

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Интерьерная реклама в продвижении кафе и ресторана

Янина Елена Сергеевна

Студент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Институт

Сервис и реклама, Тамбов, Россия

E-mail: Yanina.Alena@mail.ru

В настоящее время популярность ресторана или любого другого заведения общественного питания напрямую зависит от его внутренней обстановки, которое производит впечатление на посетителя. Зачастую дизайн интерьера кафе или ресторана играет даже большую роль, чем предлагаемые блюда. <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Современные тенденции в ресторанном бизнесе таковы, что каждое заведение просто обязано иметь свой яркий и запоминающийся образ. При этом в разработку дизайна ресторана или кафе входит не только оформление гостевой зоны, где расположены столики или барная стойка, но и клиентская зона (или территория обслуживания), которая включает в себя туалетные комнаты, холл, гардероб, отдельные кабинеты и многое другое, куда заходят посетители [5].

Интерьер помещения становится сейчас элементом фирменного стиля, который должен ассоциироваться с магазином, кафе, баром, клубом, фирмой. Интерьер кафе или ресторана является рекламой данного заведения. Он является визитной карточкой и знаком отличия от других подобных заведений. Каждая деталь в интерьере должна быть продумана, чтобы не выделяться из всего образа, как ненужный элемент.

Огромную роль в продвижении кафе или ресторана играет реклама. Реклама должна быть не только в средствах массовой коммуникации и снаружи заведения, но и внутри, т.е. **интерьерная реклама**. Интерьерная реклама должна дополнять и окончательно формировать обстановку кафе или ресторана, не перегружать и не «засорять» атмосферу. С помощью интерьерной рекламы можно сделать акцент на стиль, кухню, атмосферу и даже историю заведения. В интерьерную рекламу входят рекламные носители различных видов, в том числе: салфетки, скатерти, подносы, вывески, неоновые буквы, навигационные схемы и многое другое. Про интерьерную рекламу можно сказать, что это внутреннее оформление помещений с помощью различных рекламных носителей: логотипов, офисных табличек, рекламных вывесок (как световых, так и не световых), неоновых подсветок и прочих конструкций.

Прямое назначение интерьерной рекламы – рекламировать компанию, кафе, ресторан, магазин, товар или услугу. Интерьерная реклама так же может выполнять дополнительную функцию, например, создавать определенный образ в интерьере, или использоваться в системе графической навигации помещения.

Интерьерная реклама играет важную информационную роль. Она должна максимально соответствовать местоположению той или иной зоны кафе / ресторана. Например, на ресепшене отлично будет смотреться интерьерная реклама в виде объемного логотипа компании, а на двери директорского кабинета придется к месту офисная табличка представительского класса [2].

Для оформления помещения общественного заведения используются различные рекламные конструкции. В роли рекламных носителей могут выступать любые поверхности залов, это и витрины, и стены, потолки, полы, и др.

Интерьерная реклама включает в себя следующие элементы: стикеры; вобблеры; постеры; баннеры; актив – постер; световые короба; объёмные буквы; световые касетоны; акрилайт; вывески; информационные стенды; таблички; система навигации (схемы, указатели); рекламные стойки и др. Охарактеризуем некоторые из них.

Вобблер – это полиграфическое изображение на гибкой пластиковой ножке, которое клеится лишним элементом в ближайшем расположении от товара.

Постер – это разновидность плаката большого размера. Печатные изображения, которые размещаются на различных рекламных конструкциях или просто на стене.

Баннер – это статическая картинка или несложная мультипликация рекламного характера, которые размещаются для привлечения клиентов или для формирования позитивного имиджа.

Актив – постер – это постер, меняющий свое изображение в зависимости от угла обзора.

Световой короб – это конструкция со статичной картинкой и внутренней подсветкой.

В качестве демонстрантов в интерьерной рекламе выступают стойки, этажерки, дисплеи. Так же эффективно используется в качестве носителя информации торговое оборудование, такое как холодильники и витрины [3].

Объёмные буквы – рекламная конструкция, которая может изготавливаться из любого материала, и подсвечиваться изнутри. Это один из самых распространенных видов интерьерной рекламы. Наряду с наружной рекламой, на основе объёмных букв, интерьерная реклама, выполненная по той же технологии обладает существенными достоинствами, такими как объектная ориентированность рекламы, привлекающее внимание оформление, возможность осуществления самых смелых дизайнерских замыслов, направленность на различные слои аудитории.

Вывески (шиты) – это вид интерьерной рекламы, позволяющий задать конкретное направление для покупателя. Выполняет одновременно роль указателя и рекламы. Могут быть выполнены как на основе плоской вывески, так и с применением объёмных букв.

Виниловая графика – это изображения, выполненные на самоклеющейся бумаге, используется как средство создания стиля и интерьера на стеклах павильонов в крупных торговых центрах. Позволяет создавать эффективные решения на основании небольших затрат.

Акрилайт – это световое панно, на стекле которого гравировается название фирмы, логотип, или рисунок, подсветка осуществляется через торец, с помощью люминесцентных ламп или светодиодов, при желании можно дополнить и разнообразить панно самоклеющейся пленкой [4].

Грамотное использование рекламы в интерьере кафе или ресторана определяет успех заведения. Реклама доносит до посетителя ту информацию, которая выгодна рекламодателю, которая будет работать на него, но эта информация так же очень важна для клиента. Интерьерная реклама является не только носителем информации, средством коммуникации, но делает интерьер помещения кафе или ресторана законченным [1].

Уровень оформления интерьера кафе и ресторана в условиях жесткой конкуренции среди предприятий общественного питания может выступать решающим фактором, определяющим выбор аудитории.

Литература

1. Туватова В. Маркетинг в ресторанном бизнесе // Маркетинг. 2011. 1. С. 59-64.
2. <http://www.adslaser.ru/>
3. <http://rizzcompany.ru>
4. <http://www.rpk-algorithm.ru>
5. <http://www.thproject.ru/>