



Глоссарий Промоиндустрии

МОСКВА 2021 ГОД

ОБЩИЕ

HORECA (ХОРЕКА) — аббревиатура от первых двух букв в словах «Hotel» (Отель), «Restaurant» (Ресторан), «Cafe» (Кафе), обозначает сферу индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства)

POINT OF SALES (POS) — места продаж (магазины, супермаркеты, рынки и т.д.)

SALES PROMOTION — непосредственное стимулирование сбыта, представляет собой все виды деятельности, связанные с предоставлением информации, в том числе и коммерческой рекламы о товаре или услуге, их характеристиках, степени соответствия осознанным запросам потребителя, а также все виды коммуникаций маркетинга

БРИФ — краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта

ПРОМО (англ. Promo — рекламный) — это вид рекламной активности компании, с помощью которой потребители узнают о товаре/услуге не из зарегистрированных СМИ (телевидения, радио, страниц печатных изданий), а лично — попав на дегустацию, раздачу рекламных образцов товара или другой вид промоакции

ПРОМО-ПРОДУКЦИЯ — это один из видов рекламных носителей, используемых при проведении промоакций и различных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости бренда и привлечение новых клиентов, а также служащих для упрощения восприятия компании, ее продуктов и услуг потребителем

РАЗДАТКА — прямая премия, данная бесплатно и без обязательств, чтобы сформировать осведомленность и/или выразить добрую волю (свое расположение)

РЕГУЛЯРНЫЕ ПРЕМИИ — ряд связанных предметов, которые предлагаются с определенной периодичностью

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ ИЛИ ПРОМОТОВАРЫ — это вид изделий, используемых в качестве подарков, призов, раздаточных материалов в рекламных кампаниях, а также в виде корпоративных и бизнес-сувениров, чаще всего с нанесением логотипа или фирменного стиля заказчика на самом продукте или его упаковке. Часто в аналогичном контексте употребляются термины: промоподарки, промосувениры, бизнес-подарки. Промотовары являются одним из инструментов маркетинга. Это один из носителей фирменного стиля компании, служащий для упрощения восприятия компании, ее продуктов и услуг потребителем

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА) — это группа людей, объединённая общими признаками, социальным положением, целями и задачами. Это люди, которые с наибольшей вероятностью купят рекламируемый товар или воспользуются предлагаемой услугой

ТИПЫ КОМПАНИЙ (ПО ВИДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

ВЛАДЕЛЕЦ КАТАЛОГА, ВЕНДОР — компания, продающая уже готовую продукцию посредством цифрового либо печатного каталога, как правило со своего склада

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ — компания, основным видом деятельности которой является создание промопродукции с использованием первичных (труд, земля и капитал) и промежуточных факторов производства (сырье, материалы и т.п.)

ТИПОГРАФИЯ — полиграфическое производственное предприятие, на котором осуществляется допечатная подготовка (изготовление печатных форм, клише, штампов для высечки, фотоформ), нанесение изображения на носитель (бумага, пластик, металл) — печать тиража, а также послепечатная обработка печатной продукции (брошюровка, переплет, ламинация, тиснение, конгрев, высечка, склейка и тому подобное)

ПОСТАВЩИК — компания, которая производит, импортирует, печатает и иным способом преобразует или перерабатывает промопродукцию для ее продажи через дистрибьютора промопродукции или профессиональное агентство

ДЕКОРАТОР ПРОМОПРОДУКЦИИ — это престижная категория, к которой относятся только те компании, которые оказывают услуги по декорированию (графическому оформлению, нанесению логотипов тем или иным способом) промопродукции на изделиях заказчика для дистрибьюторов и поставщиков

ДИСТРИБЬЮТОР ПРОМОПРОДУКЦИИ — компания, чей основной бизнес включает разработку идей использования промопродукции, покупку этой продукции у поставщиков, её частичную переработку и продажу конечным клиентам

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ (КОНЕЧНЫЙ КЛИЕНТ) — компания, которая покупает промопродукцию у дистрибьютора для ее использования

в качестве промоинструмента. Клиент дистрибьютера или консультанта промопродукции

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО (КОНСУЛЬТАНТ ПРОМОПРОДУКЦИИ) — компания, которая разрабатывает решения для маркетинговых задач посредством новаторского использования промопродукции и является ресурсом для корпоративного клиента

