

PRODUCT PLACEMENT КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В настоящее время, с расширением спроса на продвижение товаров и услуг посредством маркетинговых коммуникаций компании, все более заметна тенденция использования технологий неявной рекламы. Прямая реклама теряет позиции в связи с высокой степенью навязчивости и негативным восприятием ее потребителями. Технология product placement, как и прямая реклама, эффективна для многих направлений бизнеса. При этом product placement позволяет компаниям рекламировать товар незаметно для потребителя, интегрируя его в любое художественное произведение, ненавязчиво и скрыто привлекать будущих потребителей бренда.

Использование возможностей технологии product placement при продвижении бренда компании позволяет облегчить работу с инструментами неявной рекламы.

Важным для исследования является определение основных тенденций развития product placement при продвижении бренда компании: 1) размещение информации о продукции в социальных сетях (социальные сети дают недорогие возможности для размещения товара предприятиям, для этого не требуется вкладывать средства в дорогостоящее размещение на более премиальных площадках); 2) спонсорство (продвижение товара в спонсируемых компаниях, life placement, использование когнитивного product placement, что позволит компании создать лояльную аудиторию).

Использование технологии product placement может помочь увеличить продажи и повысить узнаваемость бренда. Как правило, компании тратят средства на product placement в средствах массовой информации. В настоящее время для применения технологии product placement самым доступным и выгодным способом является размещение в социальных сетях, блогах и видеороликах. Использование онлайн-платформ для просмотра кино позволяет компаниям эффективно внедрять технологии product placement в зависимости от аудитории и самой кинокартины.

Из вышесказанного следует, что product placement является важным элементом современных маркетинговых коммуникаций бренда, способствующим ненавязчиво привлечь новых покупателей.

Изучение опыта зарубежных компаний позволяет выделить главные преимущества и недостатки product placement. Из этого следует, что определение преимуществ и рисков технологии product placement будет способствовать не только увеличению количества продаж бренда, созданию репутации бренда, но и привлечению новых клиентов для создания лояльной аудитории.