



УКРАЇНА

(19) UA (11) 16920 (13) U  
(51) МПК (2006)  
G09F 19/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС

ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ  
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під  
відповідальність  
власника  
патенту

## (54) СПОСІБ РЕКЛАМУВАННЯ

1

2

(21) u200607523

(22) 06.07.2006

(24) 15.08.2006

(46) 15.08.2006, Бюл. № 8, 2006 р.

(72) Кондратенко Вікторія Олександрівна

(73) Кондратенко Вікторія Олександрівна

(57) 1. Спосіб рекламування, що включає забезпечення здійснення рекламної дії на споживача реклами шляхом розміщення рекламного сюжету в інформаційному полі показчика, який встановлюють на носії, який **відрізняється** тим, що розміщують рекламний сюжет в інформаційному полі показчика номера будинку та/або показчика назви вулиці, який встановлюють на елементах конструкції будинку.

2. Спосіб рекламування за п.1, який **відрізняється** тим, що показчик номера будинку та/або показчик назви вулиці розміщують на елементах парадних входів помешкання (домівки) споживача реклами, зокрема ганок, пандус, несучі елементи ганку і його дашок, вхідні або вихідні двері, зовні або всередині.

3. Спосіб рекламування за п.1, який **відрізняється** тим, що показчик номера будинку та/або показчик назви вулиці розміщують на елементах входів будинку, в якому працює або який відвідує споживач реклами, зокрема ганок, пандус, несучі елементи ганку і його дашок, вхідні або вихідні двері, зовні або всередині.

4. Спосіб рекламування за п.1, який **відрізняється** тим, що як елементи конструкції будинку застосовують проходи до помешкання (домівки) споживача реклами та/або будинку, в якому працює або яке відвідує споживач реклами, а саме: холи, площадки, сходи, огороження сходів, огороження ліфтів, стіни, стелі, підлоги парадних, сходинок знизу й/або збоку, поштові скриньки, балкони проходів, двері всередині, електричні щити, вікна парадних під'їздів, внутрішні поверхні вікон або їхні елементи.

5. Спосіб рекламування за п.1, який **відрізняється** тим, що поверхню показчика або його носія у вигляді спеціальних дощок підсвічують або застосовують як спеціальні дошки лайт-бокси.

Спосіб відноситься до галузі реклами, а саме - візуальної реклами і може бути використаний при застосуванні рекламних засобів для умов міської інфраструктури, наприклад, зовнішньої та внутрішньої реклами в будинках та на будинках.

Відомо спосіб рекламування, в якому в якості рекламного носія застосовують частину інформаційного поля сторінок популярного медичного довідкового посібника [див. патент Швейцарії №683466, МПК G09F23/10, B42F21/12], типу брошури, який містить на сторінках медичні відомості що стосуються питань здоров'я, а також перелік повідомлень лікарів різного фаху.

Недоліком такого способу рекламування є те, що споживач реклами продивляючись посібник, в першу чергу звертає увагу на медичні симптоми відхилення від норми у своєму здоров'ї і недостатньо уваги звертає на рекламну інформацію розташовану на сторінках посібника.

Відомо спосіб рекламування, в якому в якості рекламного носія застосовують частину інформаційного поля обмежувального бортика виносної полиці в магазині у вигляді лотка [див. патент

України №14879, МПК G09F23/00, A47B96/00, дата публікації: 15.05.2006, номер бюлетеня: 5]

Такий спосіб має обмежене застосування для випадку, коли вміст лотка відповідає змісту рекламного сюжету на ньому. Випадок, коли зміст рекламного сюжету не відповідає вмісту лотка невідповідність змісту інформації на носії, який сприймається як показчик вмісту лотка, викликає незрозуміле та негативне ставлення споживача до такої невідповідності.

Відомо спосіб рекламування, в якому в якості рекламного носія застосовують частину інформаційного поля поштових карток і конвертів, проїзних квитків, банківських і касових платіжних документів [див. патент Німеччини №2831021, МПК G09F23/10, 21.01.1980 р.]

Таке розміщення реклами на засобах індивідуально-масового використання дозволяє забезпечити проходження рекламної інформації через широке коло фізичних осіб потенційних споживачів реклами.

Але більшість цих осіб є працівники, які обслуговують носій рекламної інформації у своєму ви-

(13) U

(11) 16920

(19) UA

робничому процесі і тому вони не сприймають засіб що обслуговують як носій інформації.

