

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ
ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ
PECULIARITIES OF ADVERTISING IN RETAIL TRADE

Чорноус Л.В., Скригун Н.П.

Чорноус Л.В., Скригун Н.П.

Chornous L., Skrygun N.

Національний університет харчових технологій
Национальный университет пищевых технологий
National University of food technologies

Більшість покупок індивідуальним споживачем здійснюється в точках роздрібної торгівлі, що обумовлює важливість вивчення процесу впливу на споживачів в місцях продажу, чим і займається один із напрямів маркетингу – мерчандайзинг. До функцій мерчандайзингу відносять також контроль за величиною та рухом товарних запасів на підприємствах роздрібної торгівлі, розробка найбільш ефективних схем розміщення товарів в магазинах, впровадження заходів по просуванню товарів в місцях продажу, підвищення ефективності роботи торгового персоналу тощо. Ефективність реклами в місцях продажу визначається тим, що вона: інформує клієнта та дає можливість порівняти кілька товарів, особливо коли вони є технічно складними; звертається до значної кількості покупців, що забезпечує продаж значної кількості товару; допомагає клієнту у виборі товару та ін.

Створення реклами для роздрібної торгівлі має певні особливості, головна з яких полягає у тому, щоб переконати покупців, що купувати товари саме в цьому магазині, навіть якщо у найближчого конкурента продається аналогічна продукція за такими ж цінами. При цьому необхідно рекламувати не лише велику кількість конкуруючих між собою торгових марок, але й сам магазин. До інших особливостей реклами в роздрібній торгівлі відносять: одночасне просування конкуруючих марок, а також широкого асортименту товарів; відображення місцевих смаків; вища міра наполегливості; її шукають

покупці; більша деталізація (ціни, форми, розміру, кольору); більша гнучкість; вища можливість прослідкувати успіх реклами тощо.

В роздрібній торгівлі також може використовуватись спільна реклама, коли виробник пропонує рекламні форми, матеріали, використовувані при створенні актуальних рекламних оголошень, а також надає кошти на оплату частини вартості реклами. Цілями спільної реклами можуть бути: стимулювання короткострокових продаж, підсилення рекламного образу марки виробника чи постачальника послуг, збереження інструментів впливу виробника на роздрібну торгівлю.

На індивідуальність іміджу магазину впливає: персонал магазину, від обізнаності, якості обслуговування та здатності якого у найкращий спосіб донести до покупця необхідну йому інформацію залежить прихильне ставлення споживача до даної торгової точки; місцезнаходження магазину, його цінова політика; глибина та широта асортименту товарів та їх якість; історія, принципи магазину та його традиції; участь магазину в житті суспільства; правдивість розроблюваної реклами, яка також повинна підтримувати у покупців єдиний образ магазину.

Врахування в рекламі торгової точки названих особливостей та факторів, що впливають на її індивідуальність дозволить створити у покупців враження, що магазин справді унікальний і покупки варто здійснювати саме в ньому, а не в іншому, навіть якщо той має зручніше місцезнаходження. Реклама роздрібною торгівлі має надавати покупцю значну кількість певної інформації, яка б допомогла одразу відчувати, що йому дійсно варто відвідати конкретний магазин. Необхідно також створити відчуття миттєвої готовності споживача здійснити покупку, підкреслюючи, що вказані в рекламі ціни, умови продажу тощо діють тільки протягом певного часу.

Для приваблення уваги покупців до торгової точки користуються як зовнішніми (вивіски, світлове табло, вітрини, айстопери, блікфанги, закликальники тощо), так і внутрішніми (конструкції презентаційного характеру, холдери, плакати, стікери, прапорці, напільна графіка, воблери, джумбі, мобілі, рекламні оголошення і музика всередині магазину, рекламні

експозиції, викладки товарів та внутрішні вітрини, шелфтокери тощо) засобами, і чим оригінальнішими вони будуть, тим вища ймовірність відвідування магазину та здійснення покупок в ньому.

Таким чином, реклама в роздрібній торгівлі має свої особливості, врахування яких підвищує ефективність роботи магазину та сприяє створенню його позитивного іміджу серед відвідувачів.