

Влияние рекламы на потребительский спрос

Гурьева К.В.

Научный руководитель - старший преподаватель Семашко Ю.В.
Белорусский национальный технический университет

Реклама - это сложнейший механизм, в котором задействованы сотни тысяч людей различных профессий. Их цель - донести до конечного потребителя информацию о товаре (услуге) таким образом, чтобы заставить потребителя совершить покупку.

Можно по-разному относиться к рекламе, но следует однозначно признать, что это один из самых мощных источников информации.

Современная реклама приобрела новую роль в результате вовлечения в процесс управления производственно-сбытовой деятельностью промышленных и сервисных фирм.

Суть новой роли рекламы в том, что она стала неотъемлемой и активной частью комплексной системы маркетинга развития.

Можно назвать две основные причины, по которым реклама вызывает увеличение спроса на товар.

1. Реклама содержит информацию о товаре.

Отсутствие информации о цене, доступности и качестве товара является одним из факторов, по которым потребитель не покупает нужный ему товар.

2. Реклама воздействует на покупателей косвенными методами.

Принято думать, что рекламируют продукт, не пользующийся спросом и поэтому некачественный. Это самое неверное мнение. Реклама - это имя вещи.

Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителем, какой является реклама, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров.

Стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве будут увядать.

Вот почему в странах с высоким уровнем жизни, массовым производством тратятся огромные деньги на рекламу.