

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Студент гр. 113626 Безрукова И.В.
ст. преподаватель Е.С. Третьякова

Белорусский национальный технический университет

Определение эффективности рекламной деятельности является актуальной задачей для предприятий Республики Беларусь.

При определении экономической эффективности рекламы исследуются:

1. Товарооборот:
 - до проведения рекламной кампании в определенном временном периоде;
 - в определенном рекламном периоде;
 - в определенном периоде после окончания рекламной кампании.
2. Средний дневной оборот во всех рассмотренных периодах.

Об экономической эффективности рекламы можно также судить по тому экономическому результату, который был достигнут от применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. Экономический результат определяется соотношением между прибылью от дополнительного товарооборота, полученного под воздействием рекламы, и расходами на нее.

Как правило, экономическая эффективность рекламы зависит от степени ее психологического воздействия на человека. Только учитывая особенности человеческой психики, можно усилить эффективность рекламного обращения.

Эффективность психологического воздействия рекламных средств характеризуется числом охвата потребителей, яркостью и глубиной впечатления, которые эти средства оставляют в памяти человека, степенью привлечения внимания. Эффективность психологического воздействия рекламы на потребителя можно определить путем наблюдений, экспериментов, опросов.

Для определения эффективности того или иного рекламного средства составляются анкеты. Анализ полученных ответов позволяет сделать соответствующие обобщения и выводы.

Данные об эффективности психологического воздействия рекламы позволяют прогнозировать ее действенность.

Таким образом, это позволяет сделать вывод, что исследование эффективности использования психологического воздействия рекламы в конечном итоге влияет на повышение экономической эффективности.