

Indoor – внутри. Реклама, размещаемая внутри помещений.

Outdoor – Реклама, размещаемая снаружи, вне зданий/помещений.

P.O.S. – (point of sales – место продаж) *P.O.S.M* – Материалы для оформления мест продаж. К ним относятся: стикеры, штендеры, таблички, вымпелы, световые короба и т.д. Задача средств POS – повысить продажи какого-либо конкретного товара (группы товаров) в данной торговой точке. При этом воздействие носит ограниченный во времени и пространстве характер, т.е. мотивируют потребителя совершить покупку «здесь и сейчас».

А

Авторское право – В рекламе: Исключительное право, предоставляемое авторам рекламного объявления Законом об охране авторских прав с целью защиты рекламы от плагиата, продажи или использования ее другими без особо оговоренного на то разрешения авторов.

Акрилайт – прозрачные панно из акрилового стекла с выгравированным текстом, рисунком или логотипом. Подсветка осуществляется с торцевой стороны, в результате чего возникает эффект свечения выгравированного контура.

Анализ эффективности рекламы – измерение степени воздействия рекламы на потребителя до или после проведения рекламной кампании.

Арка – рекламная поверхность с внешней подсветкой, расположенная над проезжей частью.

Аудитория (целевая аудитория, целевая группа) (audience, target audience) – группа физических лиц, представляющих наиболее активных потребителей данного товара (услуги).

Афиша – вид печатной рекламы. В отличие от плаката, является анонсом какого-либо грядущего события, и расклеивается на улице.

Б

Базовая автобусная реклама – в транзитной рекламе приобретение всего внутреннего пространства салона большого числа автобусов под рекламу, обеспечивающее преимущество данной рекламе.

Баннерная ткань (баннер) – виниловое полотно с покрытием для сольвентной печати, армированное полиэстеровой нитью. Прочное и экономичное. Часто используется для производства изображений в наружной рекламе. Преимущества: прочный и долговечный материал. Баннер может использоваться не в одной, а в нескольких рекламных кампаниях. Срок эксплуатации – 1-3 года.

Баннер (от англ. banner – знамя, флаг) – прямоугольник или треугольник с рекламным текстом или картинкой. В наружной рекламе – транспарант-растяжка; в печатной рекламе – заголовок на всю полосу.

Басорама (Bus-o-rama) – наружная реклама, в виде панели с подсветкой, устанавливается на крыше автобуса или другого транспортного средства. В транзитной рекламе панорамное рекламное объявление, изготавливаемое на прозрачной пленке с подсветкой лампами дневного света, размещаемое по периметру верхней части автобуса.

Белтлайт – система подсветки для световых букв.

Билборд (от англ. billboard – афиша, реклама на доске) – отдельностоящие рекламные щиты, установленные, как правило, на самых оживленных трассах, магистралях. Популярные размеры рекламного поля серийных щитов – 3х6 м («Евростандарт») и 3х12 м.

Бликфанг – предмет, привлекающий внимание покупателя, прохожего или посетителя выставки.

Брандмауэр (Brandmower) – наружная реклама, в виде натянутого панно, либо рекламного щита, чаще всего располагается на глухой стене дома или на внешнем каркасе реконструируемого здания, как правило, огромных размеров. Щиты 6х3 м, расположенные на стенах, тоже относятся к брандмауэрам.

Бренд (brand) – образ, торговая марка + набор эмоциональных ощущений, стереотипов; комплекс представлений о компании, долгосрочная программа – имя, термин, дизайн, символ, или любая другая характеристика, идентифицирующая товар или услугу продавца как отличные от тех, которые принадлежат другим продавцам. Происходит от латинского brand – тавро, клеймо – знак, который в Древнем Риме использовали для клеймения домашнего скота. В средние века – клеймо ремесленника. В XX веке стало одним из ключевых понятий маркетинга и рекламы. Точный эквивалент в русском языке отсутствует. Подразделяется на brand-name – словесную часть марки, словесный товарный знак после его соответствующей правовой регистрации и brand-image – визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя. Однако далеко не каждый товарный знак может стать брендом – для этого он должен приобрести известность на рынке и доверие у покупателя.

