

Інформаційно-рекламне забезпечення меблевого виробництва

Юлія Якимович

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Yuliia.Yakymovych.DK.2016@lpnu.ua

Ольга Трач

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

olya@gmail.com

Abstract. The abstracts present informational and advertising support for the promotion of furniture. The contextual diagram on which process of manufacturing of advertising materials is represented is offered.

Ключові слова: реклама, друковані матеріали, популяризація, PR, інфорграфіка .

ВСТУП

На сьогоднішній день реклама займає невід'ємну частину нашого життя. У сучасному просторі рекламу ми можемо помічати будь-де в газетах, каталогах, телебаченні, у всіх соціальних мережах та деяких сайтах, на білбордах і т. д.

Проте, варто зазначити, що PR на пряму взаємодіє з виготовленням рекламних матеріалів, адже навіть абревіатура з англійської public relations – перекладається як зв'язки з громадськістю. А зв'язок з громадськістю з метою популяризації певного об'єкту чи послуги широко застосовують у розповсюдженні друкованих рекламних матеріалів.

ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕБЛЕВОГО ВИРОБНИЦТВА

Ефективним методом розповсюдження реклами, який допомагає звернути увагу та зацікавити майбутнього клієнта є друковані матеріали. Також, друковані матеріали активно використовують в середині компанії, тому актуально розробляти її і для працівників. Проте, враховуючи особливість, що інформація

постійно оновлюється та створюються нові, покращені технології розробки реклами виникає потреба у створенні нових друкованих матеріалів.

Для популяризації обраної компанії вдалим рішенням є оновлення зовнішньої реклами та POS – матеріали. Оскільки, реклами у вигляді POS – матеріалів є велика різноманітність, що забезпечує ненав'язливість, хоча часто попадає в поле зору. А зовнішня реклама має велику перевагу тому, що рекламодавець може тримати її повністю під контролем, а сьогодні це зробити все складніше. На відміну від Інтернет реклами ніхто не зможе прокрутити вниз плакат, чи заблокувати появу реклами в транспорті або ж біг-борди на дорогах.

Також, варто зазначити, що створені рекламні матеріали можна розміщувати і на сайті Інтернет магазину фірми. Оскільки, зазвичай людина заходить на сайт з визначеною метою, розміщена реклама буде доречною і точно не залишиться не помітною.

Для досягнення якісного результату поставленої задачі, а саме розроблення редизайну друкованих PR матеріалів меблевого виробництва, необхідно зробити план. Одним з кращих варіантів планування досягнення головної цілі, який широко застосовується є створення "дерева цілей". "Дерево цілей" – це візуалізація взаємозв'язку і підпорядкованості цілей. Під час створення "дерева цілей" застосовується ієрархічна будова від генеральної мети.

Також, для зображення функціональної моделі задачі створено контекстну діаграму у нотації Йодана (Рис. 1).



Рис.1. Контекстна діаграма

На контекстній діаграмі зображено основний процес “Виготовлення друкованої рекламної продукції”.

Беручи до уваги те, що у сучасному світі повз людей “протікає” величезна кількість інформації, яку неможливо запам’ятати, тому виникає все більша потреба у спрощенні інформації, яку необхідно донести за допомогою рекламних матеріалів. І одним з найкращих способів у розробці реклами є візуалізація. За рахунок цього все більших обертів набирає популярність створення інфографіки, яка за допомогою зображень та невеликої кількості тексту привертає увагу та сприяє запам’ятовуванню необхідної інформації.

Існує величезна кількість технологічних засобів для створення інфографіки, що дозволяє обрати найзручнішу для себе. Після аналізу популярних ресурсів для створення інфографіки для виконання поставленої задачі, а саме розроблення оновлених друкованих матеріалів меблевого відділу обрано онлайн сервіс Canva.

Canva – це безкоштовний онлайн сервіс, у якому після реєстрації можна практикувати вміння створення веб дизайну.

Сервіс є зручний у користуванні, має простий інтерфейс. У ньому є можливість як роботи у вибраному шаблоні, так і з чистого аркуша, при створенні продукції можна самому визначати необхідний розмір, представлений великий вибір додавання різних елементів. Є можливість пошуку зображень на самому ресурсі за

категоріями, а також завантаження власних. Великою перевагою є те, що система не дозволить зберегти зображення, якщо робота є ще не закінченою, або ж користувач допустив велику помилку. Та одним із найголовніших плюсів – змога зберігати створені роботи у pdf форматі, який можна використовувати для виготовлення друкованих рекламних матеріалів. При необхідності можна оформити певні деталі з допомогою іншого сервісу.

ВИСНОВОК

Для забезпечення вдалого результату потрібно розуміти процес створення продукту та вибудувати чіткий план цілями та підцілями для досягнення генеральної мети.

За допомогою виготовлення якісної друкованої реклами можна створити приємніші умови на робочих місцях працівників, не забуваючи про демонстрацію бренду, а також привернути увагу потенційних та не втратити постійних клієнтів.

Найчастіше друковану рекламу використовують для популяризації підприємства або ж продукцію чи послугу, яку це підприємство пропонує за допомогою акцій чи представлення чогось нового.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] A. O. Mastykash and S. F. Peleshchyn, O. Trach and Y. Syerov, “Internet Social Environmental Platforms Data Representation”, presented at the Computer Sciences and Information Technologies, 2018.
- [2] Задорожня Ю. М. “Проектна ідея та візуальне втілення тенденцій розвитку в дизайні друкованої реклами” Вісник КНУТД.
- [3] Прищенко С. В., “Методологічні підходи в рекламному дизайні”, ed. Херсон, 2018, pp. 116-188.
- [4] Шулькіна В. В., “Роль графічного дизайну в рекламному процесі”, С. О. О., Ed., ed, 2018, pp.163-165
- [5] Markovets O., Dumanskyi N. The structure of the system of processing citizens’ appeals // Econtechmod. – 2017. – Том 6 № 2. С. 33–38..