



УКРАЇНА

(19) UA (11) 30107 (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) ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНИЙ ЗАСІБ

1

(21) u200711922

(22) 29.10.2007

(24) 11.02.2008

(72) АНІКЕЄВ ІГОР ОЛЕГОВИЧ, UA

(73) АНІКЕЄВ ІГОР ОЛЕГОВИЧ, UA

(56)

(57) 1. Інформаційно-рекламний засіб, що включає рекламний пристрій та основу для його кріплення, який **відрізняється** тим, що рекламний пристрій виконано у вигляді рознімної конструкції, що містить корпус, зворотна поверхня якого обладнана засобами для кріплення до основи, прозору кришку, прикріплену до корпусу, та попередньо підготовлений носій рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічних зображень, виконаний з можливістю швидкої заміни, який розміщено між корпусом та кришкою, основою вибрано ручку спеціалізованого візка для товарів у підприємствах торгівлі.

2. Засіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що лицьову поверхню корпусу виконано опуклою та зворотну поверхню корпусу виконано увігнутою.

3. Засіб за пп. 1 або 2, який **відрізняється** тим, що лицьову поверхню кришки виконано опуклою.

2

4. Засіб за будь-яким з пп. 1-3, який **відрізняється** тим, що засоби для кріплення рекламного пристрою до основи виконано у вигляді затискачів, що охоплюють ручку візка.

5. Засіб за будь-яким з пп. 1-4, який **відрізняється** тим, що кришка прикріплена до корпусу шляхом принаймні одного гвинтового з'єднання.

6. Засіб за будь-яким з пп. 1-5, який **відрізняється** тим, що носій рекламної інформації вибраний з листівки, картки тощо.

7. Засіб за будь-яким з пп. 1-6, який **відрізняється** тим, що на поверхню носія рекламної інформації нанесено додаткову інформацію, яка стосується об'єкта реклами.

8. Засіб за будь-яким з пп. 1-6, який **відрізняється** тим, що носій рекламної інформації розміщено у рекламному пристрої таким чином, що зазначена рекламна інформація доступна для огляду принаймні покупцю, який використовує візок.

9. Засіб за будь-яким з пп. 1-6, який **відрізняється** тим, що підприємства торгівлі вибрані з супермаркетів, магазинів продуктових та промислових товарів, магазинів побутової техніки, магазинів косметики, аптек тощо.

Дана корисна модель відноситься до галузі реклами та призначається для залучення потенційних покупців та користувачів послуг до виробів виробників та до організацій, які обслуговують населення. Корисна модель також відноситься до галузі оперативної інформації та може використовуватися для доведення інформації, у тому числі оперативної, великої кількості народу.

З рівня техніки відоме поширення рекламних матеріалів через поштові абонентські скриньки, шляхом несанкціонованого наклеювання на внутрішні стіни будинків, шляхом розміщення в рухомому складі суспільного транспорту (автобусах, тролейбусах, трамваях, маршрутних таксі, метрополітені) або на зупинках і станціях.

Відомі способи розміщення рекламної інформації за якими рекламну дію на споживача здійснюють шляхом розміщення рекламного

сюжету на певному об'єкті, зокрема певному товарі, торговому павільйоні, стенді, моніторах. Рекламна дія більшості таких способів оснований лише на випадковому попаданні у 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 завжди зручно розміщені у полі зору споживачів або час візуального контакту є дуже малим.

Найбільш поширеним й відомим є спосіб візуального показу рекламних матеріалів у місцях, які постійно відвідують люди, наприклад, у магазинах, на транспорті, в переходах, у розважально-культурних закладах тощо.

Загальним недоліком такого способу є пасивне сприйняття рекламної інформації відвідувачами. У більшості випадків на

(13) U

(11) 30107

(19) UA

розташовану таким чином рекламу просто не звертають уваги.

У відомому винаході, патент України №27205, "Спосіб реклами товарів чи послуг", опублікований 15.08.2000р., рекламну інформацію у торговельних точках на спеціальних стойках розкладають у вигляді безкоштовних листівок, буклетів, карток тощо. При цьому, будь-яке інформаційне джерело, що знаходиться на стойці, можна взяти в руки, ознайомитись з розміщеною в ньому рекламною інформацією і забрати інформаційне джерело з собою.

