**Панель-Кронштейн**

Как известно, реклама – двигатель прогресса, но важно правильно её использовать для того, чтобы силы и средства на неё не были потрачены зря. В рекламной индустрии часто появляются новые инструменты наружной рекламы, об одном из них будет сказано ниже: панель-кронштейн – что это и для чего нужно?

Описание панель-кронштейна

Панель-кронштейн – это конструкция, представляющая собой световой короб, обычно размещаемый на стенах зданий. Чаще всего он двусторонний, что позволяет быть обозримым с обеих сторон для прохожих или водителей. Встречаются также односторонние и трёхсторонние конструкции. Панель-кронштейны разделяются не только по тому, на сколько сторон выходят, но и по ряду других признаков:

* способ крепления: стена, потолок, торец здания и др.;
* материал корпуса: пластик, баннерная ткань, акриловое стекло и др.;
* материал подсветки: неон, светодиодные/люминесцентных ламп и др.;
* наличие подсветки: световые и несветовые;
* объём: плоские или выпуклые;
* по возможности динамики: статичные и динамичные.

Наиболее часто панель-кронштейн путают с вывеской и ситибордом. Если после перечисления признаков очевидно, что вывеска – более простой вариант привлечения внимания, то отличия от ситибордом стоит отметить: ситиборд имеет значительно больший размер (причём чаще стандартный), размещается вдоль улиц и тротуаров, а не на здании.

Преимущества

Для того чтобы выбрать панель-кронштейн для рекламирования товаров/услуг, нужно чётко понимать достоинства и недостатки данного рекламного средства. Достоинствами его являются:

* многофункциональность. Из-за обширности видов такой вид рекламы может подойти и для небольшой торговой точки, желающей познакомить потенциальных клиентов со своей продукцией, и для мировых корпораций, давно закрепившейся на рынке;
* невысокая стоимость. При выборе бюджетных материалов использовать данный инструмент рекламы может даже новая организация, имеющая ограниченное количество свободных средств;
* расположение. Так как чаще они крепятся на наружных стенах зданий, то потенциальные покупатели волей-неволей её видят. Кроме того, прохожие передвигаются с меньшей скоростью, нежели автомобили с водителями (для которых, например, используются билборды), поэтому воздействие проходят большее время, что также повышается эффективность воздействия на мозг человека;
* возможность размещения на различных поверхностях. Расположение не ограничивается стенами зданий: панель-кронштейны могут быть закреплены на магазине, на жилом доме, кафе, возле дорог, фонарных столбах. Считается, что он самый удобный по размещению;
* прочность. В связи с универсальностью применения на различных поверхностях панель-кронштейны могут выдержать любые неблагоприятные условия: жаркое солнце, дождь, сильный ветер, сильный мороз.

Недостатки

Кроме достоинств есть и недостатки панель-кронштейна:

* компактность, что не всегда подходит для имиджа крупных компаний;
* низкая обозримость: для пешеходов – это около 2 метров, а для водителей – 5 метров.

Эти недостатки нужно учитывать при размещении (например, не ставить в таких местах, где водителю нужно 10 метров для возможности прочесть буквы), а также при выборе материалов (например, применить динамичные или выпуклые знаки для более быстрого распознавания).

Особенности заказа

Многие рекламно-производственные компании представляют свои услуги в сфере изготовления панель-кронштейнов. Основными параметрами при этом являются:

1. Определение перечня услуг, которые предоставляет выбранная компания. Крупные изготовители делают полный комплекс работ: производство дизайна, составление необходимых документов, изготовление и монтаж конструкции, обслуживание и ремонт, содействие в получении разрешения установки в данном месте. Если производственная компания не является крупной и стабильной, то возможен меньший перечень услуг, что нужно уточнить заранее. Также важно является получение гарантию.
2. Ознакомление с прайсом. Стоимость может значительно разниться в зависимости от материалов, технологии производства и установки, размера и дизайна.
3. Выбор места размещения. Место зависит от особенности рекламируемого товара или услуги. Если они имеют чёткий целевой характер, то это нужно учитывать: например, панель-кронштейн с рекламой детских товаров лучше размещать около детских садов и школ, с услугами копирования/сканирования – около университетов, предоставления бухгалтерских и услуг – у налоговых и т.д. Если товар не имеет такую чёткость в аудитории, то лучше обратить своё внимание на места массовых скоплений людей: площади, набережные, рынки, транспортные развязки.
4. Количество. Если компания может позволить себе несколько панель-кронштейнов, то можно разместить их подряд, что «приведёт» потребителя в рекламируемую фирму.

Как было отмечено, видов, функций и примеров панель-кронштейнов может быть множество. Главное сочетать их так, чтобы привлечь внимание людей, которые купят рекламируемый товар или воспользуются услугой.