Відомо спосіб рекламування, в якому в якості носія рекламного пристрою застосовують транспортний засіб, а в якості рекламного пристрою розміщений у ньому щит, або показчик з номером маршруту, а в якості рекламного носія частину інформаційного поля номеру маршруту маршрутної таксі [див. заявку на патент Росії №203104747, МПК G09F21/04, дата публікації заявки 20.09.2004].

Рекламна дія за даним способом здійснюється у зоні підвищеного ризику на кромці проїжджої частини доріг, в період посадки на транспортний засіб, коли актуальність номеру маршруту суттєво вища іншої інформації, яка розміщена поряд з номером маршруту таксі, внаслідок чого розміщена у такому місті інформація не привертає достатньої уваги споживача.

В основу корисної моделі поставлено задачу створення способу рекламування, в якому шляхом заміни носія рекламного сюжету та зміни основи для носія забезпечується підвищення інформативності рекламування за рахунок зручного доведення рекламного тексту або зображення до споживачів, а також використання носія, доступного широкому колу споживачів реклами.

Поставлена задача вирішена в способі рекламування, що передбачає забезпечення здійснення рекламної дії на споживача реклами шляхом розміщення рекламного сюжету в інформаційному полі показчика, який встановлюють на носії.

Новим в способі є те, що розміщують рекламний сюжет в інформаційному полі показчика номеру будинку та/або показчика назви вулиці, який встановлюють на елементах конструкції будинку.

Нові ознаки способу разом з відомими дозволяють підвищити відсоток сприйняття рекламної інформації та відповідно здійснити більш впливову рекламну дію на споживача внаслідок привернення уваги споживачів до надаваних послуг та товарів до носія, доступного для багатьох споживачів. Спосіб забезпечує значний час для індивідуального сприйняття інформації й збільшення потоку користувачів реклами.

Крім того споживач, який знаходиться біля будинку або іншого будинку, не має упередженості до сприйняття інформації та налаштований на поглиблене ознайомлення з інформацією, пов'язаною з його домівкою, місцем роботи, яка для нього більш актуальна.

В конкретних варіантах застосування способу показчик номеру будинку розміщують на елементах парадних входів помешкання (домівки) або місця роботи споживача реклами, зокрема ганок, пандус, несучі елементи ганку і його дашок, вхідні або вихідні двері, зовні або всередині.

Застосування зазначених нових місць для розміщення показчика з рекламним сюжетом забезпечує підвищення вірогідності ознайомлення потенційного споживача реклами з рекламним сюжетом.

В конкретних варіантах застосування способу як елементи конструкції будинку застосовують проходи до помешкання (домівки) або місця роботи споживача реклами, зокрема: холи, площадки, сходи, огороження сходів, огороження ліфтів, стіни, стелі, підлоги парадних, сходинок низу й/або збоку, поштові скриньки, балкони проходів, двері всередині, електричні щити, вікна парадних під'їздів, внутрішні поверхні вікон або їхні елементи.

Застосування зазначених нових місць для розміщення показчика з рекламним сюжетом забезпечує підвищення вірогідності ознайомлення потенційного споживача реклами з рекламним сюжетом.

В конкретних варіантах застосування способу поверхню показчика або його носія у вигляді спеціальних дощок підсвічують або застосовують як спеціальні дошки лайт-бокси.

Застосування підсвічування додатково привертає увагу споживача до рекламного сюжету та суттєво покращує процес розпізнавання рекламного сюжету.

Спосіб, що заявляється, пояснюється прикладами.

В першому прикладі конкретного виконання способу показчик номеру будинку розміщують на фронтальній стіні входу в будинок. Споживач реклами потрапляючи в поле входу в будинок ознайомлюється із рекламним сюжетом, що знаходиться поруч з номером будинку, що внаслідок кращої налаштованості споживача на сприйняття актуальної інформації покращує сприйняття споживачем рекламного сюжету.

В іншому прикладі застосування способу показчик з номером будинку розміщують в холі багатоповверхівки, над поштовими скриньками. Споживач реклами, налаштований на отримання поштових повідомлень, одночасно ознайомлюється з рекламним сюжетом, що знаходиться над поштовими скриньками, що також покращує сприйняття споживачем рекламного сюжету.

Таким чином спосіб дозволяє підвищити відсоток сприйняття рекламної інформації та відповідно здійснити більш впливову рекламну дію на споживача внаслідок того, що споживач який знаходиться поряд з будинком, зокрема домівкою або місцем роботи, не має упередженості до сприйняття інформації та налаштований на поглиблене ознайомлення з інформацією пов'язаною з його будинком, яка для нього більш актуальна.