Недоліком даного способу є, по-перше, знову ж таки, пасивне або байдуже відношення до реклами пересичених різноманітною інформаційною продукцією покупців, які до того ж майже завжди поспішають а по-друге, навіть якщо щось із запропонованої на стойці інформації покупець і візьме, дуже мала імовірність того, щоб він звернув на неї серйозну увагу тим більше, розповів комусь про неї.

Також відома корисна модель, патент України №8333, "Спосіб розповсюдження реклами", опублікований 15.07.2005р., передбачає розповсюдження реклами шляхом фіксування рекламного продукту на комплекті одноразового посуду та сумісній передачі рекламного продукту і посуду у торговельну мережу для реалізації.

Недоліком даного способу є сезонність, оскільки одноразовий посуд, разом із яким відбувається розповсюдження рекламного продукту, купують, переважно, у теплу пору року.

Інший відомий винахід RU 2002314, «Пристрій В.Г. Вохманяна для пред'явлення поза приміщеннями оперативної інформації масі людей», опублікований 30.10.1993р., містить табло, розміщене на носі у вигляді аеростату. Винахід дозволяє оригінально представити інформацію відразу великій кількості людей, однак розміщення інформації на рекламному пристрої здійснювати дуже складно. Також значним недоліком є те, що відновлення інформації вимагає значного часу, пов'язане з деякими труднощами, що значно знижує її ефективність.

Відомим є також винахід RU 2038635, «Засіб реклами», опублікований 27.06.1991р., який містить новий інформації у формі сумки, на зовнішній поверхні якої розташовані рекламні смуги зі спеціально згрупованою інформацією. Для подання інформації використано нетрадиційний підхід, проте, сприйняття інформації обмежується незручним кутом зору, увага потенційного користувача розсіюється, що знижує ефективність сприйняття рекламних матеріалів.

Також іншим відомим є винахід за заявкою №2004120100, поданою до Федерального інституту промислової власності (Російська Федерація) у 2004 році, «Спосіб рекламування товарів та послуг», який включає нанесення рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічного зображення на плоский носій на одну або обидві поверхні, з однаковою або різною інформацією. Носієм інформації згідно даного винаходу є рулони штори.

Недоліком відомого способу є те, що він має малу ефективність тому, що розміщення рекламної інформації на внутрішній поверхні носія не сприяє доступу до неї великої кількості споживачів, а при розміщенні рекламної інформації на зовнішній поверхні носія створює незручності для помешкань, де він розміщується, оскільки для сприйняття рекламної інформації штори повинні весь час бути опущеними. До того ж, людина, яка рухається уздовж носіїв з рекламною інформацією не завжди внутрішньо орієнтована на сприйняття будь-якої інформації, яка стосується виробів, послуг або виробників та організацій, які надають послуги.

Тобто, поширювання рекламної інформації зазначеними вище способами та за допомогою наведених пристроїв недостатньо ефективно.

Найбільш близьким аналогом корисної моделі, що пропонується, є винахід, патент RU 98113736, опублікований 05.10.2000р., «Засіб для реклами», який стосується засобу для реклами, що складається з носія рекламного пристрою та рекламного пристрою з розміщенням на ньому інформаційним повідомленням, де у якості носія рекламного пристрою використовується підйомно-транспортне устаткування, наприклад, пасажирський ліфт, на якому розміщують рекламний пристрій.

Ознаки найближчого аналога, що збігаються з суттєвими ознаками інформаційно-реklamного пристрою, що заявляється, є носій рекламного пристрою, або основа, та рекламний пристрій з розміщенням на ньому інформаційним повідомленням, яке є спеціальним чином обладнаним щитом або підготовленою поверхнею.

Цей винахід має декілька основних недоліків, які полягають у тому, що:

у деяких державних установах за законом не дозволяється розміщення рекламних матеріалів у кабінах пасажирського підйомно-транспортного устаткування (ліфта);

при знаходженні у кабіні ліфта декількох пасажирів, не всі мають змогу ознайомитися з рекламною інформацією;

якщо рекламні матеріали розміщують у ліфтах звичайних багатоповерхових будинків, то, найчастіше, коло користувачів рекламної інформації обмежується мешканцями цих будинків;

навіть, якщо хтось з пасажирів ліфта звернув увагу на деякі товари, які рекламуються, то, поки він достанеться підприємств торгівлі, він може забути про товар, який йому сподобався.

