



УКРАЇНА

(19) UA

(11) 47747

(13) A

(51) 6 G09F27/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС

ДО ДЕКЛАРАЦІЙНОГО ПАТЕНТУ
НА ВІНАХІДвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) ЗАСІБ ДЛЯ КОМБІНОВАНОЇ РЕКЛАМИ

1

2

(21) 2001086026

(22) 30 08 2001

(24) 15 07 2002

(46) 15 07 2002, Бюл. № 7, 2002 р.

(72) Рудіна Ірена Володимирівна, Алханішвілі Манана Муратовна

(73) Рудіна Ірена Володимирівна, Алханішвілі Манана Муратовна

(57) 1 Засіб для комбінованої реклами, який містить пристрій для звукової реклами, пристрої для оптичної статичної і оптичної рухомої реклами, який відрізняється тим, що пристрої для звукової,

оптичної статичної і оптичної рухомої реклами віддалені один від одного з утворенням інформаційно-рекламної зони у вигляді сектора, один з пристроїв розташований в вершині кута між радіусами сектора, а інші - в точках перетину дуги сектора та кожного з радіусів, що утворюють сектор

2 Засіб за п. 1, який відрізняється тим, що сектор має дугу, утворену колом, діаметр якого рівний 4 - 6 метрам

3 Засіб за пп. 1, 2, який відрізняється тим, що сектор має кут між його радіусами, рівний 45 градусам

Цей винахід відноситься до рекламної справи, а точніше - до комбінованої зорово-звукової реклами

Як відомо глядачі є тільки потенційними покупцями. Відрізок часу між переглядом реклами і моментом покупки складає від однієї доби до трьох тижнів, а далі практично закінчується вплив реклами

Носіями реклами є багато різних пристроїв

Відомий засіб для реклами, що містить пристрій для оптичної рухомої реклами з блоком формування рухомого зображення (див. пат. Росії 1720633, кл. G 09 G 3/20, опубл. 04.03.1983 р.)

Відомий засіб забезпечує сприйняття інформації, але з недостатньою ефективністю

Також відомий засіб для комбінованої реклами, який містить пристрій для звукової реклами, пристрої для оптичної статичної і оптичної рухомої реклами (див. МакДональд К. Максимальний результат через ефективність. Друге видання. НТС Бізнес Бук. 1995 рік)

Відомий засіб забезпечує сприйняття інформації, але також з недостатньою ефективністю

В основу винаходу поставлено задачу удосконалення засобу для комбінованої звукової і оптичної реклами шляхом нового розташування відомих елементів і нового зв'язку між ними забезпечити підвищення сприйняття інформації і ефективність впливу реклами

Ця задача вирішена тим, що в засобі для комбінованої реклами, який містить пристрій для зву-

кової реклами, пристрої для оптичної статичної і оптичної рухомої реклами, пристрої розташовані в відповідних точках умовного сектора кола, який має діаметр, рівний 4 - 6 метра, при цьому умовний сектор кола має кут, рівний 45 градусам і тим, що засіб для комбінованої реклами, який містить пристрій для звукової реклами, пристрої для оптичної статичної і оптичної рухомої реклами додатково містить пристрій для запахової (нюхової) реклами, розташований в тих же відповідних точках умовного сектора кола

Розташування пристроїв для оптичної статичної і оптичної рухомої реклами віддалено один від одного з утворенням інформаційно-рекламної зони у вигляді сектора, один з пристроїв розташований в вершині кута між радіусами сектора, а інші з них в точках перетину дуги сектора та кожного з його радіусів, що утворюють сектор, забезпечує підвищення сприйняття інформації і ефективність впливу реклами

Виконання сектора з дугою, що утворена колом діаметром рівним 4 - 6 метра і з кутом між його радіусами рівним 45 градусам додатково забезпечує підвищення сприйняття інформації і ефективність впливу реклами

Наявність додатково пристрою для запахової (нюхової) реклами додатково забезпечує підвищення сприйняття інформації і ефективність впливу реклами

В подальшому винахід пояснюється найкращим варіантом виконання засобу для комбінованої

(13) A

(11) 47747

(19) UA

реклами і графічними матеріалами, на яких зображено

на фіг 1 - засіб для комбінованої реклами з утворенням інформаційно-рекламної зони у вигляді сектора кола,

на фіг 2 - те ж з утворенням інформаційно-рекламної зони у вигляді паралелограма,

на фіг 3 - те ж з утворенням інформаційно-рекламної зони у вигляді кола

Засіб для комбінованої реклами містить пристрій для звукової реклами 1, пристрої для оптичної статичної 2 і оптичної рухомої 3 реклами

Пристрій для звукової реклами 1 являє собою відомий аудіовідтворюючий пристрій з використанням будь-яких засобів відтворення цільової звукової інформації, наприклад радіоприлад

Пристрій для оптичної статичної реклами 2 являє собою переважно друковану продукцію на стендах чи прилавках

Пристрій для оптичної рухомої реклами 3 являє собою екранні носії у вигляді екрану телевізора, монітору комп'ютера, електронної стрічки, що біжить

Пристрої для звукової 1, оптичної статичної 2 і оптичної рухомої 3 реклами віддалені один від одного з утворенням інформаційно-рекламної зони 4 у вигляді сектора, один з пристроїв, наприклад пристрій для звукової реклами 1 розташований в вершині кута між радіусами сектора кола, а інші з них в точках перетину дуги сектора та кожного з його радіусів При цьому сектор має дугу, що утворена колом діаметром рівним 4 - 6 метр і сектор має кут між його радіусами рівний 45 градусам (див фіг 1)