В

Векторная графика – графическое представление объекта в виде множества векторов (совершенно не подходит для представления фотографий, но очень хорош для макетов, например, визитной карточки или вывески).

Витраж – нанесение с помощью различных технологий изображения на стекло, акрил, зеркало и дальнейшее использование последних в интерьере.

Воблер (англ. wobble – качание) – представляет собой небольшую пластиковую или картонную пластинку с рекламным изображением, подвешенную на тонкой ножке или пружинке, для выделения определенного товара в местах продаж.

Вывеска – средство наружной рекламы, размещаемое в местах продаж. Представляет собой щит с указанием названия предприятия. Может содержать элементы фирменного стиля и пиктограммы, указывающие на сферу деятельности.

Вымпел – рекламный флажок на подставке.

Выставка – показ достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни.

Г

Газосвет – один из видов световой рекламы.

Газосветная реклама – конструкции, изготовленные с применением неоновых трубок.

Гравертон – спец. технология создания на металлических основах с «золотым» покрытием штриховых изображений. Таблички, изготовленные с применением технологии «гравертон» предназначены для оформления офисов, сувениров и др.

Д

Джумби – объемные конструкции, формой повторяющие товар, увеличенный в несколько раз.

Дибонд – рекламная панель, состоящая из двух листов алюминия с качественной окраской одной из сторон, соединенных пластиковой основой.

Диспенсер – устройство для поштучной подачи товара в упаковке. Как правило, используется в прикассовой зоне. Служат для экспонирования небольших товаров или образцов товаров. Предназначен для демонстрации прайсов, буклетов.

Дизайн (Design, Commercial art) – творческий метод, процесс и результат художественно–технического проектирования промышленных изделий, рекламных материалов и окружающей обстановки, с целью удовлетворения потребности человека в эстетике и эргономике.

Дорожные указатели и домовые знаки – рекламное поле дорожных указателей и домовых знаков используется не только для размещения рекламы, но и для указания направления движения к офисам, складам и т.п.

Дюралайт – гибкий пластиковый шнур, в котором проходит цепочка лампочек. Используется для подсветки рекламных конструкций.

Ж

Жалон – рекламоноситель, в форме рекламируемого товара, располагается в местах продаж.

И

Имидж – образ товара, сходство, отражение, представление о чем–либо. Социально–психологическое явление, тесно связанное с экономикой товарного рынка. Имидж товара ассоциируется с репутацией товара, товарной марки, предприятия и страны изготовителя;

обобщенный портрет личности или организации, создающийся в представлении самых разных групп общественности и формирующий в общественном или индивидуальном сознании эмоциональное отношение к ней, на основании того, что личность или организация заявляет и, особенно, что делает.

Имиджевая реклама – реклама, главной целью которой является обеспечение популярности бренда или имени конкретного человека (как правило, в политической рекламе) обычно с перспективой на будущее.

Информационная табличка – плоская конструкция, размещаемая рядом со входом в фирму или организацию, или на входной двери (обычно на таких рекламоносителях размещают название фирмы с указанием сферы деятельности и часов ее работы).

Информационная доска – объект наружной и интерьерной рекламы со сменной информацией.

К

Карман – пластиковый, металлический или деревянный держатель для листовок, буклетов и т. д.

Картуш – украшение, чаще всего в виде щита или планшета, на который помещаются рекламный текст и декоративные элементы.

Козырек – навес над входом в здание, выступающий за фасад здания, помимо того, что защищает от дождя и солнца, является отличным рекламоносителем и эстетическим завершением фасада.

Клиент–менеджер – специалист по продажам рекламных возможностей агентства.

Контражур – декоративная подсветка задней части наружных рекламных конструкций

Креатив – (от англ. creative – творческий, изобретательный) творческая идея.

Кронштейн –

металлическая конструкция, используемая для крепления. Преимущества: в наружной рекламе применяется для крепления коробов к вертикальным конструкциям.

указатель, устанавливаемый на опорах городского освещения и отдельно стоящих столбах.