В основу корисної моделі покладена задача удосконалення інформаційно-реklamного засобу, у якому за рахунок використання нової конструкції рекламного пристрою та вдалої основи для його кріплення, що розміщується у місцях скупчення потенційних споживачів, підвищується зручність та ефективність поширювання рекламної інформації.

Для найбільш ефективного реклами необхідно, щоб людина на деякий час затрималася біля носія реклами або цій носій реклами залишався біля споживача або переміщувався настільки повільно, щоб час сприйняття інформації був достатнім для

того, щоб зміст рекламних матеріалів залишився у пам'яті людини. Крім того, необхідно забезпечити можливість ознайомлення з інформацією як можна більшої кількості людей з самих різних соціальних груп та груп людей з різним рівнем достатку.

Засіб для реклами, що пропонується, дозволяє позбутися перерахованих недоліків пристроїв та способів, відомих з рівня техніки, та підвищити ефективність реклами.

Поставлена задача вирішується за допомогою вдалого використання рекламного пристрою та основи для його кріплення.

Крізь підприємства торгівлі щоденно проходить велика кількість споживачів-покупців, які належать до різних соціальних груп населення, та мають різний достаток. Сучасні підприємства торгівлі, до яких належать супермаркети, магазини продуктових та промислових товарів, магазини побутової техніки, магазини з продажу косметики, аптеки спрямовують свої зусилля на те, щоб прискорити та полегшити процес купівлі товарів. За для цього, вони обладнуються спеціалізованими візками для складання та перевезення товарів. Застосування таких візків полегшує процес вибору товарів, розвантажує руки покупців, сприяє тому, що покупці за один візит до підприємства торгівлі мають змогу придбати більшу кількість товарів, ніж раніше. Спеціалізований візок для перевезення придбаних товарів може виконувати не тільки свої прямі обов'язки, але й виступати у якості носія рекламної інформації.

Людина, яка купує товари у підприємствах торгівлі внутрішньо орієнтована на сприйняття будь-якої інформації, яка стосується виробів, послуг або виробників та організацій, які надають послуги, тому рекламна інформація на спеціалізованому візку для перевезення придбаних товарів буде сприйматися як додаткова інформація, яка спонукає покупця звернути увагу на товари, що рекламуються, підштовхує його на придбання цих товарів, залишається у пам'яті покупця для наступного придбання товарів та/або послуг.

Спеціалізований візок для придбаних товарів зазвичай має вигляд корзини у формі паралелепіпеду або об'ємної трапеції, яку виготовляють, як правило, з пластику або металевої проволоки, або поєднують ці два основних матеріали. Візок спереду має зручну ручку, а знизу його оснащують коліщатами, що забезпечує зручне та легке переміщення усередині підприємства торгівлі та легке керування таким візком.

Під час вибору товарів та переміщення по підприємству торгівлі покупець мимоволі зупиняє свій погляд на ручці, за допомогою якої він управляє візком. Якщо на ручці візка розмістити рекламні матеріали, то покупець зможе легко з ними ознайомитися. При цьому рекламні матеріали повинні не тільки виконувати свій основний обов'язок - нести рекламну інформацію, але й не заважати покупцю управляти візком. До того ж, рекламні матеріали повинні міцно триматися на носії, та, головне, рекламний

пристрій має забезпечувати легку заміну рекламної інформації.

Поставлена задача вирішується за допомогою інформаційно-реklamного засобу, який включає рекламний пристрій та основу для його кріплення, при цьому рекламний пристрій виконано у вигляді роз'ємної конструкції, що містить корпус обладнаний засобами для кріплення до основи, кришку з прозорого матеріалу прикріплену до корпусу з можливістю відкривання, та попередньо підготовлений носій рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічних зображень виконаний з можливістю швидкої заміни, який розміщено між корпусом та кришкою, основою обрано ручку спеціалізованого візка для товарів у підприємствах торгівлі.

Прозора кришка рекламного пристрою забезпечує можливість огляду рекламної інформації та захищає носій рекламної інформації від ненавмисного пошкодження.

