

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕКЛАМНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Л.В. Струніна

Національний університет харчових технологій

Світовий ринок товарів та послуг характеризується безперервним процесом конкурентної боротьби та завоювання нових ринків збуту. Організація ефективної рекламної діяльності стає все більш актуальною для закріплення стійкої конкурентної позиції на світовому ринку.

У сучасних умовах, що відрізняються високим рівнем насичення ринку традиційними рекламними носіями і, відповідно, зниженням їхньої ефективності, підприємства змушені розробляти нові методи привернення уваги споживачів до пропонованої ними продукції. При виході на нові ринки виникає необхідність не тільки пошуку не зайнятих конкурентами «ніш», а й інтенсифікації рекламної діяльності та запровадження інноваційних технологій рекламування. Нововведення повинні бути орієнтовані на розробку високоєфективних способів розповсюдження інформації про продукцію.

Відносно нещодавно одним з таких способів, який зробив можливим охоплення великої частини потенційних споживачів, стало створення web-сторінок та розміщення рекламних матеріалів в мережі Інтернет. Якщо ще декілька років назад підприємства не звертали особливої уваги на розповсюдження реклами через всесвітню павутину, то зараз сформувався чіткий взаємозв'язок «прорекламованості» певного підприємства в мережі та його статус в очах суспільства.

На сьогодні Інтернет-реклама набула визнання та широко застосовується, а посилення конкурентної боротьби стимулюють підприємства до розробки нових методів реалізації заходів щодо просування товару. Тому для підвищення ефективності рекламної кампанії та формування додаткових переваг підприємства змушені безперервно оновлювати як саму рекламу, так і способи

її розповсюдження. Приклади досягнення успіху в сфері інноваційної реклами показують розвинені країни, які пропонують новітні технології.

Вже достатньо відома в Україні технологія «Indoor TV» спрямована на поширення відеореклами в місцях масового скупчення людей. Фахівці стверджують, що на неї звертають увагу більше 90% потенційних покупців.

Технологія «Just Touch» (технологія інтерактивної взаємодії) працює на базі системи з сенсорним екраном та передбачає рекламування окремого бренду, включення логотипу в дизайн, під час використання споживачами спеціальних інформаційних табло.

Японська технологія «Free Format Projection» орієнтована на привернення уваги потенційних споживачів шляхом створення відчуття присутності персонажів за рахунок їхньої проекції в натуральну величину.

Запропонована компанією GestureTek (США) технологія «Ground FX» являє собою проекцію об'ємного зображення на поверхню з можливістю його інтерактивної зміни, коли система зафіксує рух в навколишньому середовищі. «Жива картинка» викликає у споживача зацікавленість та позитивні емоції, що не може не відбиватись на його ставленні до рекламованої продукції чи підприємства.

Таким чином, за рахунок нестандартного підходу інноваційні рекламні технології стимулюють посилення зацікавленості споживачів та підвищення рівнів збуту продукції. А отже, інновації повинні стати невід'ємною складовою загального системного комплексу просування товару підприємства, що дасть йому можливість збільшити попит на продукцію, завоювати нові ринки збуту та витіснити конкурентів.