

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЕКТОВ



Реклама представляет собой целенаправленное информативное воздействие неличного характера на потребителя для продвижения товаров на рынке сбыта. Понятия рекламы различны. Итак, реклама - это распространение информации о товарах и услугах с целью ускорения их продажи; установления контактов между покупателем и товаром, пропаганда товаров и информация о способах их покупки; средство, содействующее появлению у покупателя заинтересованности и желания купить данный товар. Торговая реклама представляет собой краткую, эмоционально окрашенную информацию, направляемую потенциальным покупателям для побуждения их к совершению действий, связанных с приобретением товаров и услуг. Следует отметить тот факт, что и реклама подвержена влиянию закона развития.



РЕКЛАМА
ДОЛЖНА РАБОТАТЬ.

Мы установили, что реклама - представляет собой целенаправленное информативное воздействие неличного характера на потребителя для продвижения товаров на рынке сбыта

В интересах торговли:

- пропагандировать товар (фирму);*
- стимулировать спрос и заинтересованность покупателей;*
- информировать и напоминать о благоприятных возможностях выбора и покупки*
- влиять на спрос и предложение путем изучения и прогнозирования запросов и пожеланий покупателей.*

в интересах производства:

- пропагандировать новые товары (фирмы);*
- информировать о расширении ассортимента, улучшении качества...*

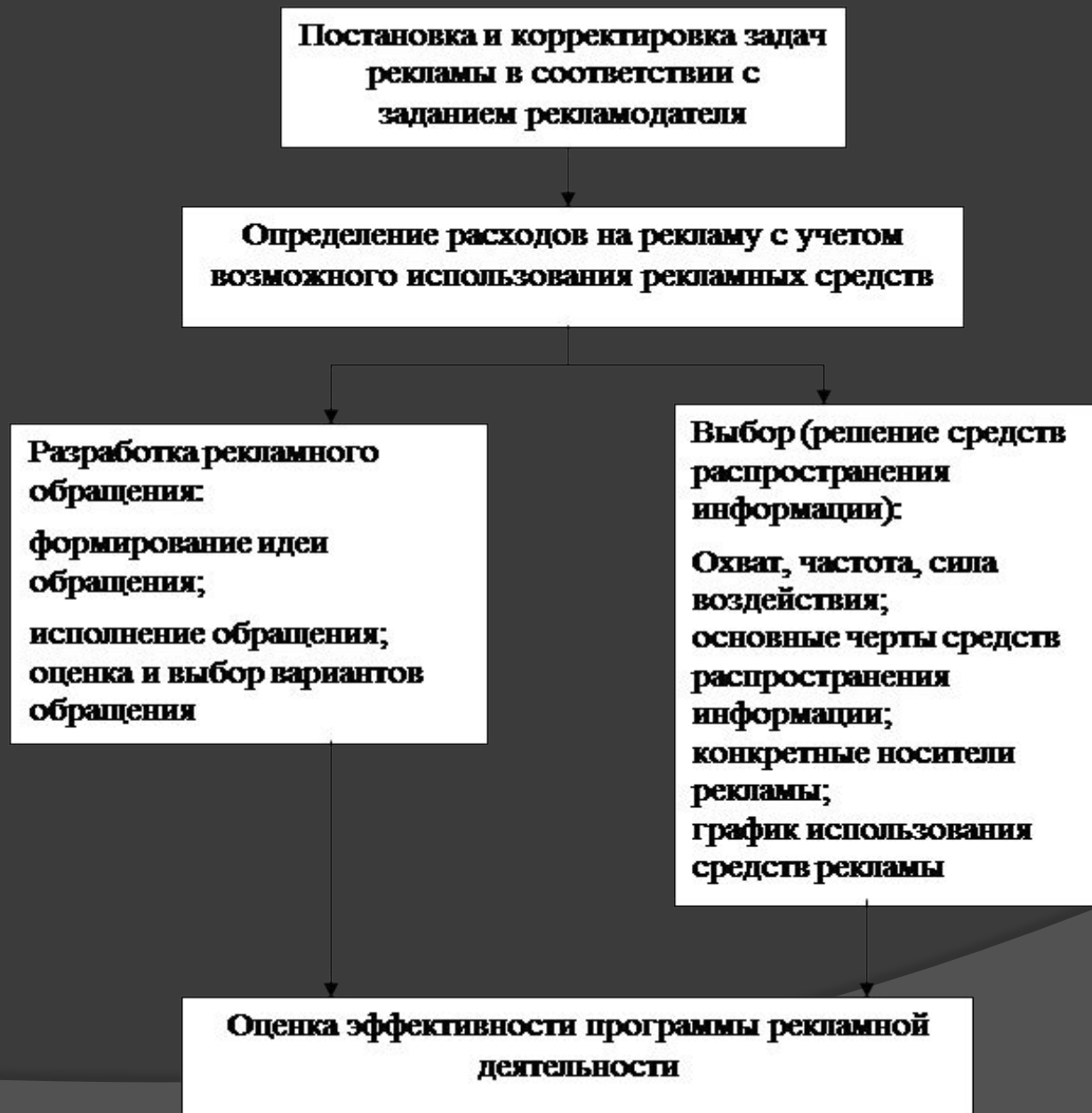
Основные принципы рекламы:

