

СОВРЕМЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ, ДИКТУЕМЫХ РЫНКОМ РЕКЛАМЫ В УСЛОВИЯХ, СОЗДАВАЕМЫХ КОНКУРЕНЦИЕЙ

Магистрант Красник Е.С.

Канд. экон. наук, доцент Мелюшин П.В.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях особую актуальность на предприятиях в сфере приборостроения приобретают вопросы продвижения продукции. А что может существенно увеличить конкурентоспособность, рынок потенциальных потребителей и имидж компании в целом? Практически каждое предприятие задается этим вопросом ежедневно и ответ всегда один – инновации. Однако, совершенствуя свой товар или услуги, нельзя забывать про процесс донесения информации до целевой аудитории, другими словами – рекламу. Однако логика и твердые факты не всегда убеждают людей в необходимости совершить то или иное действие. На совершение сделки нередко влияют такие факторы, как внешний вид, цвет, престиж, уровень доверия, сила привычки и эмоциональная притягательность. Также следует помнить, что реклама действует не сама по себе. Она – часть маркетинговой политики по оптимизации бизнеса. Она эффективна только в комплексе с другими мероприятиями, направленными на улучшение качества товара или услуги, регулирование ценообразования, организацию системы распространения.

В условиях рыночной экономики области маркетинга и рекламы является одними из самых стремительно развивающихся областей. С того времени, как интернет стал неотъемлемой частью жизни каждого человека, появилось еще одно направление – интернет-реклама. Сегодня виртуальная реклама считается одной из самых эффективных способов заявить о себе. Однако было бы неправильно акцентировать внимание только на этом виде рекламы, ведь оптимальное сочетание различных направлений сможет дать наиболее весомый результат.

Планируя рекламную кампанию первым, и самым важным этапом, является выбор способа взаимодействия с целевой аудиторией. Эффективность рекламного бюджета дает представление такой показатель, как стоимость тысячи контактов (размер расходов рекламодателя на донесение сообщения до одной тысячи читателей, зрителей или других единиц измерения целевой аудитории). Чем меньше стоимость тысячи контактов, тем эффективнее тратятся деньги.

Реклама – это диалог компании и потребителя. Именно диалог, ведь спрос на товар или услугу, а также повышенный интерес со стороны аудитории и есть ответ на обращение фирмы. Нужно лишь правильно начать разговор.