

УДК 338.24

DOI 10.51691/2500-3666_2022_1_3

***ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ POSM
(POS MATERIALS) В ТОРГОВЛЕ РОССИИ***

Чернова А.В.

*научный руководитель, старший преподаватель, институт технологий управления кафедры современных технологий управления, институт перспективных технологий и индустриального программирования кафедры метрологии и стандартизации,
РТУ МИРЭА,
Москва, Россия*

Годунова М.С.

*студент кафедры современных технологий управления,
РТУ МИРЭА,
Москва, Россия*

Кузьмичева А.А.

*студент кафедры современных технологий управления,
РТУ МИРЭА,
Москва, Россия*

Аннотация

Цель статьи заключается в изучении понятия POS-материалов, а также в выявлении перспектив их развития. Подчеркивается важность POSM в торговле России и их перспективы в условиях цифровой трансформации. Научная новизна работы состоит в современном подходе к изучению вопроса, а также более узкой направленности рассмотрения – на рынке России. В результате исследования опреде-

лено, что в будущем, по мере роста цифровизации экономики, также будет происходить цифровая трансформация POSm.

Ключевые слова: POSM, цифровизация, торговля России, реклама, средства коммуникации.

***PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF POSM
(POS MATERIALS) IN RUSSIAN TRADE***

Chernova A.V.

*Scientific Supervisor, Senior Lecturer, Institute of Control Technologies Department of Modern Control Technologies, Institute of Advanced Technologies and Industrial Programming Department of Metrology and Standardization,
RTU MIREA,
Moscow, Russia*

Godunova M.

*student Department of modern management technologies,
MIREA — Russian Technological University,
Moscow, Russia*

Kuzmicheva A.

*student Department of modern management technologies,
MIREA — Russian Technological University,
Moscow, Russia*

Abstract

The purpose of the article is to study the concept of POS-materials, as well as to identify the prospects for their development. The importance of POSM in Russian trade

and their prospects in the context of digital transformation are emphasized. The scientific novelty of the work consists in a modern approach to the study of the issue, as well as a narrower focus of consideration - in the Russian market. As a result of the study, it was determined that in the future, as the digitalization of the economy grows, the digital transformation of POSM will also take place.

Keywords: POSM, digitalization, trade in Russia, advertising, communication means.

Ежедневно множество людей, не осознавая того, сталкивается с POS материалами. POSM встречаются на каждом шагу и редко кто задумывается о том, что же это такое. Результатом действия этих материалов считается ситуация, когда люди, посещая торговые центры или точки, уходят с множеством товаров, не входящих в изначально запланированный список покупок.

В современных реалиях жесткой конкуренции, где с завидной частотой на рынке появляется все больше и больше компаний, и какой-либо товар уже не является дефицитным или труднодоступным, все производители вынуждены «уметь зацепить» клиента абсолютно всеми доступными способами, в таких условиях реклама перемещается на одно из лидирующих мест, поднимая значимость POSM до высочайшего уровня. Актуальность темы работы определяется тем, что в настоящее время POSM активно используются и развиваются, а также выходят на новые уровни и создают новые форматы.

POSM – это point of sales materials, что переводится с английского как место или точка продажи. Переведя на повседневный русский язык – материалы, которые помогают продвигать продукцию или услуги (в местах продаж) для управления желаниями потребителей.

Верно подготовленные рекламные материалы – залог успеха продажи продукта или услуги. Их можно встретить и в маленьких магазинчиках, и в офисах продаж и в больших торговых центрах. Даже самый опытный и внимательный

человек не всегда сможет устоять под влиянием различных рекламных материалов, ведь воздействие POSM на потенциального клиента распространяется как напрямую, так и косвенно.

Поэтому POS материалы в рознице – это один из самых сильных инструментов для увеличения продаж, не требующий больших затрат, но при этом обязательный к использованию в любой розничной торговой точке.

В настоящий момент POSM являются средством коммуникации между производителями или продавцами и покупателями. Функции POS-материалов, по мере развития торговли в целом, пропорционально увеличиваются. Так, изначально аттрактивная, привлекающая функция к нынешнему периоду времени уже не является единственной и главенствующей. Сейчас «список обязанностей» материалов продвижения дополняется информационной, брендовой, стимулирующей и другими функциями.