ТИПЫ ПРОМОМЕРОПРИЯТИЙ

ВЫСТАВКА — публичное представление чего-либо, инструмент маркетинговой кампании, позволяющий рекламировать продукцию компании, знакомиться с партнерами и конкурентами, оценивать состояние рынка и своего места в нем, устанавливать новые бизнес-контакты

ДЕГУСТАЦИЯ — вид промоакции для стимулирования продаж, в ходе которой потенциальным потребителям товара предоставляется возможность [бесплатно] познакомиться и оценить качественные и вкусовые характеристики товара

ИВЕНТ — в переводе с английского — событие, мероприятие, один из самых действенных инструментов маркетинга и рекламы

ИГРА — промо-акция, являющаяся формой розыгрыша, поскольку с ней связан элемент шанса на выигрыш. В играх обычно используются игровые карточные устройства, которые можно стирать или открывать, чтобы показать выигрышный номер или описание приза

КОНКУРС — рекламная акция, в рамках которой потребители соревнуются за призы или деньги на основе навыков или способностей, а победители выбираются путем оценки заявок или определения того, какая запись ближе всего к некоторым заранее установленным критериям

КОНФЕРЕНЦИЯ — мероприятие, участники которого собираются в определенном онлайн или офлайн месте для обсуждения актуальных научных, политических, деловых или иных вопросов

КРОСС-ПРОМОУШН — совместные акции

КУПОНЫ В МАГАЗИНЕ — распространение купонов в розничных магазинах с помощью различных методов, таких как отрывные салфетки, раздаточные материалы, а также через полочные или электронные диспенсеры

ЛОКАЛЬНЫЕ АКЦИИ — акции с привязкой к конкретному месту и виду активности

ОТБОР ОБРАЗЦОВ — различные процедуры, при которых потребителям бесплатно предоставляется некоторое количество продукта для проведения испытания

ПРЕЗЕНТАЦИЯ — рекламное мероприятие, которое включает в себя демонстрацию определенного товара или услуги и, как правило, сопровождается видеопоказом и раздачей информационных материалов о продукте

ПРОМОАКЦИЯ — (действие или выступление, предпринимаемое для достижения какой-либо цели) — это вид рекламной активности компании (предприятия, учреждения, организации), путём которой потребители узнают о товаре (услуге) не из зарегистрированных средств информации (телевидения, радио, страниц печатных изданий), а лично, попав на дегустацию, раздачу рекламных образцов товара или другой вид промоакции

РОЗЫГРЫШ ИЛИ ЛОТЕРЕЯ — стимулирующий элемент рекламной кампании, при которой покупателю предлагается приобрести товар, а после этого зарегистрировать свое участие. Именно в рамках номеров регистрации и происходит розыгрыш, причем механика лотереи должна предусматривать элемент случайности в определении победителя. Любая лотерея должна быть зарегистрирована в налоговых органах

СЭМПЛИНГ — это распространение образцов продукции и рекламных материалов среди целевой аудитории бренда, как правило, сопровождающееся раздачей небольших сувениров/подарков

ФЛЕШМОБ — это спланированная массовая акция, в рамках которой люди собираются в определенном месте и совершают заранее оговоренные действия. Цель флешмоба – вызвать у окружающих интерес

ТИПЫ ПРОМОПРОДУКЦИИ

IN-PACKAGE — предлагаемый предмет-премия внутри упаковки

OUT-OF-PACKAGE — предмет-премия, прикрепленный снаружи упаковки товара, или другой предмет, находящийся с ним в специальном футляре, коробке или пленочной обертке

OPEN GIFT — предмет поощрения, который дан новому клиенту с условием последующих заказов

TROPHY — награда, обычно персонализированная, используется для признания результатов работы или этапов; может быть или функциональным предметом (пресс-папье, часы) или демонстрационным (плакетки, призы)

BUISNESS GIFT — предмет, данный фирмой и выражающий доброжелательность без обязательств для своих клиентов, работников, друзей и т.п. Чаще всего этот предмет не имеет обозначения рекламодателя. Некоторые компании запрещают служащим принимать деловые подарки

БУКЛЕТ — рекламный проспект, который печатается на одном листе, а затем складывается. Как правило, раздается бесплатно на выставках или в офисе рекламодателя, а также рассылается

ДОДЖЕР — рекламный проспект

ЖАЛОН — рекламный носитель на месте продаж. Представляет собой как плоский, так и объемный картонный или пластиковый рекламный носитель в форме рекламируемого товара