Заявником було встановлено, що така інформаційно-рекламна зона дає найкращі умови для сприйняття споживачем зображення і звуку, з врахуванням вже існуючих у цій зоні полиць, прилавків, каси, вітрини і т.і. Висота зони обмежена висотою самого похідного простору

Засіб для комбінованої реклами як один з варіантів виконання може додатково містити пристрій для запахової (нюхової) реклами (на фігурах не зображено), розташований в одній точці чи у

трьох точках сектора кола інформаційно-рекламної зони поряд з пристроєм для звукової реклами 1 і пристроями для оптичної статичної 2 та оптичної рухомої 3 реклами Запахом навмисно заповнюють інформаційно-рекламну зону

Можливий варіант виконання інформаційно-рекламної зони у вигляді паралелограма (див фіг 2) При цьому варіанті збільшується кількість кожного з пристроїв до двох аналогічних пристроям 1, 2, 3

Можливий варіант виконання інформаційно-рекламної зони у вигляді кола (див фіг 3) При цьому варіанті збільшується кількість кожного з пристроїв до чотирьох аналогічних пристроям 1, 2, 3 і споживач знаходиться весь час ніби-то у центрі впливу цільової інформації

Відповідно до винаходу споживач знаходиться в інформаційно-рекламній зоні як у просторі впливу За допомогою пристрою для оптичної рухомої реклами 3 постійно змінюють зображення цільової інформації За допомогою пристрою для оптичної статичної реклами 2 постійно впливають статичним зображенням, що повторює щось з рухомої реклами За допомогою пристрою для звукової реклами 3 здійснюють звукове супроводження цільової інформації з типовими знайомими для даної категорії споживачів ситуаціями та образами При цьому сам споживач має можливість переміщуватися в цьому просторі, в котре він прийшов добровільно за своїм бажанням з якоюсь конкретною ціллю, його око дозволяє робити акценти на статичній рекламі, і саме цьому інформація сприймається ним природно і при цьому використовується пряма вказівка на цільове призначення інформації

Встановлено, що в цій інформаційно-рекламній зоні споживач піддається впливу комплексу відчуттів бачить, чує, нюхає, сприймає дотиком, вплив на споживача значно вищий і тому запам'ятовування однієї ж тієї інформації зберігається від одного до чотирьох тижнів

Цей винахід може бути використаний у рекламній справі

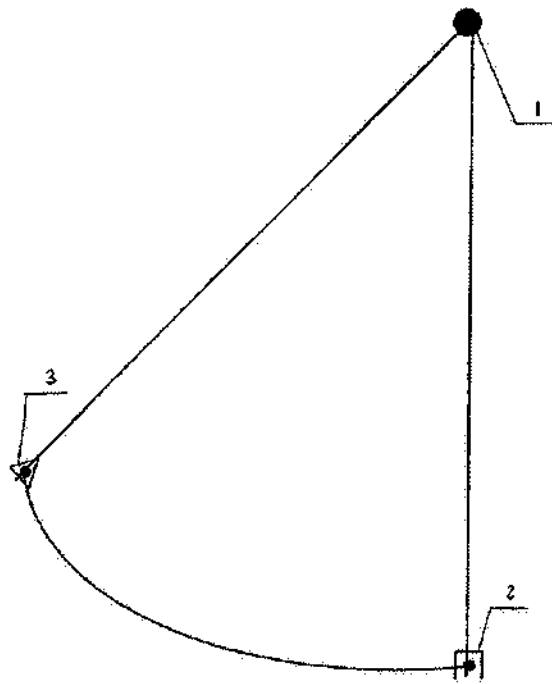


Fig. 1

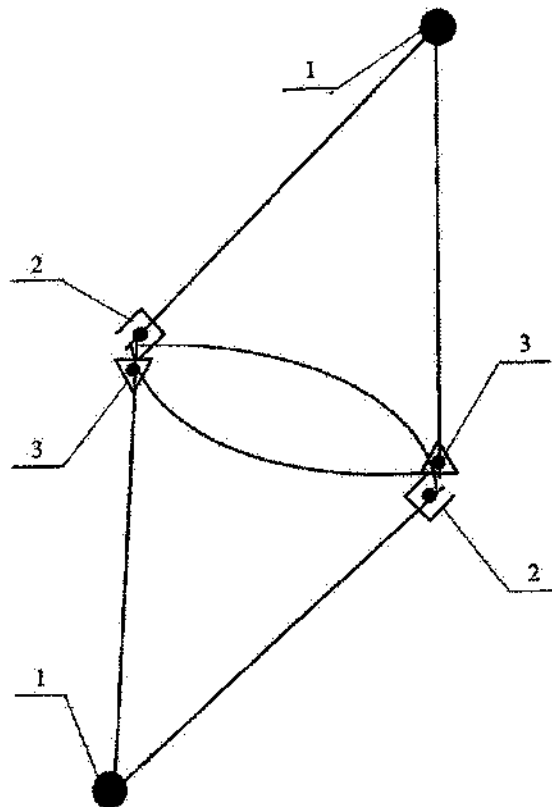


Fig. 2

