

ЛИТЕРАТУРА

1. Петрова, Л. И. Основы редактирования /Л. И. Петрова. — Минск: Букмастер, 2011. — 380 с.
2. Редакторская подготовка литературно-художественных изданий / Eartist [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/59.htm> — Дата доступа: 16.04.2021

УДК 655 527

Студ. Е.С. Тамкович

Науч. рук. канд. филол. наук, доц. каф. А.А. Акушевич
(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМЫ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Реклама является необходимой составляющей коммуникационной деятельности компании, а связь с потребителем становится ключевым фактором успеха на рынке. Как правило, для успешной рекламы нужна хорошая финансовая база. Она позволяет создать качественную рекламу, которая в дальнейшем принесет прибыль и узнаваемость бренда. Кондитерская отрасль не является исключением.

Чтобы создать успешную кампанию по продвижению кондитерских изделий, необходимо понимать, что реклама не навязывает товар покупателю, она напоминает ему о продукте в нужное время. Таким образом, реклама позволяет сообщить потребителю необходимые сведения, а также оказать определенное психологическое воздействие.

В качестве носителей рекламы используют: печатную, радио- и телерекламу, наружную и рекламу в интернете. Самым удобным форматом распространения является печатная реклама. В эту группу входят ценники, ярлыки, этикетки, каталоги, листовки, баннеры и афиши.

Ценники являются основным источником сведений о товаре. Просматривая ценник, клиент видит не только стоимость продукции, но и ее свойства и характеристики, что напрямую влияет на решение о приобретении товара. Формально ценник должен соответствовать требованию законодательства. Есть и некоторые способы привлечения внимания. Первый из них – декорирование ценников. На ценник можно наносить некоторые визуальные элементы (круассаны, кексы и др.). Отдельным способом привлечения внимания следует считать ручное написание. Например, начертанные мелом на грифельной доске ценники позволяют создать атмосферу домашнего уюта.

Этикетки на кондитерских изделиях стали неотъемлемой частью различных упаковок. Известные кондитерские кампании всячески

продвигают свои бренды, в том числе, с помощью этикеток. Для большего эффекта, этикетки сладостей могут быть специфической формы, с тиснением, своеобразным смысловым и текстовым наполнением. Можно использовать разные материалы для их изготовления. Популярной является глянцевая бумага.

На сегодняшний день, каталог продукции – один из наилучших способов предоставить заказчику точную информацию о продуктах. Большой объем каталога позволяет включать в него текст, фото, графики. Классический дизайн каталога состоит из выдержанного стиля, подобранной цветовой гаммы и оригинального дизайна.

Листовки – недорогой и достаточно эффективный вид рекламы. Как правило, они играют роль приглашений. Чтобы создать «рабочую» листовку, необходимо задействовать фотографию или иллюстрацию, разработать броский заголовок, рассказать о месте и подарить приятный бонус для клиента.

Брошюры являются одним из самых универсальных инструментов, которые можно использовать для информирования клиентов. Такую продукцию заказывают как коммерческие, так и государственные предприятия. Кондитерские, испытывающие большой поток покупателей, часто имеют брошюры с информацией о продуктах.

Стоит выделить основные особенности брошюр:

1. Информативность (позволяют разместить большой объем информации);
2. Презентабельность (выбрасываются реже других видов печатной продукции, что говорит о доверии клиента к компании);
3. Компактность (являются компактными и гибкими в плане дизайна. В брошюрах можно выбрать область размещения графиков и текста, а также объем информации);
4. Приемлемая стоимость (относительно низкая стоимость изготовления увеличивает ценность брошюр для малого бизнеса. Их печать стоит недорого, цена формируется в зависимости от дизайна, цветового содержания и качества отделки);
5. Экономия времени (брошюру можно вложить в конверт и разослать потенциальным клиентам) [1].

Особыми случаями в наружной рекламе являются фасад, витрина, указатели и вывески. Именно они позволяют привлекать внимание прохожих и вызывают положительные впечатления. Немало владельцев используют французский стиль для оформления фасада. Если бюджет мал, фасад здания можно красиво расписать (изобразить кексы, торты и зазывающие надписи). Важное требование к вывеске – стилевое соответствие общему дизайну кондитерской. Для витрины

самым удачным оформлением является выставка лучших образцов кондитерских изделий.

Большое значение для рекламы имеют объявления в газетах и журналах. Это может быть даже скрытая реклама (в статьях о производителе). Однако такая реклама может быть оправданной, если она печатается в том городе, в котором расположено заведение. Реклама в средствах массовой информации используется для поддержания интереса аудитории к продукту. Кроме того, в журналах могут проводиться разные конкурсы для покупателей (см. : [2]).

Кондитерская продукция идеально подходит для рекламирования через социальные сети. Яркие, красивые, эстетичные фотографии побуждают пользователей заинтересоваться соответствующими изделиями и приобрести продукцию онлайн. В интернет-пространстве эффективной, например, считается таргетированная реклама.

Социальную сеть «ВКонтакте» можно рассматривать как полноценную площадку для продажи изделий. В данной социальной сети есть возможность создания каталога продукции с оплатой, а также возможность полноценного общения с клиентами. В Instagram особое внимание стоит уделять фотографиям и видеоматериалам. Различные истории, обзоры и конкурсы способны значительно повысить спрос на изделия [3].

Таким образом, для наиболее эффективной рекламы кондитерских изделий, необходимо иметь четкое представление о бизнесе и особенностях товара, а также детально спланированную рекламную кампанию, которая учитывает бюджет. Востребованными в рекламной деятельности по продвижению кондитерских изделий являются разработка ценников, этикеток, каталогов и листовок, оформление фасада, витрин, указателей и вывесок, объявления в газетах и журналах, участие в выставках, а также реклама через социальные сети. Одним из наиболее перспективных направлений считается разработка рекламных брошюр.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брошюра [Электронный ресурс]. – 2020. Режим доступа: <https://icolorit.ru/blog/vse-o-broshyurakh>. – Дата доступа: 06.04.2021.

2. Эффективная реклама кондитерской [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://biznesplanprimer.ru/reklama/konditerskaya>. – Дата доступа: 06.04.2021.

3. Как привлечь клиентов в кондитерский магазин? [Электронный ресурс]. – 2019. –

Режим доступа: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/kak-privlech-klientov-v-konditerskiy-magazin/>. – Дата доступа: 06.04.2021.