Крышная установка – объемная или плоская конструкция, расположенная полностью или частично выше уровня карниза здания или на крыше. Как правило – световая.

Л

Ламинирование – покрытие бумаги или картона тонкой прозрачной пленки под воздействием тепла и давления для защиты и улучшения внешнего вида рекламоносителя.

Лайтпостер – средство наружной рекламы, представляющее собой световой стенд (короб) с размером одной рекламной плоскости порядка 1.2x1.8м независимо от количества рекламных плоскостей, как отдельно стоящий, так и размещаемый на столбах, в том числе на опорах уличного освещения.

Лайтбокс – (от англ. light box — световая коробка) яркие световые короба, размещенные на опорах освещения, столбах, стенах зданий, павильонах, станциях метро. В зависимости от размещения могут быть одно – или двухсторонними. Размеры варьируются от 0,5 до нескольких кв.м.

Листовка – рекламный лист небольшого формата с текстами и иллюстрациями.

Логотип – (Logotype) элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание изображения товара, полного или сокращенного наименования фирмы или товаров фирмы. Форма товарного знака.

Люверс – металлическая окантовка отверстия в мягких материалах.

М

Макет – предварительный эскиз печатного материала, на котором отображается расположение текста и графических элементов.

Макетирование – процесс композиционного размещения рисующих элементов на формате. Конечный результат – макет. Самый последний, подписанный в производство макет – оригинал-макет.

Марка – имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, идентифицирующие товары или услуги одного или нескольких производителей – марка производителя, а также продавцов – торговая марка, и отличающие их от конкурирующих товаров и услуг.

Маркиза – подвижный навес снаружи над окнами для защиты от солнца, может быть использован в качестве рекламоносителя.

Медиа – средства распространения рекламы. Вся совокупность средств аудио-, теле- и визуальной коммуникации.

Ментальность – психологический термин, говорящий о разнице восприятия между людьми, их оценок и взглядов, обусловленных образом жизни, воспитанием, образованием, культурой. Учитывается при подготовке рекламных обращений и аргументов для потребителей рынков.

Мобайл –

легкая рекламная конструкция, прикрепляемая к потолку или кронштейну.

подвесное рекламное изображение большого формата, как правило, из картона.

Монтаж – соединение частей в целое.

Н

Наклейка – (patch) небольшое рекламное изображение на самоклеящейся основе, чаще всего используется в фирменной рекламе (на чемоданы, на стекла автомобилей и т.д.).

Наружная реклама – (out-of-home media, outdoor) реклама, размещаемая вне помещений (афиши, билборды, брендмауэры, растяжки, баннеры и т.д.), а так же в общественном транспорте, басорамы, вывески, витрины и другие конструкции, рассчитанные на просмотр с улицы.

Неон (Ne) – (от гр. neosm – новый) химический элемент из группы инертных газов, применяется для заполнения рекламных трубок.

Неоновая реклама – (neon sign) рекламная конструкция из трубок с неоном.

О

Объемная марка – элемент фирменного стиля, товарный знак в объемном исполнении.

Онинг – навес над окнами, используемый для оформления наружной части здания и размещения рекламы.

Оригинал–макет – текстовый и графический материалы (рисунки, фото и т.п.) которые объединены в едином макете, с которого средствами полиграфии производится печатная реклама.

Офорт – способ изготовления глубоких гравюр химическим травлением поверхности металлической пластины.

П

Панель–кронштейн – двусторонний щит, размещенный на опорах городского освещения или стене дома.

ПВХ – поливинилхлорид – основа для производства множества рекламных материалов – пленок, пластиков, тканей....

Пилон – (pylon) отдельно стоящая рекламная конструкция с внутренней подвеской, одним или двумя рекламными полями, как правило вертикальная.

Перетяжка–транспарант – (transparency) рекламоноситель из ткани или виниловой пленки, расположенный над проезжей частью, между зданиями или опорами городского освещения, см. так же транспарант.

Печать/Печатание – процесс получения изображения оригинала на оттиске, путем нанесения красочного слоя или слоев разных красок на запечатываемый материал (бумагу, картон, пленку, жель, пластмассу и др.), при помощи печатных форм/печатных машин.

