



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

Выполнила:

М.Н. Кузнецова

Научный руководитель проекта:

д.ф.н. Е.Ю. Коломийцева



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – анализ проблемы эффективности современной рекламы

Задачи:

1. Проанализировать само понятие и историю возникновения рекламы;
2. Охарактеризовать виды рекламы;
3. Сформулировать цели и задачи современной рекламы;
4. Описать возможные способы оценки эффективности рекламы;
5. Исследовать разные виды рекламы и их эффективность;
6. Проанализировать индустрию рекламы в России сквозь призму эффективности;
7. Вывести...

ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

История развития рекламы в России



Настоящее американское качество жвачки Wrigleys

Фирменная продукция
товарищества
"А.И. Абрикосова Свей"





ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Современное состояние отечественной рекламы

	2012	2013	2014	2015*
Телевидение	9%	9%	1%	0%
Печатные СМИ	2%	-10%	-15%	-10%
Радио	23%	13%	2%	0%
Наружная реклама	10%	8%	-5%	-5%
Интернет	35%	27%	15%	10%
Прочие носители	18%	16%	-7%	-10%
Итого	13%	10%	1.4%	0.8%

Темпы роста рекламного рынка (Россия, %)

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Способы оценки эффективности рекламы



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее

ТЕКСТОВАЯ РЕКЛАМА



Страницы еженедельника Вечерняя Москва

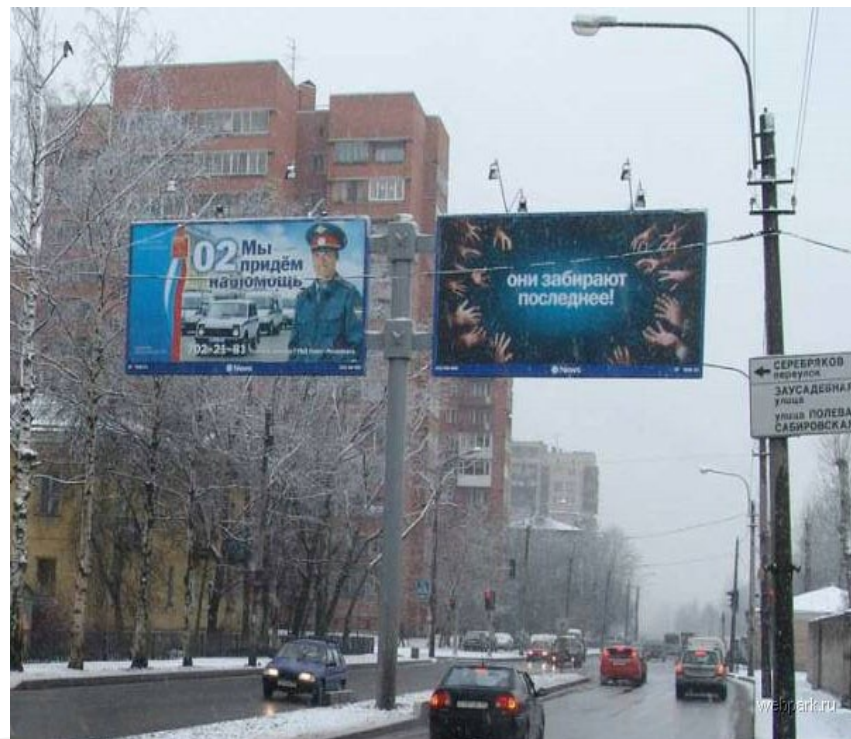
ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