Доцільно корпус рекламного пристрою виконувати із опуклою лицьовою поверхнею та увігнутою зворотною поверхнею.

Доцільно лицьову поверхню кришки виконувати опуклою.

Опукла форма лицьової поверхні корпусу рекламного пристрою та кришки забезпечують можливість управління спеціалізованим візком шляхом утримання його безпосередньо за рекламний пристрій.

Увігнута форма зворотної поверхні корпусу рекламного пристрою забезпечує можливість більш надійного кріплення пристрою до основи.

Доцільно засоби для кріплення до основи виконувати у вигляді затискань, що охоплюють ручку візка.

Кріплення рекламного пристрою до основи забезпечує жорстке з'єднання. Окрім того, таке кріплення не пошкоджує основу та забезпечує досить легке зняття рекламного пристрою або його перенесення на іншу основу.

Доцільно кришку прикріпляти до корпусу шляхом гвинтового з'єднання.

Роз'ємна конструкція рекламного пристрою забезпечує швидку зміну носія рекламної інформації.

Доцільно носій рекламної інформації обирати з листівки, картки тощо.

Доцільно підприємства торгівлі обирати з супермаркетів, магазинів продуктових та промислових товарів, магазинів побутової техніки, магазинів косметики, аптек тощо.

Способи нанесення рекламної інформації на поверхні носія можуть бути різними, наприклад: аплікація на самоклеючій плівці, повнокольоровий друк на самоклеючій плівці, повнокольоровий друк на папері, картоні тощо.

Окрім безпосередньої рекламної інформації на поверхню носія доцільно принаймні частину поверхні використовувати для нанесення додаткової інформації, що стосується об'єкту реклами.

Носій рекламної інформації виконують у вигляді спеціального щита з будь-яких придатних до цього матеріалів, на поверхні якого наносять

бажану рекламну інформацію у вигляді тексту та/або зображення.

Рекламну інформацію у вигляді тексту та/або зображення на поверхні носія наносять, наприклад, за допомогою аплікації на самоклеючій плівці, повно кольорового друку на самоклеючій плівці, повнокольорового друку на папері, картоні та інших, їм подібних. Для нанесення рекламної інформації використовують принаймні одну поверхню носія, проте також використовують обидві поверхні носія. В останньому випадку для зміни рекламної інформації достатньо просто перегорнути носій.

Наведені нижче креслення додатково пояснюють конструктивні особливості корисної моделі, що заявляється, але при цьому ніяк не обмежують обсяг прав за даною корисною моделлю.

Фіг.1 - вигляд інформаційно-рекламного засобу зверху;

Фіг.2 - вигляд інформаційно-рекламного засобу збоку;

Фіг.3 - вигляд інформаційно-рекламного засобу знизу;

Фіг.4 - вигляд інформаційно-рекламного засобу спереду з відкритою кришкою.

Пропонований інформаційно-рекламний засіб дозволяє позбутися перерахованих недоліків способів та пристроїв, відомих з рівня техніки, та підвищити зручність та ефективність реклами за допомогою вдалого застосування рекламного пристрою та ручки спеціалізованого візка для придбаних товарів у підприємствах торгівлі у якості основи для кріплення рекламного пристрою.

Інформаційно-рекламний засіб включає рекламний пристрій 1 та основу у вигляді ручки 2 спеціалізованого візка для товарів у підприємствах торгівлі для його кріплення, при цьому рекламний пристрій 1 виконано у вигляді роз'ємної конструкції, що містить корпус 3 обладнаний засобами для кріплення 6 до основи 2, кришку 3 прозорого матеріалу 7 прикріплену до корпусу 3 можливістю відкривання, та попередньо підготовлений носій 8 рекламної інформації у вигляді тексту та/або графічних зображень 9 виконаний з можливістю швидкої заміни, який розміщено між корпусом та кришкою, основою обрано ручку спеціалізованого візка.

Корпус 3 рекламного пристрою 1 виконано із опуклою лицьовою поверхнею 4 та увігнутою зворотною поверхнею 5.

Засоби для кріплення рекламного пристрою 1 до основи 2 виконано у вигляді затискань 6, що охоплюють ручку візка.

