

УДК 331

РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА

Белоус Е.М., Уронич А.Д.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.
Белорусский национальный технический университет

Рынок рекламы в период кризиса переживает сложные потрясения. Происходит отток клиентов, перераспределение сил, смена лидеров. Рекламодатели вынуждены сокращать бюджеты.

Сценариев переживания кризиса два: сокращение расходов в убыточных отраслях и пережидание или активные действия в момент кризиса по захвату рынков, с которых уходят конкуренты.

В период кризиса важным становится поиск новых недорогих и эффективных каналов распространения рекламы.

Внимание потребителей переключается на дешевые товары. Как результат - уход брэндинга и имиджевой рекламы. Теперь эффективность оценивается ростом продаж после рекламной кампании.

Традиционные виды рекламы теряют долю рынка в пользу интернет-рекламы, так как она может привлечь максимум клиентов по минимальной цене. Таким образом компании со слабым брэндом могут подняться на ступень выше и прочно обосноваться в новом для них секторе.

Факторами, способствующими росту интернет-рекламы в Беларуси, являются высокий уровень проникновения интернета, высокий уровень образованного населения, сокращение телевизионной аудитории, обусловленное более низким качеством белорусского телевидения, неразвитость рынка печатной рекламы, административные ограничения на развитие наружной рекламы.

Выбор инструмента рекламы в интернете зависит от целей кампании: баннерная реклама работает на имидж, контекстная реклама и поисковое продвижение - на рост продаж и посещаемость сайта.

Преимущество всех видов интернет-рекламы - прозрачность и четкая ориентация на целевую аудиторию.

Анализ эффективности прост и доступен. Белорусский рынок интернет-рекламы качественно растет и приобретает цивилизованные формы.

Требуется лишь согласованность в действиях и усилия по развитию профессионального маркетинга в онлайн-среде.