Рекламный щит с эсендером



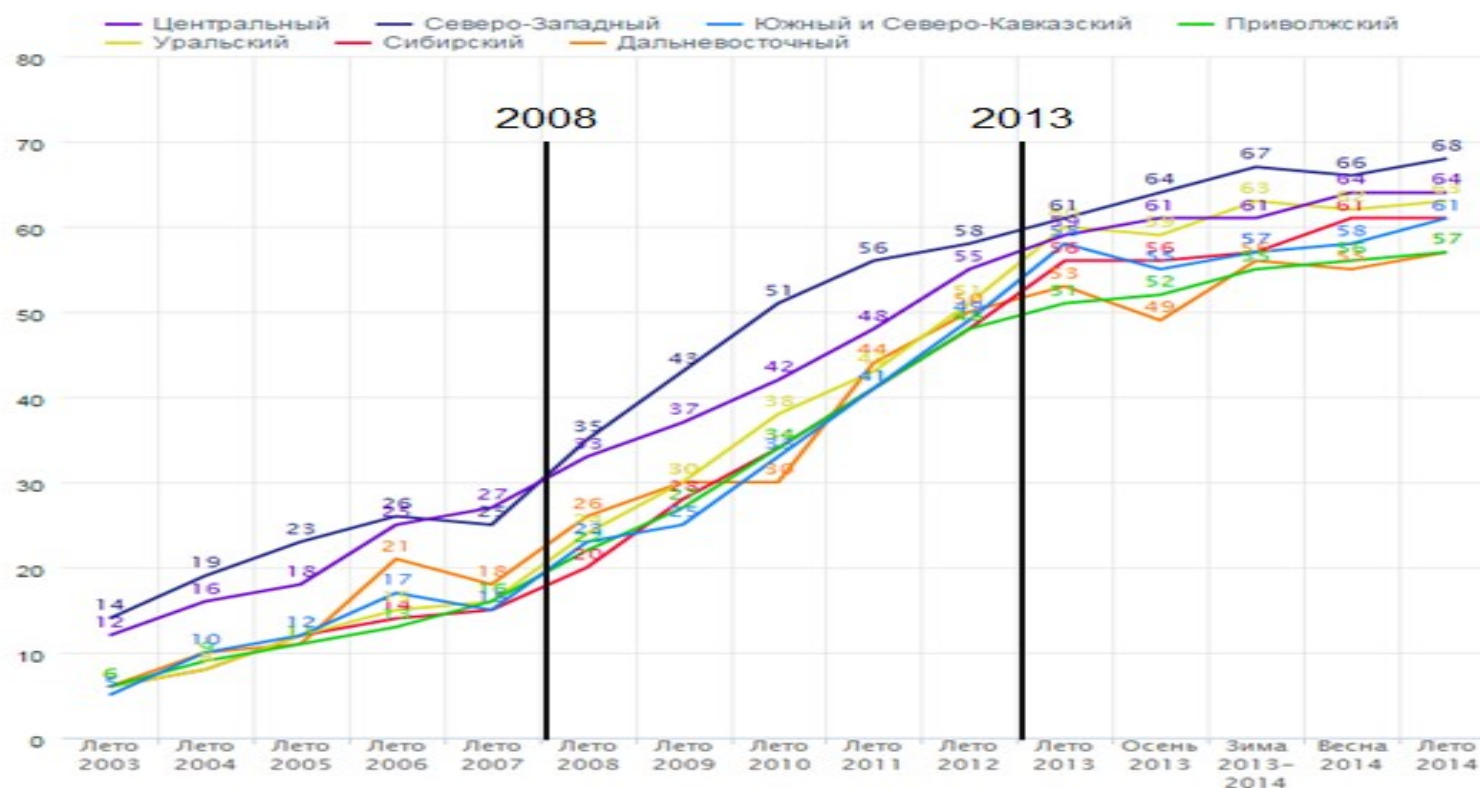
Рекламный щиты в Санкт Петербурге.
Образец неудачного соседства