Кришку 7 прикріплено до корпусу 3 шляхом гвинтового з'єднання 10. Даний засіб діє таким чином:

Підготовлюють носій рекламної інформації 8, яка включає текст та/або зображення 9, у вигляді листівки, карти тощо, для нанесення інформації використовують принаймні одну поверхню носія.

Рекламний пристрій 1 закріплюють за допомогою затискувачів 6 на ручці 2 спеціалізованого візка для товарів у підприємствах торгівлі.

Роз'єднують гвинтове з'єднання 10 кришки 7 та корпусу 3 рекламного пристрою 1 та піднімають кришку 7.

На корпусі 3 рекламного пристрою 1 розміщують носій рекламної інформації 8 таким чином, щоб рекламні матеріали 9 знаходились на лицьовій поверхні носія 8.

Закривають кришку 7 та закріплюють її на корпусі 3 за допомогою гвинтового з'єднання 10.

Використовують візок за його прямим призначенням, отримуючи при цьому рекламну інформацію, яка міститься на носії 8.

Для заміни рекламної інформації виконують таку послідовність дій:

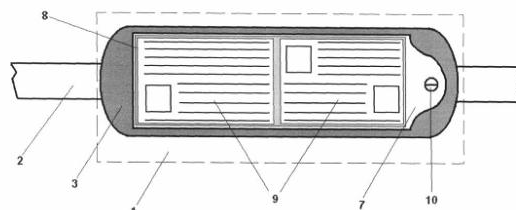
Роз'єднують гвинтове з'єднання 10 кришки 7 та корпусу 3 рекламного пристрою 1 та піднімають кришку 7.

На корпусі 3 рекламного пристрою 1 розміщують попередньо підготовлений носій рекламної інформації 8 таким чином, щоб рекламні матеріали 9 знаходились на лицьовій поверхні носія 8.

Закривають кришку 7 та закріплюють її на корпусі 3 за допомогою гвинтового з'єднання 10.

Використовують візок за його прямим призначенням, отримуючи при цьому рекламну інформацію, яка міститься на носії 8.

Даний рекламний пристрій є найбільш ефективним та вдалим пристроєм для внутрішньої реклами. Такі рекламні матеріали привертають більше уваги до товарів та послуг, а також до виробників товарів та послуг, у порівнянні зі звичайними рекламними щитами та іншими рекламними засобами. Цей пристрій дозволяє найкращим чином використовувати рекламу для збільшення продажу та рівня пізнання продукту, що рекламується, отримувати додаткову корисну інформацію стосовно продуктів, що пропонуються для продажу в підприємствах торгівлі, та стосовно виробників цих продуктів.



Фіг. 1

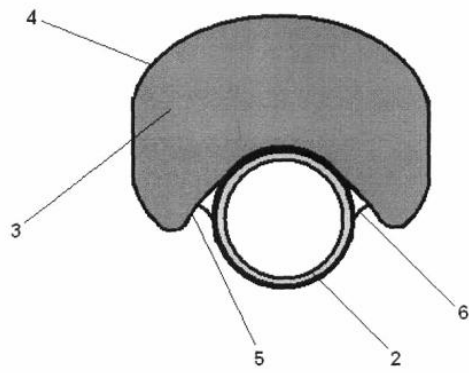


Fig. 2

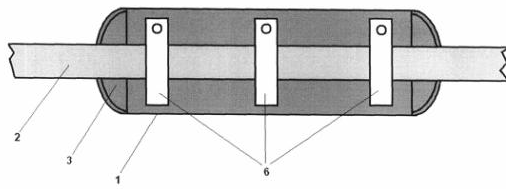


Fig. 3

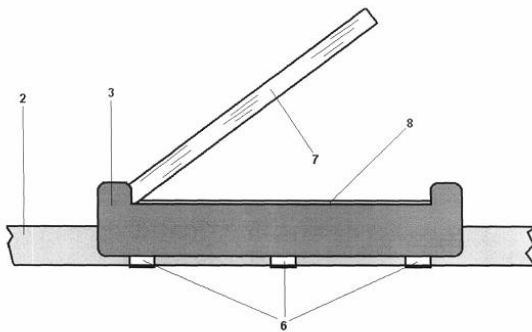


Fig. 4