



Краткая ПАМЯТКА о механизмах продвижения световозвращающих элементов

1. **Дифференциация подхода при продвижении световозвращающих элементов для детей и подростков различного возраста.** Если дошкольники и младшие школьники в большей степени подвержены родительскому и педагогическому влиянию, могут с интересом участвовать в играх, развлекательных мероприятиях, организуемых педагогами, сотрудниками ГИБДД и администрацией образовательного учреждения. Соответствующие методы будут успешно применимы в этом возрасте для формирования привычки к использованию световозвращающих элементов. Начиная с подросткового возраста для достижения результата необходимо использовать арсенал более разнообразных, технологичных и дорогостоящих методов.

2. **Во избежание обратного результата, необходимо избегать назойливости и излишнего перегруза информацией при продвижении использования световозвращающих элементов.** Любые такие мероприятия должны носить «сопутствующий» характер, без навязывания точек зрения педагогов, руководителей, родителей.

3. **Важность положительного примера успешных, свободных и активных людей и кумиров молодежи.** Успешный спортсмен, популярный исполнитель, молодежный лидер в ходе решения повседневных задач повседневной жизни использует оригинальные, дизайнерские световозвращающие элементы, но не акцентирует внимание на этом, что делает процесс абсолютно естественным; Подросток из успешной семьи (возможно, зарубежной); студент престижного зарубежного учебного заведения, использующий световозвращающие элементы в ходе похода на ночную дискотеку; Волонтер на спортивном соревновании, использующий световозвращающие элементы; авторитетный педагог, использующий световозвращающие элементы во время экскурсии со старшими школьниками, **но НЕ повторяющий ежеминутно о том, как это полезно и необходимо.**

4. **Соревновательность.** Использование полезных и интересных детям и молодежи предметов, в качестве призов и бесплатных поощрений в конкурсах, волонтерских активностях, флэш-мобах приведут к существенному повышению популярности световозвращающих элементов.

5. **Использование современных технологий и технических достижений.**

Практически все современные подростки и молодые люди используют современные коммуникационные технологии. Грамотное продвижение идеи использования световозвращающих элементов в рамках уже имеющихся сообществ в социальных сетях, в ходе общения в мессенджерах, в видеороликах, может существенно повысить их популярность.

6. Использование современных механизмов маркетинга и продаж. Коммерческие компании, целевой аудиторией которых являются дети и молодежь, имеют детально разработанные маркетинговые планы и программы продвижения и продаж своей продукции. Необходимо проведение переговоров и заключение соответствующих контрактов, которые позволили бы «подключать» аксессуары, включающие световозвращающие элементы, к таким программам. Возможно поначалу – в качестве бесплатных подарков в покупке, далее – и на коммерческой основе.