НАГРАДА — изделие выражающее признание, обычно персонализированное, используется для выражения признательности за результаты работы или ее этапа; это может быть или функциональным предметом (пресс-папье, часы) или демонстрационным (плакетки, призы)

ПРЕДМЕТ-ПРЕМИЯ — предмет не возвращается и предлагается при прямом почтовом маркетинге за согласие бесплатной пробы

товара. Предмет-премия сохраняется у потребителя, даже если пробное изделие было возвращено

ПАМЯТНЫЙ ПРЕДМЕТ — памятный предмет для того, чтобы отметить церемонию, юбилей, событие или веху

ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ — изделие поощрения, которое дано клиенту в качестве благодарности за размещение первого заказа

ПОДАРКИ ДЛЯ ПРИНИМАЮЩЕЙ СТОРОНЫ — подарок или предмет-премия, данный оператором мероприятия потребителю, согласившемуся быть принимающей стороной в демонстрационном мероприятии. Ценность подарка обычно пропорциональна объему продаж за время мероприятия

ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ — это способ стимулирования продаж и повышения лояльности покупателей, а также благодарность производителя товара за выбор покупателя в его пользу

ПООЩРЕНИЕ ДИЛЕРА — предмет поощрения или иное вознаграждение, данное производителем розничному торговцу или дистрибьютору в обмен на покупку товара определённого объема

ПРЕДМЕТ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ — предмет поощрения, обладающий свойственной ему ценностью, основанной на восприятии как предмета коллекционирования

ПРЕДМЕТ-ЗАЦЕПКА (GIFT FOR OPEN) — ценный предмет, предлагаемый продавцом с целью убедить потенциальных покупателей прослушать презентацию продаж или инициировать интерес к продукции или услуге и вызвать последующие продажи

ПРЕМИЯ — продукт или услуга, предлагаемая бесплатно или по сниженной цене, если получатель исполняет некоторую задачу, такую как приобретение товара или согласие с коммерческим предложением

ПРЕМИЯ ЗА РЕКОМЕНДАЦИЮ — премия, предлагаемая клиенту за содействие в продаже продукта или услуги его друзьям или партнерам

ПРИЗ — вознаграждение, данное победителю в конкурсе, розыгрыше или лотерее, которое иногда называется коммерческим поощрительным вознаграждением

РАЗДАТКА — прямая премия, данная бесплатно и без обязательств, чтобы сформировать осведомленность и/или выразить добрую волю (расположение)

МЕРЧ — официальная продукция с символикой свободного содержания; мерч направлен на поддержание отдельно взятых музыкантов, спортсменов и т.д.

КОРПОРАТИВНЫЙ МЕРЧ — официальная продукция с символикой компании

ПРОМОФОРМА — элемент фирменного стиля для поддержания корпоративной идеи при проведении мероприятий либо трейд-маркетинговых мероприятий

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ — является элементом фирменного стиля и служит для поддержания и продвижения представления об образе компании

ВИДЫ ДИЗАЙНА

МАКЕТИРОВАНИЕ — процесс композиционного размещения рисующих элементов на формате

ВЕРСТКА — процесс размещения текстовых и иллюстративных блоков по полю формата с учётом дизайна макета и требований правописания

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН — разновидность дизайна, модернизированная форма рисовальной и печатной прикладной графики (типографики) с использованием новых промышленных технологий (компьютерная графика, веб-дизайн), тиражирования и внедрения дизайн-продукта в среду визуальной коммуникации. Современный графический дизайн считается разновидностью коммуникационного дизайна

3D-ДИЗАЙН (ТРЕХМЕРНАЯ ГРАФИКА) — раздел компьютерной графики, посвящённый методам создания изображений или видео путём моделирования объёмных объектов в трёхмерном пространстве

3D-МОДЕЛИРОВАНИЕ — процесс создания трёхмерной модели объекта

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН — отрасль дизайна, область художественно-технической деятельности. Целью промышленного дизайна является определение формальных качеств промышленных изделий, а именно их функциональных и внешних качеств

ТЕХНИЧЕСКИЕ ЧЕРТЕЖИ — это графический конструкторский документ, содержащий изображение инженерного объекта (например, детали, сборочной единицы, изделия, здания, сооружения и т.п.), а также данные, необходимые для его изготовления, сборки, монтажа, упаковывания, строительства, контроля и др

ТИПЫ ДЕКОРИРОВАНИЯ

ТАМПОПЕЧАТЬ — вид глубокой печати, в процессе которой краска переносится с печатной формы на изделие с помощью специального тампона. Чаще всего метод используют для брендинга самых востребованных и массовых промоподарков с плоской или выпуклой поверхностью, но применяют и для печати на дорогих сувенирах из пластика, металла, силикона и т.п.

ШЕЛКОГРАФИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ (ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ) — это метод печати, при котором изображение наносится с помощью специальной сетки с частым плетением через трафарет, при этом краска проникает на нужные участки поверхности, создавая плотный и яркий красочный слой.

ТИСНЕНИЕ — полиграфический процесс для получения рельефного изображения на поверхности продукции (листового металла, бархата, бумаги и т.п.). Относится к послепечатной отделке продукции, производящийся на ручных, полуавтоматических и автоматических прессах для тиснения, основанной на припрессовке горячим или холодным способом металлизированной или пигментной фольги или полимерной плёнки с напылением нужного вещества для улучшения привлекательности упаковки, этикетки или рекламно-акцидентной продукции.

ТИСНЕНИЕ БЛИНТОВОЕ — плоское бескрасочное тиснение надписей или украшений на книжных переплетах, производимое горячим прессом. При блинтовом тиснении плоский штамп оставляет на поверхности книжного переплета плоское углубление, сглаживающее фактуру ткани или бумаги.

ДЕКОЛИРОВАНИЕ — технология нанесения изображения на керамические или стеклянные изделия. Изображение (деколь, «переводная картинка»), переносится на керамику или стекло с бумажной основы, а затем фиксируется высокотемпературным обжигом в муфельной печи.

СУБЛИМАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ — метод печати, при котором изображение печатается цифровым способом на специальной бумаге, а затем закрепляется на изделии методом термопереноса.

С помощью специального оборудования изображение очень плотно прижимается к запечатываемой поверхности, и под воздействием высокой температуры краска с бумаги проникает в верхний слой самого изделия

ТЕРМОТРАНСФЕРНАЯ ПЕЧАТЬ — метод цифровой или трафаретной печати, при котором материал наносится на бумагу путем расплавления покрытия ленты, чтобы оно оставалось приклеенным к материалу, на который наносится печать

УФ-ПЕЧАТЬ — разновидность струйной печати с использованием УФ-отверждаемых чернил, которые застывают (фотополимеризуются) под воздействием ультрафиолетового излучения, образуя плёнку на запечатываемом материале

ВЫШИВКА — декоративные стежки на ткани. Обычно является собой небуквенное изображение, но может также включать в себя буквы и монограммы

ЛАЗЕРНАЯ ГРАВИРОВКА — метод нанесения изображения на какое-либо изделие с помощью сфокусированного лазерного луча. Как правило, это изображение имеет некоторую глубину (рельеф), и в этом заключается основное отличие лазерной гравировки от лазерной маркировки. Лазерной гравировкой часто называют само изображение, полученное на изделии. Как правило, это логотипы, надписи, какой-либо орнамент или рисунок

ЗАЛИВКА СМОЛОЙ (ДОМИНГ) — создание акриловых композиций над графическим изображением, нанесенным практически на любой материал. Благодаря своим оптическим характеристикам, смола после застывания образует линзу, зрительно увеличивающую изображение, при этом цвета становятся более насыщенными и глубокими, а изображение объемным, приобретая своеобразный эффект 3D. Используется при изготовлении шильдиков, значков, магнитов, наклеек, этикеток, придавая им презентабельный вид

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ — изготовление тиражной печатной продукции с помощью «цифрового» оборудования — устройств, печатающих непосредственно из электронных файлов

и использующих технологию прямого нанесения красок (как в принтерах и ризографах)

ВЯЗАНИЕ — вид плетения, процесс изготовления полотна или изделий из одной или нескольких нитей путём изгибания их в петли и соединения петель друг с другом

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ НА ТЕКСТИЛЕ / DTG (DIRECT-TO-GARMENT) — современная технология цифровой печати по ткани экологичными красками. Позволяет наносить с помощью специального оборудования высококачественные полноцветные изображения на текстильные изделия

ФЛЕКСОВАЯ ПЕЧАТЬ — прямая высокая ротационная печать, с помощью быстровысыхающих жидких красок, закрепляющихся на большинстве гибких материалов. Используются эластичные печатные формы, устанавливающиеся на формные цилиндры