**Jak przyciągnąć uwagę klientów marketów?**

**Jak wynika z raportu firmy technologicznej Proxi.cloud w pierwszym kwartale roku Polacy robili zakupy w dużych sieciach 15% częściej niż w 2022 roku, a same dyskonty odwiedziło 92% ogółu konsumentów. W jaki sposób wykorzystać ten trend w optymalizacji ścieżki zakupowej potencjalnego klienta? Odpowiadamy.**

Reklamy odgrywają istotną rolę w kształtowaniu decyzji zakupowych. Dzięki nim klienci dowiadują się o nowych produktach i usługach, zyskują wiedzę o ich funkcjach i korzyściach, a także, na czym zależy wielu firmom – są zachęcani do dokonywania zakupów. Reklamy mają zatem realnywpływ na budowanie i wzmacnianie świadomości marki i produktów, a także na percepcję wartości oferowanych produktów. Dzięki nim klienci są w stanie zidentyfikować oferty, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom i oczekiwaniom.

Co istotne, wpływ komunikatów reklamowych na decyzje zakupowe klientów zależy od wielu czynników. Należą do nich m.in. jakość prezentowanej reklamy, zgodność reklamy z aktualnymi potrzebami i oczekiwaniami klientów, jakość oferowanych produktów oraz konkurencyjność cen.

**6 przykładów skutecznej strategii przyciągania uwagi klientów**

Według badań „wchłaniamy” dziennie około 100 000 słów z zewnętrznych źródeł masowego przekazu. Wyróżnienie swojej oferty wśród konkurencji jest zatem sporym wyzwaniem, jednak z pewnością wartym zaangażowania. Poniżej kilka elementów, które warto rozważyć podczas planowania działań:

* Produkty wysokiej jakości – Klienci doceniają dobrej jakości produkty, które spełniają ich oczekiwania. Warto postawić na asortyment najlepszych producentów i dbać o jakość produktów oferowanych w sklepie.
* Oferta specjalna – promocje, wyprzedaże, nagrody za lojalność, karty stałego klienta, programy rabatowe i bonusowe, gry i zabawy dla dzieci. Klienci lubią korzystać z okazji, dlatego warto oferować im różnego rodzaju bonusy.
* Merchandising – odpowiednie rozmieszczenie towarów, wyeksponowanie produktów, atrakcyjne prezentacje i promocje, czytelne oznaczenia i ceny. Wszystko to wpływa na estetykę sklepu i przyciąga uwagę klientów.
* Profesjonalna obsługa – przyjazna, pomocna, zawsze gotowa do udzielania porad i odpowiedzi na pytania klientów. Dobrze przeszkoleni pracownicy sklepu są ważnym elementem w pozytywnym odbiorze marki.
* Inwestycja w wygląd sklepu – czystość, porządek, wygodne koszyki i wózki, atrakcyjne oświetlenie, dekoracje sezonowe, wygodne kasy, darmowy dostęp do Internetu. Wszystko to wpływa na odczucia klientów i ich pozytywną opinię o marce.
* Kampanie marketingowe – reklamy w prasie, telewizji, radiu, Internecie, banery, plakaty, ulotki, newslettery, a także kampanie w mediach społecznościowych. Ważne jest, aby były skierowane do konkretnych grup docelowych, prezentowały ofertę w sposób atrakcyjny i wyrazisty. W efekcie klient zaczyna odczuwać potrzebę zakupową i łączyć dany produkt z naszą marką.

Ciekawym przykładem kampanii marketingowej jest reklama na drzwiach marketów

**Drzwi marketów – dlaczego warto reklamować na nich produkty?**

- *Reklamy na drzwiach marketów są jednym ze sposobów na przyciągnięcie uwagi klientów i zwiększenie ruchu w markecie. Mogą one zawierać informacje o promocjach, nowych produktach czy zmianach godzin otwarcia* – podpowiada Sylwia Krysik-Myśliwiec, Chief Operating Officer w OOH.pl. – *Reklamy te są drukowanie na folii samoprzylepnej i aplikowane na drzwiach wejściowych, przez co wprost nie da się ich przeoczyć. Ważne jest, aby reklama była dobrze zaprojektowana i zawierała krótkie, ale przekonujące przesłanie –* dodaje ekspert OOH.pl.

Reklamowanie produktów i usług na drzwiach marketu to skuteczna forma marketingowa, która przyciąga uwagę konsumentów i finalnie wpływa na zwiększenie sprzedaży. Dlaczego warto rozważyć tę formę reklamy?

* **Budowanie świadomości marki** – gigantyczne zasięgi kampanii na drzwiach marketów przekładają się na doskonałe efekty kampanii wizerunkowych. Potencjalny odbiorca zapozna się z nazwą marki, jej logotypem, ofertą. W efekcie nawet jeśli w tej chwili nie skorzysta z oferty, to w przyszłości, myśląc o kategorii produktu/usługi, bez problemu przywoła z pamięci widzianą reklamę.
* **Skuteczność** – reklamy na drzwiach są umieszczane na wysokości oczu, na drodze konsumenta na zakupy. Kontakt z komunikatem reklamowym, tuż przed podjęciem decyzji zakupowych, zwiększa skłonność konsumenta do włożenia do swojego koszyka promowanego produktu, nawet jeśli wcześniej tego nie planował.
* **Duża liczba potencjalnych odbiorców** – drzwi marketów są nośnikiem reklamowym, który każdego dnia mijają miliony osób w całej Polsce. Dlatego reklama produktów w tym miejscu z pewnością dotrze do szerokiej grupy docelowej, stanowiąc konkurencję pod względem zasięgu dla telewizji czy internetu.
* **Milionowe zasięgi także poza G8** – markety spożywcze znajdują się w każdej miejscowości w Polsce. Dzięki tej formie reklamy docieramy nie tylko do mieszkańców aglomeracji, a tych jest w naszym kraju aktualnie tylko 8 mln, ale także do klientów w mniejszym miejscowościach, w jakich łącznie na co dzień przebywa 30 mln.
* **Możliwość promowania ofert specjalnych** – reklamy na drzwiach to dobry sposób na promowanie ofert specjalnych, takich jak wyprzedaże czy wprowadzenie nowego produktu na półki sklepowe.

Reklamy umieszczone na drzwiach marketów stanowią niezwykle skuteczną strategię promocji produktów i wzrostu sprzedaży. Doskonale realizują cele marketingowe na początkowych etapach ścieżki zakupowej, gdy klienci zapoznają się z marką lub produktem, a także stanowią skuteczne wsparcie na ostatnich etapach, kiedy podejmują decyzję o zakupie – być może właśnie wewnątrz marketu.