Печать полноцветная – печать, минимум в 4 краски (синяя, желтая, черная, пурпурная – СМΥК или др. система), позволяющая воспроизводить цветные оригиналы (например, фотографии).

Плакат – рекламное изображение среднего или большого формата, на листе бумаги.

Плоттер – (plotter) компьютерное устройство вывода, широко использующиеся в производстве рекламы.

Плоттер (режущий) – устройство для резки самоклеющихся пленок.

Плоттер (струйный) – устройство для широкоформатной (до 5 м) печати на тканях, бумаге, виниловой пленке.

Полипропилен – (polypropylene) пленочный прозрачный материал. Ориентированный полипропилен чаще всего используется при ламинировании.

Поликарбонат – пластиковый материал для изготовления наружной рекламы, бывает как литой, так и сотовый.

Постер – (poster) рекламное изображение на бумаге или виниловой пленке, для различных рекламных конструкций.

Призма–вижн – конструкция в наружной рекламе, которая периодически меняет изображение путем поворота треугольных элементов, каждый раз образующих новый рисунок. Использован принцип детских кубиков.

Р

Региональная реклама – рекламная кампания в рамках одного района, учитывающая его особенности (традиции, быт, жизненный уровень и т.д.).

Рекламное место – место, на котором установлен или размещен носитель наружной рекламы.

Реклама – (advertising, сокращенно ad.) любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг через (платные) средства распространения информации, с четко указанным источником финансирования (от имени известного спонсора). Одна из форм маркетинговой коммуникации, как правило, оплаченная определенным рекламодателем, имеющая неличный характер и распространяемая с целью оказать воздействие на целевую аудиторию. Различают: Товарная реклама – (product ad.) реклама товара/услуги. Корпоративная (институциональная) реклама, создающая образ фирмы или благоприятное представление о нем. Социальная реклама – рекламирует общечеловеческие ценности, борется с общественными пороками. Политическая реклама – реклама политических и общественных партий, движений, государственных и политических деятелей, имеющая конечной целью обеспечить победу на различных выборах.

Ротация – в наружной рекламе перемещение рекламных стендов в пределах определенной территории каждые 30, 60 или 90 дней для создания впечатления долгосрочной рекламной кампании.

Рубашка–штендер («Сэндвич») – два небольших рекламных щита, которые определенный человек носит на спине и на груди по улице.

С

Саймон – рекламная конструкция с подсветкой, имеет 3 стороны с выгнутыми поверхностями формата 3х1.6м.

Световая реклама – (light advertising) вид наружной рекламы, в котором носителями рекламы выступают: неоновые вывески, световые короба, бегущая строка, экраны и т.д.

Световой короб – (light box) объемная конструкция, с внутренней подсветкой и рекламными изображениями.

Синкел – вид внутритранспортной рекламы – плакат небольшого формата с достаточно обширным текстом и подробной аргументацией.

Ситилайт – (city light) тонкая световая панель 1,2*1,8м. Крепится на собственной подставке.

Сити–формат – (city–format – городской вид, размер) реклама на отдельно стоящих уличных конструкциях (остановки, мусорные баки и т.д.) с рекламными поверхностями формата 1,2*1,8 м.

реклама на различных городских конструкциях (павильонах ожидания, остановках) и на отдельно стоящих конструкциях. Рекламная поверхность 1,2х1,8 м. Могут использовать роллерный механизм (демонстрируют до 5 постеров).

Скроллер – (от англ. scroll – свиток) рекламная конструкция с внутренней подсветкой и валиком для прокручивания изображений. 2,7х3,7 м – самый крупный формат среди городских конструкций. Слоган (корпоративный девиз, фирменный лозунг).

Слоган – (корпоративный девиз, фирменный лозунг) красивый, коротко сформулированный лозунг, выражающий основную миссию фирмы.

Стандартная наружная реклама – специальные конструкции для размещения рекламы, устанавливаемые таким образом, чтобы обеспечить максимальный охват рынка, на который рекламодаделец нацеливает свою рекламу.

