**ВИДЫ РЕКЛАМЫ, НЕ СВЯЗАННЫЕ С ПРЕССОЙ**

**1. Телевидение и радио**

Телевизионная реклама может оказаться очень эффективной.

Но помните: реклама по одному из центральных российских телевизионных каналов в самое удобное для телезрителей время стоит очень дорого.

Реклама по местному кабельному телевидению заметно дешевле. Вероятно, такого рода реклама окажется Вам вполне по карману. Может быть, Ваша аудитория будет немногочисленной, зато в результате Вы охватите значительную часть местных жителей, среди которых может оказаться немало Ваших будущих клиентов.

Справедливости ради, следует заметить, что телевизионная реклама не очень подходит для представителей малого бизнеса. Она ко многому обязывает и рассчитана на очень широкий круг потребителей. Лучше воспользоваться услугами местной радиостанции. Цены на радиорекламу значительно ниже по сравнению с телерекламой. Кроме того, Вас смогут услышать в первую очередь местные жители.

Необходимо определить оптимальное время для своей радиорекламы.

Это может быть:

утро;

день;

вечер;

поздний вечер.

В разное время суток радиопередачи слушают разные люди. Вам предстоит решить, на какую именно группу радиослушателей ориентирован Ваш бизнес.

Выбрав свою аудиторию, подумайте, что бы Вы хотели им сообщить. Не забывайте о том, что в Вашем распоряжении не так много времени. Как правило, рекламное сообщение по радио длится примерно полминуты.

За это время Вы должны:

привлечь внимание радиослушателей;

рассказать им о своем бизнесе;

убедить их в необходимости обратиться к Вам.

Сделать это очень непросто, но необходимо. Обратите внимание на радиорекламу других фирм, отметьте удачные и неудачные, на Ваш взгляд, рекламные сообщения.

Подумайте также о том, кто будет зачитывать по радио текст Вашего рекламного объявления. Это может быть:

мужчина;

женщина;

молодой (молодая);

пожилой (пожилая);

несколько разных людей.

Нужны ли Вам дополнительные звуковые эффекты или шумовой фон?

Подумайте над этими вопросами и затем запишите в приведенной ниже таблице свои соображения относительно рекламы своего предприятия по радио.

В случае необходимости можно позвонить на местную радиостанцию и задать все интересующие Вас вопросы, касающиеся радиорекламы.

Запишите Ваши соображения относительно рекламы своего предприятия по местному радио

**2. Кинотеатры**

Достаточно эффективна реклама в кинотеатрах.

Можно рекламировать свои товары или услуги только в одном кинотеатре или одновременно в нескольких: все зависит от Вас.

Подготовить хорошие рекламные материалы не очень сложно. Вы можете использовать свои собственные слайды или же заказать небольшой видеоролик в одном из рекламных агентств (если позволяют средства).

Реклама в кинотеатрах больше всего подходит для тех предпринимателей, которые предлагают товары или услуги клиентам в возрасте от 15 до 34 лет. Как правило, кинотеатры посещают зрители в этом возрасте.

Модные вещи, предметы досуга, ночные клубы и рестораны интересуют в первую очередь их.

Если Ваш бизнес связан с перечисленными выше пунктами, этот вид рекламы может оказаться весьма успешным.

Однако следует помнить о том, что завсегдатаям кинотеатров многие вещи быстро надоедают. Это относится и к рекламе, если ее показывать слишком часто.

Поэтому старайтесь разнообразить свои рекламные видеоролики, в особенности если Вы хотите обратить внимание потенциальных клиентов на какой-нибудь вид товара или услуги в ходе кампании, направленной на стимулирование сбыта.

**3. Реклама на транспортных средствах**

Вы можете разместить свою рекламу на различных транспортных средствах:

такси;

маршрутных такси;

автобусах, троллейбусах, трамваях, метро;

грузовых автомобилях;

электропоездах;

своих собственных транспортных средствах.

Такси часто используются для размещения рекламы. Стоимость этого вида рекламы не очень высока.

В данном случае Вы получаете возможность ознакомить с рекламой своего предприятия самых разных людей, преимущественно в центре города.

Довольно широкого охвата потребителей можно достичь за счет размещения рекламы на различных видах общественного транспорта (автобусах, троллейбусах и т.д.).

Раскрашенные в разные цвета автобусы, троллейбусы сразу бросаются в глаза. На них обращают внимание, и текст рекламного объявления, как правило, остается в памяти прохожих и пассажиров даже в том случае, когда они специально не стараются запомнить содержание рекламы. Поскольку маршруты общественного транспорта охватывают различные части города, Вашу рекламу увидит множество людей.