Перспективность POSM в будущем также не оставляет сомнений. Материалы продвижения являются современным трендом управления различными процессами и торговлей. Следует отметить, что POS материалы будут актуальны не только в магазинах. Сейчас на каждом шагу можно увидеть рекламу какого-либо продукта или услуги, изображенного на улице, однако прогресс не стоит на месте, и все чаще в интернете встречаются приглашения перейти по ссылке, что в свою очередь является технологически новым видом POSM.

Далее изучим распространенные примеры использования POSM.

– Выделение товара.

POSM способны сделать один товар или даже группу товаров более заметными и привлекательными.

– Напоминание о необходимости приобретения.

Примером в рознице могут послужить прикассовые зоны, товары на которых часто могут часто покупаются из-за импульсивного желания (к примеру,

конфеты или жевательные резинки), где POSM являются напоминанием о покупке. Помимо этого, современным примером может служить контекстная реклама на сайтах, которая напоминает приобрести товар на основе просмотренных ранее продуктов.

– Ускоряют время принятия решения о покупке.

Особой силой обладают слова «выгода», «скидки», «бесплатно». POS-аксессуары подталкивают клиентов к совершению покупки. Примером в интернете может служить реклама с таймером к окончанию акции или получению бесплатного подарка.

- Зонирование и навигация.

Подобные материалы помогают покупателю сориентироваться и прийти именно к тому товару, за которым он пришел. Это работает на комфортное нахождение покупателя в местах продаж, что в свою очередь делает его постоянным посетителем данного места.

– Лояльность к продукции и запоминаемость марки.

Долгосрочные POS материалы способны сделать товар узнаваемым, а, следовательно, и продаваемым.

Преимущества.

– Стимулирование продаж. Очень часто POSM являются одновременно и местом выкладки товара (в рознице), а это значит, посмотрев на яркую и привлекательную рекламу, для приобретения достаточно лишь протянуть руку или кликнуть по картинке в интернет-магазине. По этой причине POSM нередко становятся причиной эмоциональных покупок.

– Не требуют больших затрат и могут использоваться повторно. Например, ежегодно осуществляется выкладка праздничных товаров и украшение торговой точки тематическими материалами.

– Легко настраиваются для использования в интернете.

– Позволяют легко привлечь аудиторию. POS-материалы не так просто проигнорировать, как это может показаться на первый взгляд. Особенно это применимо в случае стопперов и больших дисплеев, которые всегда обращают на себя внимание потребителей. Также POS-материалы легко привлекают детей, которые потом побуждают взрослых сделать покупку. Так маркетинг, направленный на одну аудиторию, заставляет делать покупку другую. Это относится к одному из косвенных влияний материалов на клиента.

Данные преимущества присущи всем видам POSM.

В современном мире существует множество видов POS-материалов, поэтому целесообразным для начала будет распределение их на категории, и далее, знакомство с каждой группой отдельно. К такому делению материалов применяется распределение по расположению.

Уже сейчас в каждом магазине существует пять основных зон торговли, в зависимости от этого решается размещение POS-материалов. Однако на сегодняшний день технологии не стоят на месте и не стоит забывать, что дополнительно POS-материалы активно проникают в интернет.

Рассмотрим конкретные виды POSM, которые нужно размещать в той или иной зоне в розничном магазине. Они представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды POS-материалов

| Вид | Задача | Примеры |
|---------------------------|--|--|
| Зона наружного оформления | Обратить внимание потенциального покупателя на торговую точку. | Лайтбоксы, объемные буквы, баннеры, напольная графика, штендер. |
| Зона входа в магазин | Оформление входа в магазин. | Таблички, вывески, наклейки на двери, антикражные ворота, плакаты, урны и т.д. |
| Зона торгового зала | Помочь покупателю найти необходимый товар. | Напольная графика, постеры; шелфтокры; держатели ценников; воблеры; диспенсеры; дисплеи; блистеры; стопперы. |
| Зона выкладки товаров | Сделать их заметными на фоне конкурентов. | Рекламные стенды; ростовые фигуры (хард-постеры); стеллажи; рекламные и |

| | | |
|------------------|---|--|
| | Здесь покупатель решает совершить покупку, могут повлиять на его выбор. | дегустационные стойки; демонстрационные стойки и дисплеи; мобайлы; рекламные гирлянды; джумби, холодильники. |
| Зона возле кассы | Направлены на совершение импульсивной покупки. | Воблеры, лотки для мелочи, коробки для чеков, ценники и т.д. |

На настоящий момент нельзя сказать, что POS-материалы достигли пика своего развития. Напротив, с течением прогресса для POSm появляется все больше возможностей своего проявления. Существование магазина, как сети способствует активному использованию ПОСм в сравнении с маленькими локальными организациями. Потому что сетевые продавцы имеют весомую сбытовую мощность и достаточно высокие ресурсные возможности. Именно поэтому магазины в составе сети активно применяют POS-материалы с целью увеличения объемов продаж.

Стоит готовиться к тому, что в будущем заметно изменится состав используемых POSm из-за стремительной цифровизации рынков России. Долгосрочные разработки, являющиеся нематериальными активами, на сегодняшний день считаются наиболее перспективными. Подобные пос-материалы встречаются в различных торговых точках России:

- движущиеся трехмерные изображения дополненной и виртуальной реальности;
- Инсталляции со звуком, способные меняться при взаимодействии с покупателем;
- «Just Touch» – устройства, которые реагируют на прикосновение покупателя;
- точки Bluetooth – умные программы, которые способны отследить включенный телефон и отправить рекламную информацию и многое другое.

Ожидается большее развитие электронных ПОС-материалов и появление их в интернет-торговле в связи с тем, что большинство производителей и продавцов товаров имеют ограниченные средства.

Возможности дальнейшего развития POS-материалов в розничной торговле России.

– Как было сказано выше, увеличатся заказы на долгосрочные POSm и следует рассчитывать на увеличение заказов в интернете.

– Коммерческие компании имеют важные неиспользованные возможности для дальнейшего стимулирования продаж, поскольку они используют их для расширения и улучшения качества POS-материалов. Это отличная возможность для развития POSm. Кроме того, дополнительным преимуществом использования цифровых ПОСм является потребность в неочевидных на первый взгляд специалистах по интернет-маркетингу, что приведет к созданию новых рабочих мест.

– В дальнейшем по мере цифровизации экономики цифровая трансформация POSm будет продолжаться. В краткосрочной перспективе мы можем рассчитывать на разработку дешевых интерактивных POS-материалов в коммерческом секторе для отправки электронных POS-материалов на смартфоны.

Самыми перспективными являются видеостены и экраны – стоимость контракта на этих рекламоносителях невелика, а технология производства и применения отработана. Кроме того, это формат, уже прошедший проверку временем и доказавший свою эффективность.

Наиболее перспективными среди новинок видятся решения, так или иначе использующие связь с интернетом и мобильными технологиями – QR-коды, Bluetooth, и интерактивные устройства с выходом в сеть.

Обобщим результаты исследования.

– Очевидно, что у современных POSM большое будущее.

– Эти рекламоносители способны воздействовать на чувства человека и вызывать эмоции, которые приходят к покупателю в нужный момент, что в современном перегруженном информацией мире становится все важнее.

В качестве итога, хотелось бы отметить, что инновационные технологии, особенно цифровые, с каждым днем все более и более совершенствуются. В свою очередь, это будет позволять снова и снова придумывать бесконечные, впечатляющие креативные решения в сфере POS-материалов.

Библиографический список

1. Карашук О.С., Тихонова Е.В. POS-материалы розничных организаций и их трансформация в цифровой экономике // Экономика и бизнес. - 2019 г.
2. Сайт блог о маркетинге [Электронный ресурс]. – URL: <https://in-scale.ru/blog/pos-materialy-nezamenimye-pomoshniki-v-merchandajzinge/> (дата обращения: 20.11.2021).
3. Сайт ОФСЕТ Москва [Электронный ресурс]. – URL: <https://offset.moscow/a192521-chto-takoe-pos.html> (дата обращения: 23.11.2021).

Оригинальность 89%