

УДК 339.138

**Оксентюк Богдана, Грабовський Андрій**

**Oksentyuk Bogdana, Hrabovskyi Andrii**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ РЕКЛАМИ INNOVATIVE MEANS OF ADVERTISING**

В позиціюванні товарів та послуг, підприємствам поряд з традиційними видами доцільно використовувати нові можливості рекламних засобів.

На сьогоднішній день, крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача, існують також методи з використанням інноваційних технологій. З'явилися вони порівняно недавно, однак вже отримали широке поширення серед виробників та схвалення цільової аудиторії.

Інноваційна реклама базується на використанні в промоакціях серйозного технічного забезпечення, найновіших комп'ютерних технологій та нестандартних способів подачі інформації.

Використання даних технологій для демонстрації відеороликів – чудова можливість ефектного і такого, що дається до запам'ятовування, впливу на споживача, адже креатив важливий на кожному етапі рекламної комунікації – від ідеї до її візуального втілення.

До інноваційних рекламних продуктів, котрі доцільно використовувати підприємствам можна віднести:

– відеорекламу в журналах – відео-файл монтується в середину журналу тонким дисплеєм та зберігається на мікрочіпі, який активується при перегортанні сторінки і на який можна записати до 40 хв. відео;

– рекламу на екранах телефонів та комп'ютерів, яку неможливо забрати або відключити;

– різні інновації в інтернет-рекламі;

– контекстну відеорекламу, систему, котра дозволяє перетворити нудні банери в інтерактивну відеопрощадку;

– трансляцію відеореклами в місцях масового скупчення людей – фахівці стверджують, що на неї звертають увагу більше 90% потенційних покупців;

– трьохвимірне зображення рекламної інформації з можливістю виходу картинки за межі екрану без використання допоміжних засобів – нова технологія X3D video, розроблена компанією X3D Technologies Corporation дозволяє посилити увагу потенційного покупця так як до себе притягує увагу не плоске, а трьохвимірне зображення, яке містить рекламну інформацію;

– технологію інтерактивної взаємодії, яка дозволяє відслідковувати рухи рук покупця та з їх допомогою керувати функціями меню, розташованого на спеціальному табло – система реагує на будь-який, навіть самий легкий дотик. Це відбувається завдяки надчутливій сенсорній плівці на поверхні інформаційного табло. Споживач може сам знайти необхідну йому інформацію, перевірити наявність товару. При цьому в поле зору покупця постійно попадає рекламований бренд, але не нервує його, а відкладається в пам'яті;

– інтерактивну проекцію, яка дозволяє споживачу не просто спостерігати за рекламним сюжетом, але й брати в ньому участь – за допомогою спеціальних технічних засобів зображення проектується на плоску поверхню. Пройти повз не поміченим не вдасться: система миттєво реагує на найменший рух. Для прикладу, за допомогою такої технології можна навіть забити гол у віртуальні ворота.

Різноманітні event-заходи, виставки, ярмарки, презентації продукції та послуг можуть активно використовувати такі інноваційні рекламні технології.