Стела – (stele) высокая, вытянутая в вертикальной плоскости рекламная конструкция, устанавливаемая в непосредственной близости к объекту рекламы.

Суперсайт – крупноформатная (15*5 м, 12*5 м) отдельно стоящая конструкция с внешней подсветкой. Аналог биллборда.

Т

Транспарант – (растяжки, перетяжки) виниловые или тканевые ленты с рекламным изображением, используются для проведения кратковременных рекламных кампаний.

Транспортная (транзитная) реклама – (car-card advertising) одна из форм наружной рекламы, носители которой располагаются на бортах транспортных средств, остановках, в салонах транспортных средств и т.д. Сюда же относится и радиореклама на транспорте.

Товарный знак – (trade mark)

символы, дающие четкое представление о некоем хорошо знакомом предмете, образующем часть культурной среды предпринимателя и потребителя, и применяемые в качестве средства для идентификации товаров.

уловное обозначение, подлежащее правовой защите в соответствии с национальным законодательством и служащее для однозначной идентификации товаров/услуг.

Торговая марка – любые слова, наименования, символы или их сочетание, принятые и используемые производителем или коммерческой организацией для обозначения своих товаров и дифференциации их от товаров, производимых или реализуемых другими компаниями.

Торговые стенды – служат для имиджевой выкладки товара, они могут быть выставлены в проходах или в центре торгового зала.

Ф

Фирменный стиль – представляет собой совокупность графических элементов, используемых в фирменных бланках, визитных карточках, рекламных материалах, упаковке продуктов компании, сайте. Фирменный стиль состоит из констант фирменного стиля и его носителей, дизайн которых разрабатывается на основе этих констант. Набор констант фирменного стиля практически неизменен и ограничен. Набор носителей гораздо более широк и может различаться для разных фирм. К базовым константам фирменного стиля относятся: Логотип – (logotype) элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание изображения товара, полного или сокращенного наименования фирмы или товаров фирмы. Форма товарного знака. Символ или эмблема – графический элемент, который может использоваться отдельно или вместе с логотипом. Графический знак – единый блок из логотипа и символа. Корпоративный слоган (корпоративный девиз, фирменный лозунг) – красивый, коротко сформулированный лозунг, выражающий основную миссию фирмы.

Фирменный блок – объединенный в композицию символ и логотип, а также разного рода поясняющие надписи и, зачастую, корпоративный девиз.

Фирменные константы – строго соблюдаемые фирмой в работе на рынке формат, цвета, система верстки текста, представления иллюстраций и пр.

Фирменный цвет – принятый и строго выдерживаемый фирмой цвет или цветовое сочетание.

Фирменный комплект шрифтов – используемый фирмой шрифт.

Фриз – узкая и длинная плоскость на фасаде здания, используемая в качестве несущей конструкции для размещения на нём рекламных материалов (буквы, логотипы и др.).

Х

Хард постер – (hard poster) щит с рекламным изображением на отгибающейся ножке.

Ц

Целевая аудитория (ЦА) – группа людей, состоящая из реальных и потенциальных клиентов, на которых будет осуществляться рекламное воздействие.

Ш

Широкоформатная печать – многокрасочная печать на полимерных рулонных материалах. Используется при изготовлении элементов наружной рекламы.

Шелфтокеры – крепятся на торце полки стеллажа или прилавка и предназначены для выделения торгового ряда товаров одного бренда.

Шелфорганайзеры – крепятся на полке стеллажа или прилавке и позволяют зрительно обособить часть полки и организовать выкладку товара в этой части.

Штендер – (Pillar) мобильная раскладная конструкция, из пластика или металла, для размещения рекламного сообщения. Ставится возле входа в магазины, бары и др. Удобна тем, что для установки не требуется разрешений и согласований.

Э

Эффективность рекламы – сила воздействия рекламы на потребителей. Измеряется соотношением рекламных затрат и увеличения объемов продаж, точное измерение не возможно, т.к. по мимо рекламы на процесс продажи влияет масса других факторов.