

ВИЗНАЧЕННЯ ТА СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМИ НА МІСЦІ ПРОДАЖУ

Мірошник М.В., Хоробрих А.А.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Реклама на місці продажу (POS) - це стратегія маркетингу, спрямована на просування товарів та послуг прямо на місці їх продажу. Це включає в себе різноманітні способи, такі як вивіски, таблички, стелажі, рекламні матеріали та інші засоби, що залучають увагу покупців та стимулюють їхні покупки.

POS-реклама спрямована на збільшення усвідомленості бренду, підвищення продажів та покращення загального досвіду покупця.

З одного боку, реклама на місці продажу - це проведення реклами, спрямованої залучення споживача і що впливає нею безпосередньо при зіткненні з товаром. У цьому сенсі вона є завершальною ланкою загальної реклами торгової марки.

З іншого боку, ця реклама – засіб виділення товару із загальної маси представлених товарів. У цьому сенсі вона є ефективною ланкою стимулювання збуту товару на момент його продажу.

POS прагне вплинути на поведінку покупця, в цій якості вона чинить на нього певний тиск, пропонуючи одночасно миттєву презентацію товару та візуальне запрошення до акту купівлі.

Головні цілі реклами на місці продажу включають:

1. Залучення уваги покупців: посилення привабливості товарів або послуг на полицях магазину, щоб привернути увагу покупців та збільшити їхній інтерес.

2. Збільшення продажів: сприяння активним продажам, зокрема шляхом надання знижок, акцій та спеціальних пропозицій, які стимулюють покупців придбати товари.

3. Підвищення усвідомленості бренду: розширення відомостей про бренд серед покупців шляхом використання рекламних матеріалів та логотипів на місці продажу.

4. Створення позитивного досвіду покупця: забезпечення зручності та приємної атмосфери під час покупок, що сприяє лояльності клієнтів та повторним покупкам.

Ці цілі допомагають підвищити ефективність продажів та зміцнити позиції бренду на ринку.

Література:

1. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Кієво-могилянська академія, 2018. 352 с.
2. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.