

Наружная реклама. Перспективы развития

Д.Д. ДУДАРЕВА, А.В. ЕВХУТИЧ

(Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь)

Привлечь внимание потенциальных клиентов, увеличить продажи товаров и услуг, повысить узнаваемость бренда можно различными видами и средствами рекламы. Наружная реклама в этом направлении долгое время является лидирующим, максимально эффективным видом благодаря широкому выбору средств и технических возможностей. Чаще всего это рекламные сообщения, которые размещены на улице, внешних поверхностях зданий и транспорта: вывески, баннера, стелы, витрины, лайтбоксы и т.д.

Задача наружной рекламы – продвижение товара или услуги в конкретных географических регионах. Именно наружная реклама в большей степени способствует росту продаж, увеличивает их объёмы, привлекает дополнительную аудиторию. Большинство людей воспринимают информацию зрительно и являются визуалами. Реклама на вывеске или растяжке привлекает к себе внимание и заставляет воспринимать информацию.

Сообщения, которые содержит наружная реклама, всегда отличаются краткостью, а значит, хорошо запоминаются. Они рассказывают о тех конкурентных преимуществах, которые продукт предлагает, создают определённый образ товара или же услуги. Наружная реклама подходит и крупному, и малому бизнесу. Компании выбирают форматы рекламы в зависимости от ниши, задач и бюджета.

Развитие наружной рекламы базируется на экономическом росте. Увеличение доходов населения и рост потребительского рынка способствуют повышению интереса бизнеса к наружной рекламе как эффективному инструменту продвижения товаров и услуг. В свою очередь, увеличение числа рекламных агентств способствует появлению новых игроков на рынке наружной рекламы, а также развитию существующих агентств, способствуя разнообразию предложений и улучшению качества услуг. Развитие и внедрение цифровых технологий в наружную рекламу (например, LED-экраны, интерактивные панели) открывает новые возможности для более эффективного взаимодействия с аудиторией.

Изменение законодательства и регулирование в сфере наружной рекламы, включая правила размещения и стандарты качества, способствует более упорядоченному развитию этого сегмента, а рост конкуренции приводит к необходимости активной идентификации, что делает наружную рекламу важным инструментом маркетинга.

Сильное влияние на изменение потребительских предпочтений оказывают социальные и культурные изменения. Новый стиль жизни приводит к необходимости адаптации рекламных стратегий, что также влияет на развитие наружной рекламы. Это находит отражение в развитии городской инфраструктуры и изменении городской среды.

Подобные предпосылки формируют динамичную среду для развития наружной рекламы, что позволяет компаниям эффективно доносить свои сообщения до целевой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дударева, Д. Д. Технологии в рекламе : конспект лекций / УО "ВГТУ" – 2023. – 80 с.