- 1. Заинтересовать клиентов, умело используя рисунки, иллюстрации и другие способы рекламы, которые привлекают внимание клиентов, которым она адресована.*
- 2. Поддерживать их заинтересованность, подчеркивая выгодность вашего предложения.*
- 3. Показать преимущества: стоимость зависит не от низкой цены, а от лучшего обслуживания, высокого качества;*
- 4. Организовать (облегчить) покупку: необходимо проинформировать клиентов о том, где и как они могут реализовать конкретные предложения;*
- 5. Дать сигнал к действию: «не трать времени», «поторопись», «счастливый случай», то есть заинтересовать клиентов срочным исполнением предлагаемого, пока другие дела не отвлекут их внимания.*

Преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы на торговых предприятиях

Средства рекламы	Преимущества	Слабые стороны
Газеты	Оперативность, многочисленность аудитории, высокая достоверность, относительно низкие расходы	Кратковременность существования; низкое качество воспроизведения; помещается рядом с рекламой других отправителей
Журналы	Высокое качество воспроизведения; длительность существования; достоверность; престижность	Длительный временный разрыв между покупкой места и появлением рекламы; соседство рекламы конкурентов
Телевидение	Широта охвата; многочисленная аудитория; высокая степень привлечения внимания; сочетание изображения, звука и движения;	Высокая абсолютная стоимость; перегруженность рекламой; мимолетность рекламного контакта; слабая избирательность аудитории
Радио	Массовость аудитории; относительно низкая стоимость одного рекламного контакта	Ограниченность звукового представления; невысокая степень привлечения внимания; мимолетность рекламного контакта
Наружная реклама	Высокая частота повторных контактов; невысокая абсолютная стоимость; слабая конкуренция	Отсутствие избирательности аудитории; невозможность контакта с удаленными аудиториями; ограничения творческого характера
Реклама на транспорте	Многочисленность аудитории; возможность на долго удержать внимание получателя (внутрисалонная реклама); гибкость; возможность расширения географии целевой аудитории; широкий охват	Краткосрочность контакта (наружная реклама на транспорте); достижение только специфических аудиторий (работающие мужчины и женщины, пользующиеся общественным транспортом)

Основные блоки рекламной программы, разрабатываемой агентством на основе задания рекламодателя, можно представить в виде следующего рисунка.



Такси

Для рекламы такси можно дать..

Заметку/статью в газету.

Разместить вещание по радио.

О такси можно дать заметку, что там уютные сидения, низкая цена и быстрая доставка.

Разработать приложение для андроида и айфона, где будет предоставляться скидка.



Спортзал

Для рекламы тренажерного зала можно..

Сделать вывеску у спортзала.

Расклеить объявления по подъездам.

Создать сайт для тренажерного зала.

Так же неплохо было бы разместить рекламу тренажерного зала и в лифтах. Много клиентов она не принесет, но все же клиентура будет и во всяком случае окупит затраты.

Проведение акций для привлечения клиентов.