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее

ИНТЕРНЕТ -РЕКЛАМА

Динамика проникновения интернета в ФО и населенных пунктах



Динамика проникновения интернета в ФО и населенных пунктах

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее эффективности

ИНТЕРНЕТ -РЕКЛАМА

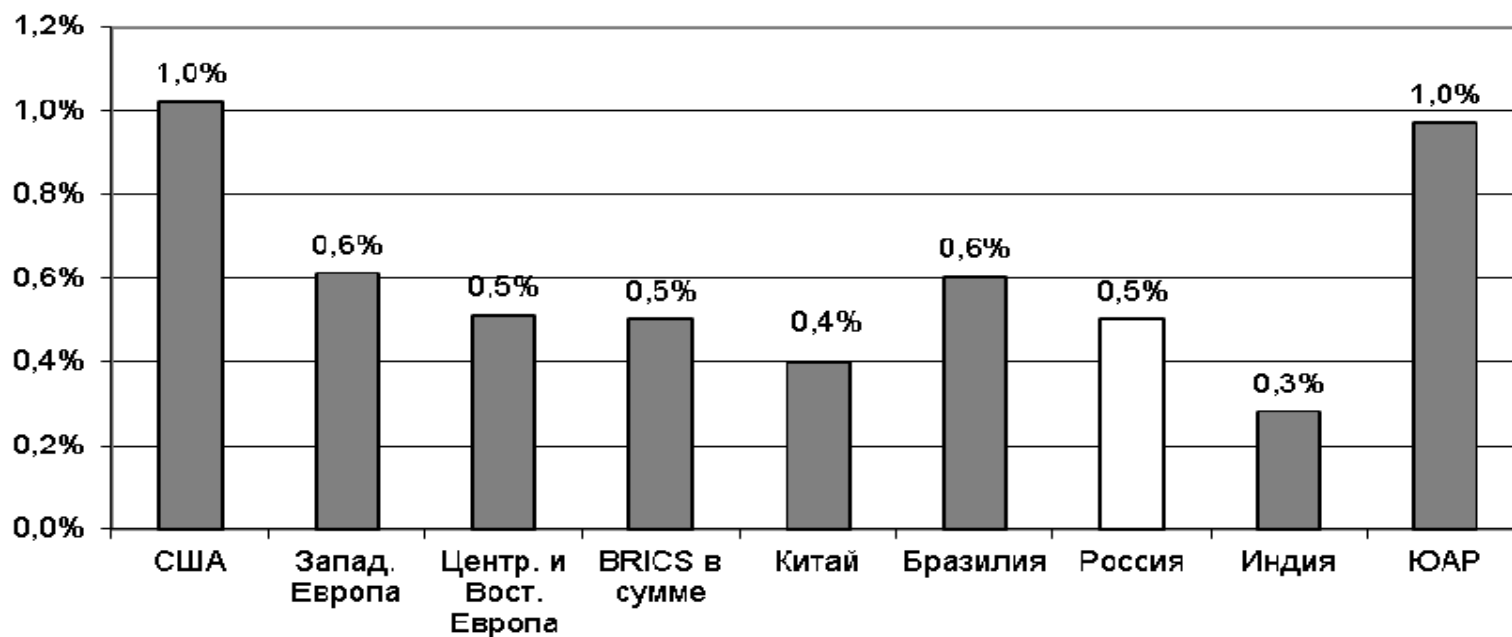


Виды интернет-рекламы

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму

Доля рекламного рынка в ВВП по странам / регионам, 2013 г.

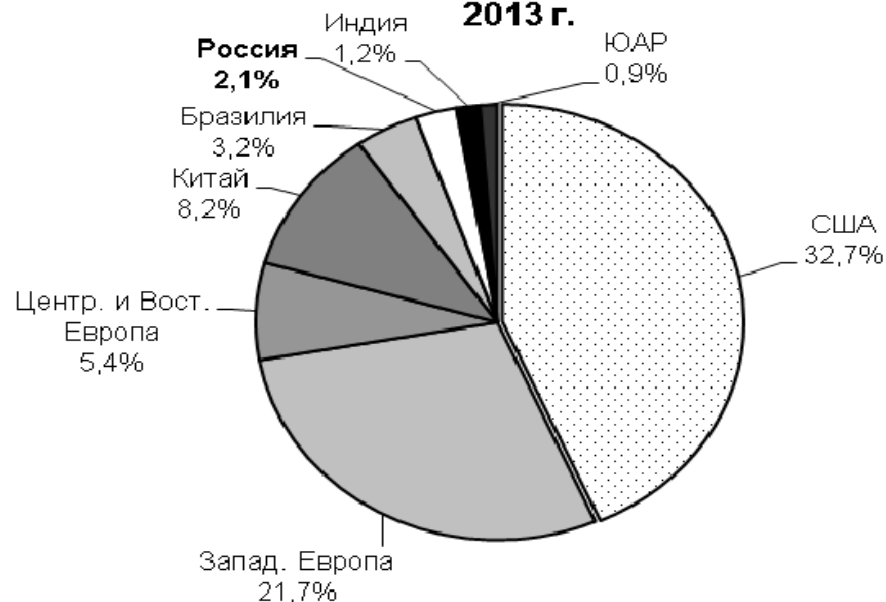


Доля рекламного рынка по ВВП

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму

Структура мирового рекламного рынка по странам / регионам, 2013 г.



Структура мирового рынка



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму

Сегменты	Январь-Март 2015	Прирост%
Телевидение	30.1-30.6	-22%
Радио	2.4-2.6	-25%
Печатные СМИ	4.8-5.0	-34%
Газеты	1.3-1.4	-28%
Журналы	2.3-2.4	-34%
Рекламные издания	1.2-1.3	-37%
Наружная реклама	7.0-7.3	-27%
Интернет	18.1	9%
Прочие	0.64	-29%
Итого	63.4-63.9	-17%

Рекламный рынок России за 1 квартал 2015 г.



ВЫВОДЫ

- Эффективность рекламы имеет два измерения: экономическое и коммуникативное - которым в зависимости от целей и задач рекламной кампании отдают разный приоритет.
- Эффективность рекламы в значительной степени подлежит оценке и прогнозированию.
- Эффективность многих элементов рекламы может быть протестирована с помощью доступных методик.
- Эффективность рекламы зависит от успешной работы всех элементов рекламной компании от продукта, рекламного сообщения до места продаж.



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!