



© Studio - Art of Success

Раскраска как элемент рекламной кампании

Советы Рекламного Эксперта





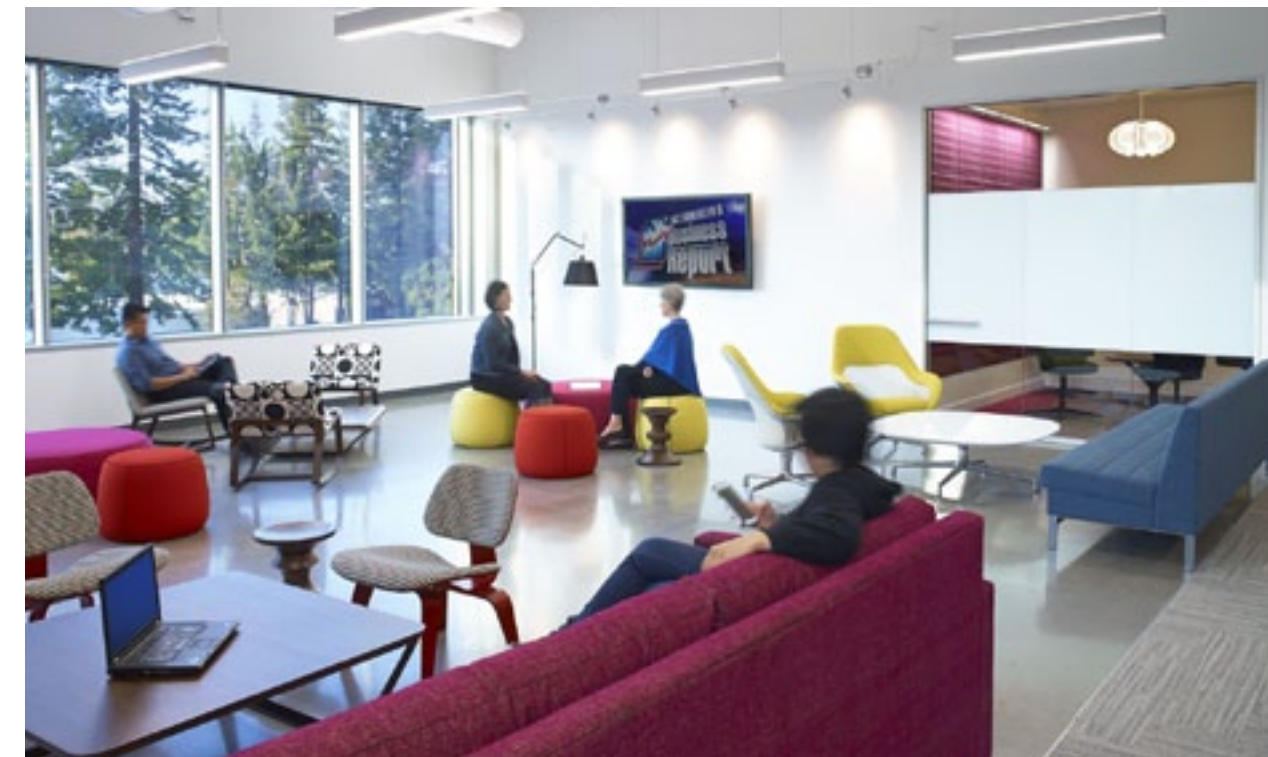
Регулярно посещая всевозможные офисы и бизнесы с которыми приходилось работать, или пользоваться услугами сервисных компаний, я обратил внимание на помещения в которых посетители ожидают приема. Точнее не на сами помещения, а на ту атрибутику, которая скрашивать время ожидания. Журналы, буклеты, телевизионные мониторы, удобные диванчики и кофемашины — это для взрослых, игрушки, книжки раскраски — это для детишек. В одних офисах к этому относятся формально и не все в рабочем состоянии, а в редких исключениях, этого нет и вовсе. Возможно бизнесы стремятся потерять часть клиентов. Если же нет, вот рекомендации, которые не только удержат старых, но и дадут новых заказчиков.



Не буду занимать внимание тем, что журналы или методический материал на стойках или журнальных столиках у мест, где посетители томятся в ожидании встречи с сотрудниками компаний, должны быть новым, свежим и соответствовать тематике бизнеса. Если персонал, который отвечает за это не уделяет внимание обязанностям, укажите на ошибки или увольте без сожаления. Неопрятность в одном, дает повод усомниться, что работники заинтересованы в развитии и популяризации бизнеса.



Если в комнате ожидания висит монитор с подключением к трансляциям телепередач или клипов из интернета, проверьте чтобы вместе с этими трансляциями, посетители не видели рекламу конкурентов, а правильный вариант, разместите собственные информационные врезки в такие трансляции с рекламой компании. Видео-ролик стоит недорого, а слайд-шоу о бизнесе сделайте самостоятельно на домашнем компьютере. Это общие рекомендации. Перейдем к оригинальным вариантам использования комнаты ожидания в офисе компании.





