждение к действию. Реклама не имеет никакого смысла, если в конечном итоге она не приводит к обращению в компанию. Наличие у человека предметов сувенирной рекламы в разы увеличивает шанс, что в случае необходимости он обратится именно к вам.

КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

- **Третья задача** – стать известными на рынке. Сувенирная реклама постоянно присутствует в быту, а также может привлечь внимание окружающих. Так рекламное сообщение распространится на большое количество людей.

И, конечно, любая реклама нацелена на то, чтобы вызвать положительные эмоции у потребителя. В таком случае ассоциативный ряд неизбежно

распространяется на рекламируемые марки и их ценность воспринимается в



КАКИМ СПРОСОМ ПОЛЬЗУЕТСЯ СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК СПОСОБ РЕКЛАМЫ

В определенный момент некоторые предприниматели принимают решение резко сократить рекламу, поскольку считают, что достигли необходимого уровня узнаваемости. Однако отказываться от продвижения никогда не стоит, потому что изменения рынка и появление новых конкурентов могут серьезно изменить положение фирмы.

Отношение к клиентам необходимо демонстрировать самыми разными способами, одним из которых и является сувенирная реклама.



КАКИМ СПРОСОМ ПОЛЬЗУЕТСЯ СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК СПОСОБ РЕКЛАМЫ

Различия между рекламой, размещаемой в СМИ или на наружных носителях, и сувенирной рекламой очевидна. Первая гораздо быстрее способна донести информацию до широкой аудитории, но вторая куда больше влияет на формирование лояльности клиентов. В наши дни сувенирная реклама становится все более популярной, потому что отношение к бренду выходит на первый план по сравнению с отношением к конкретному товару.

Рекламные агентства должны ответственно подходить к задаче выбора носителя сувенирной рекламы, исходя из интересов клиентов. Только тогда сувенир будет воспринят положительно, его будут использовать, а реклама будет оказывать



КАКИЕ ВИДЫ СУВЕНИРНОЙ РЕКЛАМЫ СУЩЕСТВУЮТ

В наши дни рынок сувенирной продукции достаточно развит, чтобы подобрать подарки под любую концепцию и рекламную стратегию.

Существуют различные виды сувенирной продукции в рекламе. Прежде всего, это:

- полиграфические изделия;
- сувениры с надпечаткой.



КАКИЕ ВИДЫ СУВЕНИРНОЙ РЕКЛАМЫ СУЩЕСТВУЮТ

Также выделяют такие разновидности, как:

- **промоушн-сувениры**, связанные с проведением рекламных мероприятий. Обычно это бывают недорогие подарки, такие как ручки, блокноты, значки и т. д.;
- **бизнес-сувениры**, предназначенные для клиентов сотрудников фирмы. Это могут быть разнообразные предметы с символикой: ручки, ежедневники, кружки, кепки, футболки и многое другое;
- **представительская продукция**, нацеленная на деловых партнеров. Сюда входят наиболее дорогие сувениры (дорогие ручки, наручные часы и т. д.). Для их изготовления могут использоваться разнообразные материалы, включая дерево, металл и натуральную кожу.



КАКИЕ ВИДЫ СУВЕНИРНОЙ РЕКЛАМЫ СУЩЕСТВУЮТ

Наиболее популярна сувенирная реклама в виде недорогих, но функциональных предметов, которыми пользуется большинство. Это могут быть ручки и карандаши, блокноты и ежедневники, кружки, пакеты, кепки и футболки, рамки для фотографий, брелоки, часы, зажигалки, аксессуары для телефонов или компьютеров и много другое. Самыми эффективными считаются те подарки, которые способны служить не меньше года, что продлевает срок действия рекламного сообщения.



КАКИМ ТРЕБОВАНИЯМ ДОЛЖНА ОТВЕЧАТЬ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

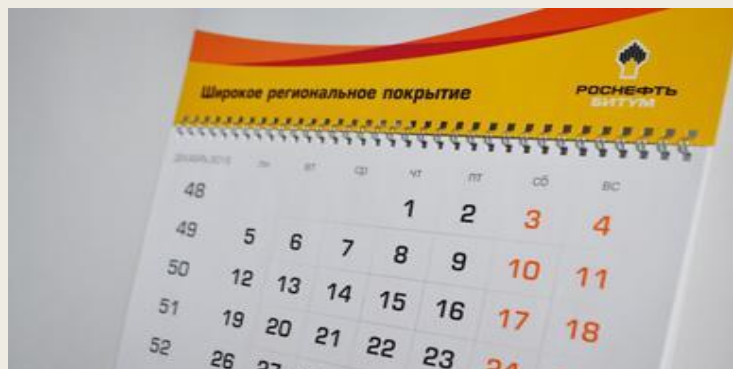
Полезность сувенирной рекламы во многом зависит от того, правильно ли выбран носитель. Чтобы подарок помогал продвижению интересов компании, он должен отвечать нескольким требованиям:

- **быть полезным.** Вещи, не имеющие конкретного применения, не будут эффективно транслировать рекламную информацию;
- **быть качественным.** Впечатление о качестве подарочного изделия распространяется и на компанию;
- **быть своевременным.** Сувенир должен вписываться в существующие обстоятельства и соответствовать ситуации.

КАКИМ ТРЕБОВАНИЯМ ДОЛЖНА ОТВЕЧАТЬ СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА

Цена и тираж издания определяются тем, на кого нацелена сувенирная реклама:

- на массовую аудиторию – недорогая продукция с большим тиражом, например, календари;
- на узкую аудиторию – кружки или футболки с символикой фирмы;
- на отдельных важных клиентов обычно изготавливаются уникальные памятные подарки.



СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Недостатки сувенирной рекламы могут быть выражены в следующем:

- **небольшое пространство для размещения рекламной информации;**
- **относительно высокие расходы на изготовление и распространение.**

Хотя, безусловно, достоинств у бизнес-сувениров намного больше. Среди них:

- **Дешевизна**
- **Универсальность**
- **Оригинальность**
- **Долговечность.**
- **Постоянное присутствие**
- **Гибкость**
- **Адресность**

СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Главным достоинством можно считать положительное отношение потребителей к такому виду рекламы, как сувенирная продукция.

Исследования показывают ошеломительную эффективность сувенирной рекламы. Более половины получателей бизнес-сувениров начинают позитивнее относиться к рекламодателю. По данным опроса Nielsen, среди людей, которые в течение последнего года получили рекламные сувениры какой-либо фирмы, 70 % обратились к рекламодателю, и только 49 % обращались за аналогичными услугами в другую компанию, не использовавшую сувенирную рекламу.



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ

