**Эффективность рекламы**

Реклама направлена на мотивацию и влияние на поведение потребителей таким образом, который выгоден рекламе компании или бренда. Однако есть разные представления о том, что такое эффективность рекламы и как ее можно измерить.

Одним из критериев, которые могут использоваться для измерения эффективности рекламы, является ответ продаж. Компании обычно ожидают, что маркетинговые усилия в конечном итоге приведут к доходам от продаж, которые превысят <a href="http://reklama-kiev.net/price.html">стоимость рекламы</a>. Однако есть много других факторов, которые влияют на решение потребителя о покупке продукта, поэтому довольно сложно измерить, насколько на это решение влияет <a href="http://reklama-kiev.net/production.html">наружная и интерьерная реклама</a>.

Существует различие между краткосрочными рекламными эффектами и долгосрочной рекламной эффективностью. В отличие от эффектов, эффективность накапливается со временем и влияет на чувства, отношения и поведение. Краткосрочные последствия рекламной кампании можно оценить в периоды времени от нескольких минут до года, в то время как измерение долгосрочной эффективности должно охватывать период в десять лет или дольше.

Говорят, что потребители проходят через когнитивную и аффективную фазу, прежде чем принимать и демонстрировать определенное поведение. Первое, что должны сделать маркетологи, чтобы сделать рекламу эффективной, - привлечь внимание людей, а это значит, что они должны сознательно обрабатывать рекламное сообщение.

Если рекламе удается привлечь внимание потребителей, у нее есть возможность мотивировать и повлиять на их поведение, что в конечном итоге является целью рекламы. Существуют различные факторы, которые могут заставить людей обратить внимание на рекламу, например, если она включает в себя развлечения, спорт, знаменитости, юмор, анимацию или музыку. Однако наиболее важным фактором считается информация - люди ожидают получить ценную информацию о продукте. Кроме того, независимо от того, будет ли конкретное объявление вызывать интерес к людям, действительно зависит от характеристик каждого отдельного потребителя.

Еще одна важная вещь, которую следует учитывать при обсуждении эффективности рекламы, - это возможность рекламы или степень, в которой она нравится потребителям. Рекламная привлекательность тесно связана с видом медиа, выбранным для рекламы. Например, телевизионные ролики считаются наиболее любимыми потребителями, поскольку они активны и включают в себя как аудио-, так и визуальные сообщения. Естественно, не все рекламные объявления нравятся всем людям. Существуют различные причины, по которым потребителю может не нравиться реклама - некоторые объявления считаются шумными и раздражающими, а не информативными и даже обманчивыми, преувеличенными, скучными и / или трудными для понимания.

Сознательная обработка рекламной информации также зависит от типа рекламируемого продукта, так как во многих случаях у потребителей уже есть предпочтения для некоторых продуктов. Например, если потребители уже решили, понравится ли им какой-либо продукт определенного типа, было бы сложно заставить их обратить внимание на другую рекламу. Также справедливо и противоположное.

Еще одним важным фактором, связанным с обработкой рекламного сообщения и его привлекательностью, является язык объявления. В маркетинговой коммуникации должно существовать общее понимание между отправителем (рекламодателем) и получателем (клиентом), поэтому маркетологи должны учитывать, какой язык будет предпочтительнее целевого рынка. Выбор наиболее подходящего языка не всегда может быть легкой задачей в многоязычных странах.

Может показаться естественным, что рекламу, понравившуюся потребителям, напрямую приведет к увеличению предпочтений бренда и, следовательно, к принятию решений о покупке рекламируемого продукта или услуги. Однако, согласно исследованиям, более половины людей покупают продукты, реклама которых им не нравится. В то же время 43% респондентов заявили, что не покупают какие-то продукты, хотя им действительно понравилась их реклама. Эти результаты показывают, что связь между рекламной привлекательностью и эффективностью рекламы не является прямой.

Рекламная компания <a href="http://reklama-kiev.net/">КП Киевспецбуд</a> уже более 10 лет оказывает услуги по разработке, изготовлению и монтажу наружной и интерьерной рекламы в Киеве, Киевской области и регионах Украины. Мы идем в ногу со временем, отталкиваемся от актуальной информации, используем самые современные технологии производства рекламной продукции.

С нами Клиент уверен в новизне предложенных ему решений.

**Психология рекламы**

«Реклама иногда упоминается как нервная система делового мира ... Поскольку наша нервная система построена так, чтобы дать нам все возможные ощущения от предметов, поэтому рекламодатель, сопоставимый с нервной системой, должен пробудить в читателе столько же различные виды изображений, сколько сам объект может возбуждать "

Единственным способом рекламы, известным древним, было слово из уст. Торговец, который предлагал товары, приходил к воротам города, и там громко кричал, расписав ценность своих товаров тем, кто входил в город, потенциальным покупателям. Мы не более удивлены простотой древних, чем удивляемся масштабам современных рекламных систем. Со дня, когда продавец встал у ворот, чтобы рекламировать свой товар до сегодняшнего дня, эволюция в рекламе происходила постепенно, но разрыв столь же велик, как и от антропоидной обезьяны до современного человека. Как только были изобретены печатные символы, предприимчивый человек начал использовать их, чтобы рекламировать свой товар. Мы находим рекламу, выгравированную на стенах и гробницах, написанную на пергаменте и папирусе, и напечатанную на первых печатных машинках. А теперь постеры, плакаты, буклеты, календари, альманахи, листовки, журналы и реклама в газетах стали формами <a href="http://reklama-kiev.net/production.html"> рекламной продукции</a>, настолько хорошо зарекомендовавшими себя, что мы рассматриваем их как необходимость и с удивлением узнаем, что это современные инновации.

Одна из самых слабых сторон сегодняшней рекламы заключается в том, что автор рекламы не может косвенно коснуться чувств. Сколько рекламодателей так ярко описывает пианино, что читатель может это слышать? Сколько пищевых продуктов описано так, что читатель может попробовать пищу? Сколько рекламных объявлений описывает парфюм, чтобы читатель мог его понюхать? Сколько из них описывает нижнее белье, чтобы читатель мог чувствовать приятный контакт с его телом? Многие рекламодатели, похоже, никогда не думали об этом и не делали попыток таких описаний. Реклама является важным фактором в современных бизнес-методах и разумно рекламировать бизнес-человека, который должен понимать работу умов своих клиентов и должен знать, как эффективно воздействовать на них, - он должен знать, как применять психологию к рекламе.

Сейчас имеется огромное количество рекламных продуктов, среди которых Ваш затеряться не имеет права. Поэтому своим клиентам мы предоставляем весь перечень продукции рекламной полиграфии. Баннеры, оракал, интерьерный плоттер, упаковка, визитки, буклеты, листовки, флаера, конверты, плакаты, афиши, календари, наклейки, плакаты, печать на холсте, ламинирование, POS-продукция (воблеры, шелфтокеры, Roll-UP, X-banner, L-banner). Мы предлагаем качественную рекламную продукцию полиграфии любых размеров и форм. Продукция изготавливается различными тиражами, с использованием мелованной бумаги, дизайнерского картона. Мы являемся прямыми разработчиками и производителями POS-материалов (pos продукции) в Украине, обладаем всеми собственными ресурсами по дизайну, проектированию и изготовлению ПОС материалов. У нас собственная производственная база в городе Киеве по производству POS-материалов (pos продукции). Вы всегда можете заказать рекламную продукцию полиграфии в <a href="http://reklama-kiev.net/">рекламная компания КП КИЕВСПЕЦБУД</a>, как в Киеве, так и по всей Украине.

**Наружная реклама**

Наружная реклама - любая реклама, сделанная на открытом воздухе, которая публикует продукты и услуги вашего бизнеса. Типы наружной рекламы включают рекламные щиты, скамейки для автобусов, интерьеры и экстерьеры автобусов, такси и транспортных средств для бизнеса, а также вывеску, размещенную снаружи.

<a href="http://reklama-kiev.net/">Наружная реклама</a> хорошо работает для продвижения вашего продукта в определенных географических областях. В то время как рекламные щиты, скамейки для автобусов и транзитная реклама могут быть очень эффективными для владельца малого бизнеса, любая успешная наружная кампания начинается с вывесок вашего собственного бренда.

Ваш наружный логотип часто является первым, что видит потенциальный клиент. Ваш логотип должен быть достаточно ярким и заметным, чтобы привлечь внимание и достаточно информативным, чтобы потенциальные клиенты знали, что продается.

Поезжайте по городу и понаблюдайте, какие логотипы и вывески бросаются в глаза. Затем подумайте о впечатлении, которое каждый знак дает вам. Помните, что у вас нет второго шанса произвести первое впечатление, поэтому приложите все усилия для этого важного маркетингового инструмента.

Если вы участвуете в бизнесе, у которого есть парк транспортных средств, осуществляющих поставки или предоставляющий услугу, название вашей компании, логотип и номер телефона должны быть хорошо видны на транспортных средствах. Это бесплатная реклама, которая позволяет увеличить вашу экспозицию на вашем рынке.

Рекламные щиты наиболее эффективны, когда расположены рядом с рекламой бизнеса. Из-за их высокой стоимости они обычно используются для охвата очень большой аудитории, как в политических кампаниях. Они, вероятно, будут слишком дорогими для большинства малых фирм, и некоторые сообщества имеют строгие постановления, регулирующие размещение рекламных щитов.

Автобусная реклама - отличная среда, потому что она очень заметна, как рекламный щит.

Транзитная реклама на автобусах и такси достигает большого количества людей, особенно пассажиров. Ваше объявление очень заметно, и исследование рынка транзитной рекламы показывает, что это очень эффективно.

<a href="http://reklama-kiev.net/contacts.html"> Рекламная компания КП КИЕВСПЕЦБУД</a> уже более 10 лет выполняет комплекс работ по разработке и изготовлению наружной и интерьерной рекламы в Киеве, Киевской области и регионах Украины: из пластика, металла, композитных материалов, новейших технологий (голограмм, светящихся лент, проекционных, неоновых конструкций). Мы идем в ногу со временем, отталкиваемся от актуальной информации, используем самые современные технологии производства рекламной продукции. С нами Клиент уверен в новизне предложенных ему решений.

**История рекламы**

реклама, в общем, это любое открыто спонсируемое предложение товаров, услуг или идей с помощью любого средства общественного общения и информирования. На начальном этапе реклама была просто объявлением; например, предприниматели в Древнем Египте использовали людей для объявления прибытий судов и грузов. А вот изобретение печати, можно сказать, привело к современной рекламе. <a href="http://reklama-kiev.net/">Рекламное агентство</a>, работающее на комиссионной основе, играет главную роль и несет основную ответственность за эту эволюцию. Крупнейшей группой рекламодателей являются маркетологи. Основными рекламными средствами массовой информации являются газеты, журналы, телевидение и радио, деловые публикации, рекламные щиты, <a href="http://reklama-kiev.net/production.html">билборды и вывески</a>, рассылка, отправленная по почте. С появлением электронной почты и доступа к Всемирной паутине в 1990-х годах Интернет также стал одним из самых значимых мест для рекламы. Поскольку многие крупные рекламные агентства когда-то находились на Мэдисон-авеню в Нью-Йорке, термин «Мэдисон-авеню» часто используется для обозначения рекламного бизнеса. Основной недостаток рекламы заключается в том, что она создает ложные ценности и побуждает людей покупать вещи, которые им не нужны или не очень нужны, и которые фактически могут быть вредными (например, сигареты, алкоголь). В ответ на это, защитники говорят, что реклама предназначена для продажи продуктов, а не для создания ценностей; что она может создать новый рынок для продуктов, которые наполняют подлинную, хотя и скрытую потребность; и что она способствует улучшению продукта за счет свободной конкуренции.

Мы являемся прямыми разработчиками и производителями POS-материалов (pos продукции) в Украине, обладаем всеми собственными ресурсами по дизайну, проектированию и изготовлению ПОС материалов. У нас собственная производственная база в городе Киеве по производству POS-материалов (pos продукции). Вы всегда можете заказать продукцию рекламной полиграфии в <a href="http://reklama-kiev.net/">КП КИЕВСПЕЦБУД</a>, как в Киеве, так и по всей Украине.

**Что такое наружная реклама?**

Наружная реклама, также известная как реклама вне дома, представляет собой рекламу, которая доходит до потребителей, когда они находятся за пределами своих домов.

Типы наружной рекламы

Наиболее распространенным видом наружной рекламы является рекламный щит (билборд).

Сегодня <a href="http://reklama-kiev.net/">наружная реклама</a> делится на три категории:

**1. Рекламный щит (билборд).**

Большинство людей знакомы с рекламой рекламных щитов, независимо от того, где они живут или путешествуют. Рекламные щиты размещаются рядом с автомагистралями с высоким трафиком, а также по менее проезжающим дорогам в не городских районах. Водители видят их практически в любом месте, потому что они являются эффективным средством передачи информации, которая имеет географическое значение, - расположение ближайшего ресторана, бара на маршруте, о ближайшем отеле или кемпингах.

**2. Уличная мебель**

Реклама на автобусных остановках, газетных киосках и телефонных будках.

**3. Реклама на транспорте**

Объявления на бортах общественного транспорта являются наиболее распространенной формой наружной рекламы на транспорте, но теперь наружная реклама начала распространяться на станциях метро и в вагонах метро, ​​в такси, вдоль проходов в аэропорту и на любых других транспортных средствах - одна из новых тенденций.

Другие формы наружной рекламы

Реклама, кажется, следит за потребителями, куда бы они ни пошли - в тележках супермаркетов, на спортивных аренах и в спортивных клубах.

Цифровая наружная реклама

Цифровая наружная реклама также известна как цифровая реклама. Это особый тип, который использует электронную технологию для изображения, отображаемого на экране. Цифровые рекламные щиты содержат сообщения от нескольких рекламодателей, которые вращаются каждые шесть-восемь секунд. Другие цифровые знаки могут быть свободно стоящими на городских тротуарах или на других информационных щитах.

Для малого бизнеса

Самой важной наружной рекламой для любого небольшого бизнеса является его встроенная наружная реклама: наружные вывески. Владельцам бизнеса нужны яркие, четкие вывески, которые хорошо видны на расстоянии. Кроме отображения бренда компании, они помогут найти ваш бизнес.

Рекламная компания КП Киевспецбуд предлагает <a href="http://reklama-kiev.net/production.html">рекламную продукцию</a> в Киеве и рекламные полиграфические услуги: офсетная, трафаретная, цифровая и широкоформатная печать недорого, по доступным ценам, высокого качества в минимальные сроки.