



УКРАЇНА

(19) UA (11) 14948 (13) U  
(51) МПК (2006)  
G09F 21/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ  
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ

## ОПИС

ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ  
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під  
відповідальність  
власника  
патенту

## (54) СПОСІБ РЕКЛАМИ

1

(21) u200508940

(22) 21.09.2005

(24) 15.06.2006

(46) 15.06.2006, Бюл. № 6, 2006 р.

(72) Сидорченко Олександр Миколайович

(73) Сидорченко Олександр Миколайович

(57) 1. Спосіб реклами шляхом розміщення рекламного носія в зоні обслуговування споживачів, який **відрізняється** тим, що рекламний носій розміщується на поверхні автомата продажу товарів.

2. Спосіб реклами за п.1, який **відрізняється** тим, що як рекламний носій застосовують електронний засіб (прилад) відтворення графічної інформації з системою його керування.

3. Спосіб реклами за пп.1, 2, який **відрізняється** тим, що систему керування рекламного носія та

2

систему керування автомата продажу товарів з'єднують.

4. Спосіб реклами за пп.1, 2, який **відрізняється** тим, що монітор системи керування автомата продажу товарів використовують як рекламний носій.

5. Спосіб реклами за пп.1, 2, який **відрізняється** тим, що систему керування електронного засобу відтворення графічної інформації розміщують за межами автомата продажу товарів і з'єднують з електронним засобом відтворення графічної інформації засобами телекомунікацій.

6. Спосіб реклами за п.1, який **відрізняється** тим, що як автомат продажу товарів застосовують автомат з продажу води.

Спосіб відноситься до галузі реклами, а саме, візуальної реклами і може бути використаний при здійсненні рекламних акцій для умов міської інфраструктури.

Відомі способи реклами за якими рекламну дію на її споживача здійснюють шляхом розміщення рекламного сюжету на певному об'єкті, зокрема певному товарі, торговому павільйоні, стійці лінії електропередачі, транспортному засобі.

Рекламна дія більшості таких способів основана лише на випадковому попаданні в поле зору споживача реклами. Недоліком таких способів є недостатній відсоток сприйняття такої інформації у зв'язку з тим, що об'єкти на яких розміщена рекламна інформація не актуальні для споживача, і він на них не звертає достатньої уваги.

Відомий спосіб розміщення реклами на рекламному засобі [патент РФ №2038635, МПК G09F23/00, 1996] шляхом нанесення рекламної інформації, при цьому в якості носія інформації використовують сумку.

Якщо врахувати що в місті більшу частину часу люди переміщуються вздовж доріг і, відповідно, паралельними шляхами то бічна поверхня сумки в руці знаходиться під гострим кутом до напрямку погляду людей які переміщуються по вулиці.

При цьому слід також врахувати, що зона переважного напрямку погляду людини спрямована вперед та на рівень очей, або вище. Тому суттєвим недоліком такого способу є також те, що рекламна інформація знаходиться у незручному для оглядання місці тому, що більший час поверхня сумки знаходиться дуже низько поза переважною зоною огляду людини.

Крім того такий спосіб також має обмежене застосування, оскільки може використовуватися тільки рекламним агентом, потребує залучення спеціального штату для його здійснення. Залучення широкої аудиторії до такої рекламної інформації залежить від кількості рекламних агентів і їхньої фахової активності. У такому засобі не передбачений регулярний інформаційний вплив реклами на споживача (потенційного споживача) із метою формування споживчого попиту.

Відомий спосіб реклами [див. патент України №61778 МПК: 7G09F23/00A дата публікації: 17.11.2003, номер бюлетеня: 11] за яким рекламну інформацію наносять фарбою на зовнішню поверхню металевої висотної порожнистої конструкції кільцевого перерізу у вигляді димової труби циліндричної форми, або у вигляді водонапірної башти або маяка.

(19) UA (11) 14948 (13) U

Недоліком такого способу є те, що в якості рекламного носія використовується поверхня капітального об'єкту, зокрема, зовнішня поверхня будинку, або зовнішня поверхня димової труби. Нанесення на неї фарби або іншого покриття це трудомісткий процес, який потребує також використання спеціальної техніки. Наступне зняття нанесеного рекламного покриття також трудомісткий процес. Зазначене суттєво обмежує оперативність зміни рекламної інформації. Покриття у вигляді фарби носить статичний характер і має низьку здатність привертати увагу.

Відомий спосіб реклами [див. патент Франції №2648604, МПК G09F21/04, дата публікації 21.12.1990 №51], що передбачає розміщення рекламного носія на велосипедному мотозасобі, та близький до нього спосіб реклами [див. патент Росії №2242804, МПК G09F21/04, дата публікації 2004.12.20], що передбачає розміщення рекламного носія на даху транспортного засобу.

