

## СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ СЛУЖБИ З ДОСТАВКИ КВІТІВ У М. СУМИ)

ст. викладач Школа В.Ю., студент Жолудєва А.М.

На сьогоднішній день на ринку реклами простежується тенденція зростання кількості та інтенсивності рекламованих продуктів і послуг. Це призводить до того, що споживач вже не сприймає рекламу про вихід нових товарів та послуг і не відкладає в своїй пам'яті інформацію про основні характеристики якогось нововведення.

Рекламуючи свій продукт / послугу, виробники можуть бути націлені на такий вид реклами:

- інформативна – застосовується для інформування споживачів про появу на ринку нових товарів, послуг, ідей. Переслідувана мета – виведення товару на ринок і пошук потенційних споживачів.

- сповіщуюча – формування виборчого попиту. Застосовується у випадку, коли в умовах конкурентної боротьби пропонується товар, що має будь-які переваги перед іншими товарами.

- порівняльна – проводиться зіставлення основних характеристик з аналогічними характеристиками товарів-конкурентів.

- нагадувальна – рекламується товар, який вже завоював ринки збуту, проте потребує нагадування покупцеві про себе.

З початку 2010 року на ринку м. Сум активно розпочала свою діяльність служба з доставки квітів «Magic Flowers». Основна мета її рекламної компанії – інформування потенційних споживачів про існування даного виду послуги, як альтернативи квітковим магазинам і самостійної купівлі та доставки квітів, а також переконання в тому, що скориставшись доставкою, замовник і одержувач отримують море позитивних емоцій і яскраві враження на довгий час.

Основні канали розповсюдження інформації (рекламного повідомлення), якими може скористатися дана фірма для ознайомлення потенційних клієнтів зі своїми послугами, збільшення кількості замовлень та залучення нових споживачів, що сприятиме :

1) засоби масової інформації:

- радіо;
- газети;

- довідники, каталоги;

## 2) зовнішня реклама:

- щити з інформацією (big board);
- великогабаритні плакати (склеєні з листів малого розміру або мальовані художником на великому планшеті);
- написи на світлових екранах;
- лайтбокси (рекламні конструкції з підсвічуванням);

## 3) реклама на / в транспорті:

- написи на зовнішніх поверхнях транспортних засобів (дахи, борти, двері, скло);
- друковані оголошення, розміщені в салонах транспортних засобів;
- реклама на сидіннях в маршрутних таксі.

Складаючи рекламне повідомлення для кожного виду каналу, маркетологу «Magic Flowers» необхідно враховувати такі принципи ефективної комунікації:

- точний фокус на назві та позиціонування фірми і її послуги – перш за все споживач повинен запам'ятати послугу, а не рекламу,
- значимість мотиву вибору даної послуги, споживач повинен бачити переваги користування послугами даної фірми.
- зрозумілість і простота послання для споживача,
- унікальність (яскравість) втілення – залучення уваги споживача до реклами та послуги в ній.
- вміле використання малюнків, музичного супроводу та інших способів реклами, які привертають увагу споживачів.

Також при формуванні рекламного повідомлення дуже важливо показати переваги служби з доставки квітів «Magic Flowers», а саме:

- спрощена процедура замовлення даної послуги;
  - виготовлення оригінальних букетів та свіжість квітів протягом року;
  - гарантії якості;
  - цілодобова on-line підтримка;
  - своєчасна доставка вибраного на сайті букета.
- оперативність виконання замовлення;
- можливість застосування різних форм розрахунків за виконані послуги служби та автоматичний прийом платежів.