

НАРУЖНА РЕКЛАМА ЯК ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ

Макарова І.В.

**Науковий керівник – доц. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та
інноваційної діяльності» канд. екон. наук Акименко Н.В.**

У випадках, коли необхідно досягнути впізнаваності торгівельної марки за допомогою зовнішньої реклами, а також створити позитивну думку про товар, який рекламується, його потрібно виділити із загальної маси товарів такої ж категорії. Для цього використовують не зовсім стандартні конструкції часто в нестандартні для звичайної реклами місцях. Це сприяє підвищенню інтересу до пропонованого товару. Таку нестандартну рекламу можуть собі дозволити тільки компанії, що йдуть у ногу згодом, які прагнуть максимально використовувати можливості сучасних інноваційних технологій.

Сучасна реклама є ототожненням самих сміливих фантазій, які не в давній давнині можна було спостерігати, тільки з екранів телевізорів, переглядаючи фантастичні фільми про майбутнє. У процентнім співвідношенні зовнішня реклама посідає друге місце, після телебачення, хоча часто її відносять до додаткового каналу реклами. Втім, для деяких компаній зовнішня реклама є основним і єдиним шляхом просування своєї продукції. це зв'язане, насамперед, з однією особливістю зовнішньої реклами - можливістю найкращого географічного таргетинга.

У цей час сучасна зовнішня реклама стає одним з найефективніших інструментів підтримки іміджової реклами. Ефект створюється за рахунок охоплення широкої аудиторії та простоти сприйняття рекламного повідомлення. У свою чергу легкість сприйняття досягається за рахунок стислості, точності та чіткості рекламного повідомлення.

Як один з інструментів, зовнішня реклама має ряд переваг таких як: широке охоплення аудиторії в короткий термін; географічний таргетинг; вседоступність. Образ, картинка на рекламному плакаті підсилює враження від нього та підвищує впізнаваність.