Такі способи реклами просто і оригінальне дозволяють продемонструвати рекламну інформацію великій кількості людей, проте час сприйняття інформації дуже малий і увага спостерігача при сприйнятті інформації розсіяна, що знижує ефективність сприйняття.

Відомі також способи реклами, які передбачають розміщення рекламного носія в зоні обслуговування споживачів.

Відомий спосіб реклами [див. заявку на винахід Росії №2003104747/12 МПК G09F21/04, дата публікації 2004.09.20], що включає розміщення реклами на пасажирському транспортному засобі, при чому інформаційні елементи та елементи реклами, що несуть відомості, розміщують в одному інформаційному полі з елементами, які характеризують призначення транспортного засобу.

Традиційно у людини в часто повторюваній ситуації виробляється певний стереотип поведінки, зокрема стереотип довжини терміну розпізнавання призначення маршруту, після цього інформація визначається як неактуальна і увага до неї втрачається. Короткий термін ознайомлення з показником маршруту, та суттєво більша актуальність інформації щодо маршруту по відношенню до іншої інформації вказує на невелику ефективність такого способу реклами.

Відомий спосіб реклами [див. патент України №29565 МПК: 7G09F15/00A, 7G09F23/10 В дата публікації: 15.11.2000, номер бюлетеня: 6] який включає розміщення у торговельних точках чи точках надання послуг мережі маркетингових комунікацій з рекламною інформацією стосовно товарів та послуг, при цьому рекламну інформацію стосовно товарів і послуг підбирають з урахуванням наявності корисної аудиторії, якій стане у потробі товар чи послуга, що рекламуються.

Коли невідома людина протягом короткого терміну проходить повз рекламний носій, реально важко визначити її потребу у товарі, її налаштованість та підібрати для неї відповідний рекламний сюжет.

Відомий спосіб реклами [див. патент Росії №2103460, МПК E04H1/12, Дата публікації

1998.01.27], що передбачає розміщення рекламного носія на даху кіоску біля підземного переходу.

У зоні підземного переходу більша частина людей концентрує увагу на зону підвищеного ризику, зокрема сходи підземного переходу що знижує ефективність сприйняття інформації з інших місць.

В основу корисної моделі покладено задачу створення способу реклами, в якому шляхом застосування нового місця розміщення реклами та забезпечення динамічності зміни рекламного сюжету забезпечується підвищення проценту корисної дії рекламного впливу.

Для виконання цієї задачі спосіб реклами передбачає розміщення рекламного носія в зоні обслуговування споживачів.

Новим у способі є те, що рекламний носій розміщують на поверхні автомату продажу товарів.

Споживач послуг автомату продажу товарів діє цілеспрямовано та має цілеспрямований психологічний інтерес позитивно завершити дію. Наявність системи управління автоматом налаштовує споживача на уважніше ознайомлення з інформаційними панелями автомату і позитивне до них відношення, що підвищує ефективність впливу рекламної інформації на споживача, яка знаходиться на автоматі.

В конкретних варіантах застосування способу в якості рекламного носія застосовують електронний засіб (прибор) відтворення графічної інформації з системою його управління.

Застосування електронного засобу (прибору), відтворення графічної інформації з системою його управління, наприклад, відеоманітофону або монітору, дозволяє застосовувати динамічний рекламний сюжет підвищеної інформативності та естетичності, що підвищує вплив носія реклами на споживача.

В конкретних варіантах застосування способу, систему управління рекламного носія та систему управління автомату продажі товарів поєднують.

Застосування таких ознак способу дозволяє здійснити гарантований рекламний вплив безпосередньо в період знаходження споживача перед місцем розташування рекламного носія, в той час коли увага і погляд споживача спрямовані на зону розміщення рекламного носія.

Поєднання низки операцій пов'язаних зі здійсненням продажу з рекламним впливом, здійснення початку запуску рекламного сюжету в період натискання кнопок на автоматі створює новий комплексний прийом подачі рекламної інформації, який посилює вплив рекламної інформації.

Також з'являється можливість автоматично змінювати рекламний сюжет в залежності від дій споживача.

В конкретних варіантах застосування способу монітор системи управління автомату продажу товарів використовують в якості рекламного носія.

При застосуванні таких ознак, звуження поля зору споживача дозволяє підвищити його увагу до рекламного сюжету.

В конкретних варіантах застосування способу, систему управління електронного засобу, відтворення графічної інформації розміщують за межами

автомату продажу товарів і з'єднують з електронним засобом відтворення графічної інформації засобами телекомунікацій.

Застосування засобів телекомунікацій (електро, радіозв'язку, телефонної мережі або інтернету) для управління процесом відтворення рекламного сюжету дозволяє оперативно змінювати рекламний сюжет, що підвищить актуальність рекламної інформації, дозволить кількісно оцінити показники застосування реклами.