Самый дешевый вид рекламы — это реклама на Ваших собственных транспортных средствах. Подумайте, как лучше разместить свою рекламу на своем транспортном средстве, чтобы добиться максимального эффекта.

Как правило, указывается название Вашего предприятия, вид хозяйственной деятельности, а также номер телефона. Следите за тем, чтобы Ваше транспортное средство всегда имело надлежащий вид, создавая привлекательный имидж Вашего предприятия.

**4. Рекламные щиты**

К сожалению, далеко не каждое малое предприятие может позволить себе данный вид рекламы, хотя в условиях крупного города он достаточно привлекателен.

Хорошо оформленные рекламные щиты могут служить весьма эффективной формой рекламы. В Москве, например, достаточно известны щиты с рекламой различных марок сигарет: «Мальборо», «Лаки страйк» и др.

Рекламное объявление на щите всегда привлекает внимание. Порой даже неосознанно Вы бросаете взгляд на рекламный щит. Реклама на щите должна быть запоминающейся. Все должно быть сделано достаточно просто.

Постарайтесь с помощью минимума слов добиться максимального эффекта. То же самое относится и к картинке. Она должна бросаться в глаза, но не сбивать с толку.

Очень важно разместить рекламный щит в правильном месте. Где находятся подходящие места для размещения Вашего рекламного щита?

Где бы Вы в конце концов разместили свой рекламный щит?

Здесь следует принять во внимание то, о чем мы говорили применительно к рекламе на общественном транспорте.

Было бы неплохо рекламировать Ваше предприятие на остановках общественного транспорта. Можете ли Вы разместить свой рекламный щит около остановки автобуса, троллейбуса, трамвая или станции метро? В ожидании транспорта пассажиры будут с любопытством разглядывать то, что изображено на щите.

Возможно, этот вид рекламы как нельзя более кстати подходит для рекламы предлагаемых Вами товаров или услуг. Можно также разместить рекламный щит на железнодорожном или автовокзале или ближайшей железнодорожной станции.

По всем вопросам, связанным с размещением щитовой рекламы, Вам следует обращаться в местные органы исполнительной власти.

Помимо больших рекламных щитов, которые, как правило, располагаются вдоль автомобильных дорог и достаточно дороги, можно использовать рекламные щиты меньшего размера, которые можно было бы установить в самых разных местах.

Один из таких щитов, расположенный вблизи Вашего офиса или магазина, будет постоянно напоминать прохожим о Вашем предприятии и предлагаемых Вами товарах или услугах. Самое главное в данном случае — получить соответствующее разрешение на его установку в этом месте.

Рекламные объявления на небольших щитах можно было бы разместить около ближайшего почтового отделения, отделения сберегательного банка, расположенных поблизости магазинов и т.д., особенно, если Вы предлагаете услуги, рассчитанные на широкий круг потребителей.

Как и при подготовке других видов рекламы, Вам может понадобиться в данном случае помощь профессионалов, что, естественно, потребует определенных денежных затрат.

Может быть, участие профессионалов потребуется только на заключительном этапе, когда нужно будет придать законченность и большую выразительность Вашему рекламному щиту. В этом случае подробно и доходчиво объясните, что Вам нужно.

Попробуйте сделать небольшой эскиз своего рекламного щита.

**5. Совместная реклама**

В дополнение к совместной рекламе в прессе можно попытаться сделать нечто подобное на местном телевидении или радио.

Это могут быть передачи, посвященные, например,

открытию местного торгового центра, улицы, нового ресторана или кафе и т.д.

рассказу о местных предприятиях или необычных видах хозяйственной деятельности, к которым, может быть, Вы, имеете непосредственное отношение: разведение цветов, ремонтно-строительные услуги, организация летнего отдыха, услуги в сфере финансов и др.

рассказу о каких-то местных событиях: спортивные соревнования, конкурсы красоты, фестивали, концерты, презентации и т.д.

Как правило, эти темы находят соответствующее отражение в программах местного телевидения или радио и вызывают живой интерес у зрителей или слушателей.

Существуют и другие виды совместного стимулирования сбыта.

Многие предприятия-производители поддерживают своих дистрибьюторов, дилеров, а также те предприятия, которые являются потребителями выпускаемой ими продукции, в форме предоставления необходимой информации для подготовки рекламы или же создания собственных рекламных материалов, в которых упоминается и Ваше предприятие. В некоторых случаях они могут возместить часть затрат, связанных с проведением Вами рекламной кампании.

Можно придумать и другие формы стимулирования сбыта совместно с другими местными предпринимателями. Это могло бы принести дополнительный доход всем участникам данного мероприятия.

Несмотря на то, что возможности стимулирования сбыта совместно с другими местными предпринимателями ограничены, этот вид совместной рекламы не стоит сбрасывать со счетов.

Например: если Ваше предприятие занимается ремонтом теле- и радиоаппаратуры, можно организовать совместную рекламу с одним из магазинов, в котором продаются телевизоры, видеомагнитофоны, магнитолы, радиоприемники и др. теле- и радиотовары.

**6. Реклама в передачах, посвященных особым событиям**

Телевидение и радио хорошо подходят для проведения краткосрочной рекламной кампании, связанной с освещением какого-нибудь значительного события.

Рекламная кампания в этом случае, как правило, продолжается всего несколько дней, и смысл ее заключается в оперативном использовании неожиданно предоставившихся коммерческих возможностей.

В качестве примера можно привести очередной чемпионат мира по хоккею с шайбой, который по традиции вызывает очень большой интерес у россиян. Для многих предпринимателей трансляция хоккейных матчей становится прекрасным шансом значительно расширить круг своих потребителей за счет рекламы своих товаров или услуг, поскольку за ходом чемпионата наблюдает огромная армия телезрителей и радиослушателей.

Подобные события активно используются предпринимателями в целях увеличения своих доходов, однако этим далеко не исчерпываются возможные виды рекламы. Очень многое зависит от Вашей находчивости, сообразительности и изобретательности.

В течение года бывает немало событий, которые используются энергичными предпринимателями для рекламы своих товаров или услуг.

Можно было бы дать рекламу Вашего предприятия в связи с некоторыми из них. Это может быть Новый год, Рождество, День Российской Армии, Масленица, 8 Марта, Пасха, День Победы, сезон летних отпусков, День защиты детей, День знаний и т.д.

Заранее составив план, можно использовать любое событие или праздник в целях распространения рекламы своего бизнеса с помощью средств массовой информации.

В приведенных ниже таблицах запишите свои соображения по поводу совместной и индивидуальной рекламы, а также напишите, что можно было бы сделать в целях увеличения объема продаж предлагаемых Вами товаров или услуг с помощью того или иного вида рекламы.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | Совместная реклама | | | Дата |  | | Вид рекламы |  | | С кем Вы будете проводить рекламную кампанию |  | | На чем будет сделан акцент |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | События или календарные праздники | | | Дата |  | | Вид рекламы |  | | На чем будет сделан акцент |  | |

**7. Еще несколько слов о рекламе**

Разумеется, существуют определенные правила проведения рекламной кампании, однако это отнюдь не значит, что Вы не должны искать новые, нетрадиционные способы стимулирования сбыта.

Чем оригинальнее реклама, тем большее количество людей обратят на нее внимание.

Постарайтесь ответить на следующие вопросы:

Чем Ваш бизнес отличается от других видов бизнеса?

Что бы Вам хотелось выделить в деятельности своего предприятия?

Насколько удачно подобрано название Вашего предприятия?

Необычное, оригинальное, легко запоминающееся название предприятия может стать эффективным средством успешного развития Вашего бизнеса.

Постарайтесь подобрать самое подходящее название для своего предприятия.

**8. Подведем итоги**

Вы можете использовать самые разнообразные виды рекламы своего предприятия. Существует множество способов рекламы предлагаемых товаров или услуг.

Это может быть, например:

радиореклама в метро;

реклама на пластиковых пакетах;

реклама на различных видах упаковочных материалов (молочные пакеты, пакеты для упаковки хлеба, оберточная бумага и др.);

реклама на билетах;

реклама на остановках общественного транспорта.

Подумайте, каким образом можно было бы использовать эти и другие виды рекламы для стимулирования сбыта предлагаемых Вами товаров или услуг.

На какую группу покупателей должно быть рассчитано Ваше рекламное объявление?

Постарайтесь определить круг своих потенциальных клиентов как можно точнее и затем составьте текст Вашего рекламного объявления с учетом особенностей своего круга потребителей. Выберите оптимальный канал распространения Вашей рекламы (телевидение, радио и т.д.).

Составьте план проведения своей рекламной кампании, чтобы добиться максимальных результатов.

Следует иметь в виду, что некоторые виды рекламы способны охватить более широкую аудиторию по сравнению с другими рекламными каналами.

Но для того, чтобы услышать рекламное сообщение по радио, необходимо включить радиоприемник. В то же время, перемещаясь по городу, Вы то тут, то там сталкиваетесь с рекламой различных фирм, размещенной на транспортных средствах, дорожных рекламных щитах, остановках общественного транспорта и т.д. Поэтому, планируя проведение своей рекламной кампании, постарайтесь учесть все особенности и отличия различных видов рекламы.