

Особливості популяризації місцевих фотостудій

Наталія Вовк

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

gnatyska@gmail.com

Марта Концур

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

marta.kontsur@gmail.com

Abstract. *The article presents a general description of the photographic studio advertising campaign. The authors paid special attention to the prospect of advertising of regional photo studios. They submit the three most important and most practical means of advertising the activities of such a photo studio: a calendar, a business card, a booklet.*

Ключові слова: популяризація, фотопослуги, фотостудія, реклама.

Мистецтво фотографії буде популярним завжди. Фотостудія, як бізнес це дуже цікавий напрямок, оскільки його можна постійно розвивати, додаючи нові послуги.

Фотографія – це один з найкращих способів зберігати пам'ять про себе, своє життя, близьких людей, та кожен радісний і важливий момент. Але не кожен вміє правильно вибрати момент для фото, користуватись апаратурою для якісного знімку.

Саме тому люди часто користуються послугами професійних фотографів і відвідують фотосалони. При грамотному управлінні і рекламі, можна добитись швидкого росту популярності фотостудії та надання фотопослуг, напрацювати достатню кількість постійних клієнтів, налагодити корисні зв'язки, а з часом і розширити як саму студію, так і кількість її представників в інших містах.

Найкращим варіантом для реклами фотостудії є яскраві вивіски там, де розташований салон. Також, вивіска повинна бути стильною і має виділятись.

Оформлення фасаду має велике значення для фотостудії, оскільки одразу привертає увагу, і людина, що проходить повз, згадає про

нього, коли їй потрібно буде робити фото на документи, або якийсь сувенір для подарунку з фотографією.

Для зовнішньої реклами, одним з небагатьох ефективних способів для фотостудії є штендери. Розміщувати їх необхідно недалеко від самої студії, і на них має бути розміщена основна інформація, яка цікава клієнту: ціни та послуги [5].

Для внутрішньої реклами, доцільно виставляти на вітрину найкращі примірники виробів та великі роздруківки прикладів різних фотографій. На вироби можна повісити красиві і оригінальні роздруковані цінники [1].

До ефективних способів відносять також і інтернет-рекламу. Створення власного сайту-візитки, де буде розміщена вся інформація: види і вартість послуг, адреса, контакти, години роботи, галерея робіт [2]. Галерея дозволяє клієнту побачити, що варто очікувати від послуг студії в кінцевому результаті, і таким чином, клієнт з більшою ймовірністю обере саме цю фотостудію [4].

Окрім того, в окремих випадках можна використовувати інформаційний кіоск – апаратно-програмний комплекс з одним чи кількома сенсорними моніторами, призначений для надання довідкової інформації [3].

Реклама і просування в соціальних мережах це дуже ефективний спосіб просування фотопослуг. Це може бути:

- *Контентна реклама* (розміщення тематичної реклами у різних соціальних мережах);
- *Офіційна сторінка* (створення такої групи потрібно для того, щоб потенційні клієнти та просто користувачі бачили усі оновлення спільноти в стрічці своїх новин);

- *Прихована реклама* (розповсюдження інформації у вже створених групах, чи поширювати відео або ж фото у вигляді спаму, чи напряду писати користувачам) [6].

Крім реклами фотопослуг, необхідно подумати і про реалізацію супровідних товарів. Це може бути продаж фотоальбомів, плівки, об'єктивів, штативів, камер. Сюди також ще можна віднести продаж флешок, батарейок, акумуляторів та зарядних пристроїв. Для більшої кількості замовлень можна ввести послугу виїзду фотографа в зручне для клієнтів місце. Чим більший буде спектр послуг буде надавати фотостудія – тим більший прибуток і популярність вона матиме.

Також, чудовим варіантом для залучення клієнтів може стати організація майстер-класів, запрошення в студію фотомайстрів, безплатні пробні фотосесії.

Особливу увагу рекламній діяльності повинні звернути керівники місцевих фотостудій. Причиною цього є їхня неконкурентоздатність із визнаними, популярними фотостудіями у великих містах. Однією з таких фотостудій є фотостудія «Віват», яка знаходиться у центрі с. Оброшино (Львівська область).

Фотостудія надає такі послуги: фото на документи, проявлення, репродукція, реставрація, сканування, роздрук, різноманітні сувеніри з фото, супровідні матеріали.



Рис.1. Візитка фотостудії "Віват"

Для реклами фотостудії «Віват» обрано друковану рекламу, а саме:

- *Календар* (за рік комусь можуть знадобитися пропозиції, зазначені на календарі, особливо якщо вони будуть добре оформлені, і на ньому будуть перераховані всі послуги та координати);
- *Візитка* (спосіб представлення потенційним клієнтам послуг і контактів фотостудії);

- *Буклет* (тут можна розмістити список послуг та їх ціну, колажі з фотороботами, примірники виробів та всю необхідну і детальну інформацію).

Отже, рекламна кампанія регіональних фотостудій повинна бути спрямована, в першу чергу, на місцевого споживача. Для збільшення конкурентоздатності і вихід на регіональний ринок, таким фотостудіям необхідно збільшити не лише клієнтську базу, а й дуже часто – якість послуг.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Вільна бібліотека: Wikipedia [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Интернет-реклама>
- [2] Вовк Н. Рекламні засоби просування торгових марок ТЗОВ «Фокстрот» в мережі Інтернет / Х.Демків, Н.Вовк // Інформація, комунікація, суспільство 2017: матеріали VI Міжнародної наукової конференції ІКС-2017 [Електронний ресурс]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – 79-80.
- [3] Вовк Н. Інформаційний кіоск як новий інструмент у рекламній діяльності компанії / Н.Вовк, О.Гаргат, Л.Керенович// Інформація, комунікація, суспільство 2017: матеріали VI Міжнародної наукової конференції ІКС-2017 [Електронний ресурс]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – С.180-181.
- [4] Лебеденко М.С. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій / М.С. Лебеденко, І.В. Лученко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 1. – С. 178–182.
- [5] Матвійчук-Соскіна Н.О. Удосконалення торгівлі рекламними послугами на базі застосування інформаційних технологій / Н.О.Матвійчук-Соскіна // Економічний часопис – XXI. – 2010. – №5-6. – С. 32-37.
- [6] Реклама в Інтернеті: 8 видів — Lemarbet [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/reklama-v-internete-8-osnovnyh-vidov-i-ih-osobennosti/>