

УДК 001.201

*Щепина О.Н.*

*студент*

*Новосибирский государственный университет экономики и управления*

*(НИНХ)*

*Россия, г. Новосибирск*

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА: ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ,  
ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

*Аннотация: статья содержит информацию о проблемах наружной рекламы и рекомендации по ее улучшению.*

*Ключевые слова: Реклама, наружная реклама, методы изучения, проблемы наружной рекламы, рекомендации по улучшению*

*O.N. Shchepina*

*student*

*Novosibirsk state University of Economics and management (NINH) Russia,  
Novosibirsk*

**OUTDOOR ADVERTISING: RESEARCH TECHNOLOGIES, PROBLEMS,  
DIRECTIONS OF IMPROVEMENT**

*Annotation: This article contains information about the problems of outdoor advertising, as well as recommendations for its improvement.*

*Keywords: Advertising, outdoor advertising, research methods, outdoor advertising problems, recommendations for improvement*

Сегодня рекламный рынок стремится информировать мир о своем продукте или услуге различными способами. с появлением таких методов в Интернете, несомненно, стало еще больше. Однако, несмотря на большое количество ведущих средств рекламных, такие методы, которые стали классическими, такие как наружная реклама, в настоящее время не теряют своей актуальности.

*Цель исследования:* Изучить отношение респондентов к состоянию наружной рекламы; выявить проблемы и разработать рекомендации по их улучшению.

*Задачи исследования:*

1. Изучить отношение респондентов к состоянию наружной рекламы.
2. Определить проблемы наружной рекламой.

Разработать рекомендации по улучшению наружной рекламы.

Наружная реклама - один из самых распространенных, эффективных и действенных методов продвижения товаров и услуг. Это любой вид рекламы, размещаемый на улице под открытым небом. Включает в себя огромные рекламные щиты и плакаты и плакаты и неоновые вывески на зданиях.

Хорошая наружная реклама позволяет максимально охватить аудиторию и оказывает долгосрочное воздействие, и в то же время наружная реклама низкого качества приводит к неприятным последствиям.

- влияние климатических и атмосферных факторов;
  - ограниченный объем передаваемой информации;
  - относительно высокие издержки производства крупных конструкций.
- Наружная реклама работает, когда потребитель находится на улице или смотрит в окна зданий и транспортных средств.

Создатель рекламных конструкций должен учитывать пешеходное движение, скорость автомобиля и другие факторы, влияющие на эффективность.

Высокий охват аудитории не гарантирует рекламную память. Наружная реклама обеспечивает достаточно высокий уровень охвата и иногда хорошее запоминание рекламных сообщений. Но высокий уровень воздействия не означает высокий уровень памяти. Оригинальность и зрелищность рекламного сообщения являются важными критериями при определении способности аудитории запомнить ее, но на практике люди часто не могут вспомнить, что они видели.

Каждый тип рекламного носителя имеет группу индивидуальных свойств. Однако качество каждого объявления должно определяться его эффективностью. Чтобы реклама была эффективной, важно правильно спланировать свою кампанию и создать новую идею.

Реклама на улицах города имеет еще одно существенное отличие, например, от рекламы в журнале. Это то, что мы воспринимаем данные с большого расстояния. Следовательно, видны только яркие цвета, заглавные буквы и контрастные изображения. Вся важная информация о рекламируемом продукте должна быть разборчивой.

Если установка нового баннера в небольших городах не может остаться незамеченной для общественности, но крупные города буквально кишат различными видами наружной рекламы.

Как избежать этого?

1. Размещайте рекламу перпендикулярно движению потребителей и обратной связи;
2. Убедитесь, что ваш рекламный щит не попадает в зону периферийного зрения клиента. В этом случае он просто не заметит;

3. Настройте угол наклона рекламного объявления таким образом, чтобы важная информация не покрывалась ветвями деревьев, столбами электропередач, домами и другими объектами;
4. Убедитесь в том, чтобы телефоны, адреса и прочие данные, расположенные на щите, не сливались с отдельными частями изображения и читались без особых усилий;
5. Не засоряйте свою рекламу лишними логотипами, номерами, рисунками, лозунгами и текстом. Восприятие человека не безгранично, особенно если он спешит со своим делом и не имеет свободного времени.

Наружная реклама - это рекламные носители, которые размещаются снаружи и влияют на широкую аудиторию. Это эффективный инструмент, направленный, в частности, на продвижение потребительских товаров и услуг, брендов и предназначенный для широкой общественности. Различные виды наружной рекламы используются для решения разных задач.

На основании этого исследования можно сделать вывод, что наружная реклама содержит обращения, которые могут повлиять на потенциальных покупателей на рынке. Это особенно подходит для повышения узнаваемости бренда и улучшения отношений с клиентами. Наружные носители могут быть особенно эффективны для побуждения слабо приверженных покупателей купить конкурентную марку.

Наружная реклама также является неотъемлемой частью коммуникационной системы общества и социокультурной среды современных городов. Он характеризуется определенными общими и специфическими характеристиками информационно-пропагандистских и социокультурных характеристик.

### **Использованные источники:**

1. «Основы рекламы» под ред. Л.М.Дмитриевой 2014г., с. 109-11
- 2.Основы рекламы: учебник. - М.; ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – С.107
- 3.Основы рекламы: учебное пособие. – Нск.; НГУЭУ, 2015. С.110-113
- 4.Панкратов Ф.Г., Основы рекламы, 2014г., с. 127
- 5.Пронин С., Рекламная иллюстрация: креативное восприятие, 2013г. С. 18.