Самая первая книжка раскраска

Как Рекламный Эксперт, я хотел бы уделить внимание серьезному рекламному инструменту, который подходит и идентифицирует бизнес, превращая его из однотипного в оригинальный. Вариант рекламы подходит для обслуживания клиентов, которые приходят в офис с детьми. Старая, добрая и почему-то забытая книжка-раскраска.

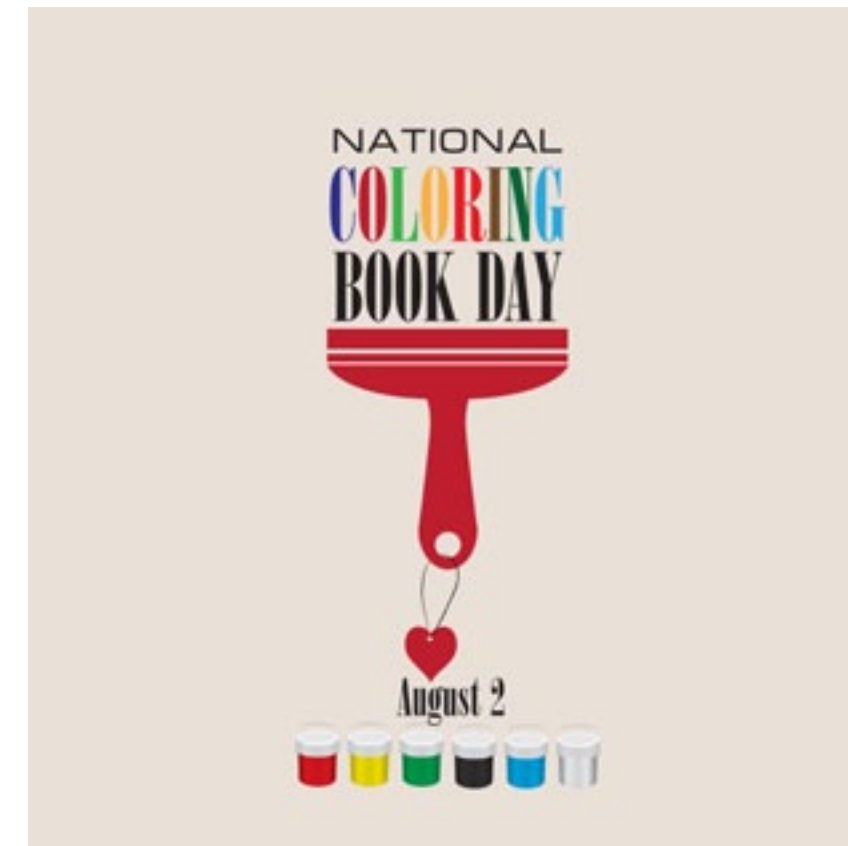
Мало кто скажет, что в его детстве не было раскрасок. Заботливые родители не ждали, когда детишки закончат раскрашивать одну книжку и сточат под ноль коробку цветных карандашей. Книжки покупались по ходу выхода всевозможных мультфильмов или под воздействием ностальгии бабушек и дедушек о старых сказках из прошлого. Книжка-раскраска — дешевый и продуктивный инструмент занять ребенка, плюс к этому ребенок развивается в цветовом ощущении и развивает моторику пальцев рук.



Теперь ближе к теме статьи. Книжка раскраска для рекламы бизнеса, естественно не покупается в магазине. И не потому, что это дорого, их там нет. Закажите такую книжку или подборку черно-белых иллюстраций на отдельных форматных листах в дизайнерской студии. Объясните иллюстратору, какая специфика кампании, на чем вы хотите сосредоточить внимание клиентов. Кроме этого дизайнер должен разместить в рисунках логотип, торговый знак или слоган бизнеса.

Сделав такую книжку вы используете ее как элемент рекламы и займете детей клиентов в офисе, книжка-раскраска — подарочный продукт. Включите книжку в набор для каждого клиента или, как инструмент проведения дней фирмы. Бизнесы занимающиеся благотворительностью или реализующие социальные программы, могут на страницах таких раскрасок привлекать внимание к решению проблем с экологией, защитой животных или положительных моментов эмансипации. Реклама через книжку раскраску затрагивает разные аспекты рекламного характера. Первый — это внимание к детям клиентов, уверяем что родители любят детей и будут вдвойне благодарны тем, кто не превращает общение с ними в формальный процесс. Второй, относится в планах на подрастающих заказчиков. Вчера дети, которые раскрашивавшие логотип компании, посещая офис с родителями, завтра будут клиентами бизнеса, так как воспоминания детства ярче и прочнее чем ежедневные рутинные рекламные промо-акции.

В завершении стоит добавить, что книжка-раскраска дешевый рекламный продукт. Раскраска не менее результативна чем полноцветный буклет или каталог. Книжка — дополнение для рекламной компании и пиар-акции.



© Studio - Art of Success