



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **21990** (13) **U**
(51) МПК (2006)
G09F 23/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ РЕКЛАМУВАННЯ ТОВАРІВ ЧИ ПОСЛУГ

1

(21) u200611663

(22) 06.11.2006

(24) 10.04.2007

(46) 10.04.2007, Бюл. № 4, 2007 р.

(72) Колмиков Олег Миколайович

(73) Колмиков Олег Миколайович

(57) 1. Спосіб рекламування товарів чи послуг, який включає розміщення рекламної інформації на щонайменше одному рекламному засобі з можливістю постійного або періодичного її огляду, як рекламний засіб використовують малі архітектурні форми, будинки, зупинки або інші засоби зовнішньої реклами і транспортні засоби, який **відрізняється** тим, що як рекламну інформацію використовують щонайменше одне тривимірне зображення об'єкта реклами, яке розміщують на даху рекламного засобу, тривимірне зображення виконують в масштабі, достатньому для візуальної ідентифікації об'єкта реклами.

2

2. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що тривимірне зображення об'єкта реклами виконують сумірним рекламному засобу.

3. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що тривимірне зображення об'єкта реклами виконують надувним.

4. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що тривимірне зображення об'єкта реклами виконують світним.

5. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що тривимірне зображення об'єкта реклами виконують рухливим.

6. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що тривимірне зображення об'єкта реклами виконують у вигляді голографічного зображення.

7. Спосіб рекламування за п. 1, який **відрізняється** тим, що з тривимірних зображень об'єктів реклами складають композицію, яку розміщують на даху рекламного засобу.

Корисна модель належить до галузі рекламно-інформаційних технологій і може використовуватись для привернення уваги потенційних покупців і користувачів послуг до об'єктів і організацій, а також формування споживчого попиту на товари і послуги.

Є відомим спосіб рекламування товарів чи послуг, який передбачає нанесення рекламної інформації на рекламному засобі, а саме на сумці з об'ємом, який змінюється при її наповненні [патент Російської Федерації №2038635, кл. G09F23/00, 1996].

Відомий спосіб не забезпечує достатньо високу ефективність рекламування, оскільки забезпечує лише періодичний огляд рекламної інформації під час використання сумки.

Прототипом способу, що заявляється, є спосіб рекламування товарів чи послуг, який передбачає розміщення рекламної інформації на щонайменше одному рекламному засобі з можливістю постійного або періодичного її огляду. В якості рекламного засобу використовують малі архітектурні форми, будинки, зупинки або інші засоби зовнішньої рек-

лами і транспортні засоби. Рекламну інформацію у вигляді плоского зображення об'єкта реклами наносять на зовнішню поверхню або вибірково на певну ділянку зовнішньої поверхні рекламного засобу [деклараційний патент України №31128 А, кл. G09F23/00, 2000].

На відміну від згаданого, відомий спосіб рекламування передбачає можливість як періодичного, так і постійного огляду рекламної інформації, що обумовлює формування усталеного зорового образу об'єкта реклами.

Проте відомий спосіб не забезпечує достатньо високу ефективність рекламування, оскільки використання в якості рекламної інформації плоского зображення на зовнішніх поверхнях рекламних засобів приймається споживачем в певному ракурсі і на обмеженій відстані, що може спотворити уявлення споживача про об'єкт реклами.

В основу корисної моделі покладена задача удосконалення способу рекламування товарів чи послуг, в якому за рахунок застосування нових прийомів подання і розміщення об'ємної рекламної інформації було б забезпечено підвищення ступе-

(13) U

(11) 21990

(19) UA

ня розпізнавання об'єктів реклами при одночасному збільшенні радіусу огляду рекламної інформації споживачами і, як слідство, підвищення ефективності рекламування.

Для вирішення поставленої задачі у способі рекламування товарів чи послуг, який передбачає розміщення рекламної інформації на щонайменше одному рекламному засобі з можливістю постійного або періодичного її огляду, в якості рекламного засобу використовують малі архітектурні форми, будинки, зупинки або інші засоби зовнішньої реклами і транспортні засоби, згідно з корисною моделлю, в якості рекламної інформації використовують щонайменше одне тривимірне зображення об'єкта реклами, яке розміщують на даху рекламного засобу, тривимірне зображення виконують в масштабі достатньому для візуальної ідентифікації об'єкта реклами.

Найкраще тривимірне зображення об'єкта реклами виконувати співмірним рекламному засобу.

Тривимірне зображення об'єкта реклами можна виконувати, наприклад, надувним, світлим, рухливим або у вигляді голографічного зображення.

Доцільно з тривимірних зображень об'єктів реклами складати композицію і розміщувати її на даху рекламного засобу.

Сукупність усіх ознак заявленого способу рекламування дозволяє підвищити ефективність рекламування товарів чи послуг за рахунок забезпечення підвищення ступеня розпізнавання об'єкта реклами незалежно від ракурсу при одночасному збільшенні радіусу огляду рекламної інформації споживачами. Результат досягається шляхом розміщення у вільному просторі на даху рекламного засобу тривимірного зображення об'єктів рек-

лами у збільшеному масштабі, що призводить до якісно нового рівня сприйняття рекламної інформації.

Крім того, такий спосіб рекламування дозволяє легко складати композиції з іншими видами рекламної інформації (назвами товарів, торговельних точок чи точок надання послуг, фірмовими найменуваннями тощо), що надає можливість суттєво впливати на формування споживчого попиту.

Рекламна інформація, подана пропонованим способом у вигляді одного зображення або композиції, одночасно може слугити показником місця реалізації товарів і послуг, що рекламуються.

Заявлений спосіб ілюструється кресленням, на якому зображений приклад рекламування товарів, а саме, розташування композиції з тривимірних зображень рекламованих товарів на даху торговельного павільйону.

Спосіб реалізується наступним чином.

За відомими технологіями виготовляють реалістичні тривимірні зображення об'єктів реклами, наприклад, надувні. Складають з них композицію, яку розміщують на даху засобу зовнішньої реклами, наприклад, торговельного павільйону (див. креслення). Масштаб кожного тривимірного зображення обирають з урахуванням можливості розпізнавання рекламованих товарів споживачем на значній відстані до місця їх реалізації.

Застосування у пропонованому способі нових комплексних прийомів подачі і розміщення об'ємної рекламної інформації, підвищення інформативності і видовищності реклами сприяє формуванню цілеспрямованого інтересу в потенційного споживача товарів або послуг і, як слідство, підвищення ефективності рекламування.