В конкретних варіантах застосування способу в якості автомату продажу товарів застосовують автомат продажу води.

Автомат продажу води має більш розвинену систему управління, яка містить систему організації програми видачі певної кількості води внаслідок чого споживач більш уважно і більш подовжений термін знаходиться біля автомату та застосовує елементи його управління, внаслідок чого термін впливу на нього рекламної інформації подовжується що призводить до більш ефективної дії на нього рекламного сюжету. Крім того розвинену систему управління автомату продажу води легко поєднати з системою управління електронного засобу відтворення графічної інформації, що використовується для виконання рекламного сюжету.

В цілому додаткове нове функціональне призначення об'єкту з рекламною інформацією мимоволі, на рівні підсвідомості, розширює коло користувачів одночасно і рекламної інформації і об'єкту на якому вона розміщена, тобто автомату продажу товарів.

Спосіб ілюструється прикладом його використання. Приклад використання способу реалізовано на Автоматі відпуску надчистої питної води СДС-01.

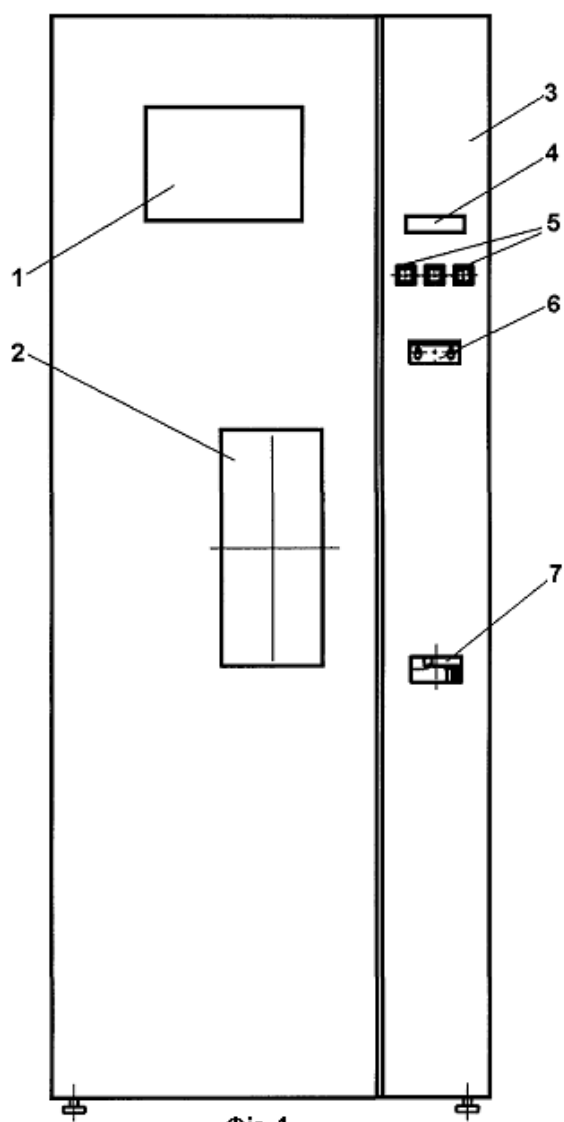
На фіг.1 зображено схему розміщення основних елементів його управління та відображення інформації в автоматі.

На верхній частині корпусу апарату змонтовано жидкокристалический монітор (1) для відображення рекламної інформації. Під монітором розміщена ніша для відбору води (2). Права частина апарату (3) містить дисплей (4), який відображає здійснювані в апараті дії, сенсорну систему набору води (5), купюроприймач-хоппер (6), внизу вічко для здачі (7).

Спосіб реалізується таким чином. Споживач прочитавши інструкцію вставляє посуд у нішу для відбору води (2), на сенсорній системі (5) набирає необхідний обсяг води, читає на дисплеї інформацію яка відображає стан справ та підтверджує здійснення здійснених ним дій, вводить необхідну кількість відповідних купюр в купюроприймач-хоппер (6), отримує здачу у вічку для здачі (7). Включається подача води, і в цей період статична рекламна інформація на моніторі (1) змінюється динамічним рекламним сюжетом, який продовжується протягом наповнення посуду водою та до завершення решти операцій автоматом.

Споживач послуг автомату отримуючи послугу діє цілеспрямовано та має цілеспрямований психологічний інтерес позитивно завершити дію. Наявність системи управління автоматом налаштовує споживача на більш уважне ознайомлення з усіма інформаційними панелями автомату і позитивне до них відношення, що підвищує ефективність впливу рекламної інформації на споживача, яка знаходиться на автоматі.

Застосування таких ознак способу дозволяє здійснити гарантований рекламний вплив безпосередньо в період знаходження споживача перед місцем розташування рекламного носія, в той час коли увага і погляд споживача спрямовані на зону розміщення рекламного носія.



Фиг. 1