



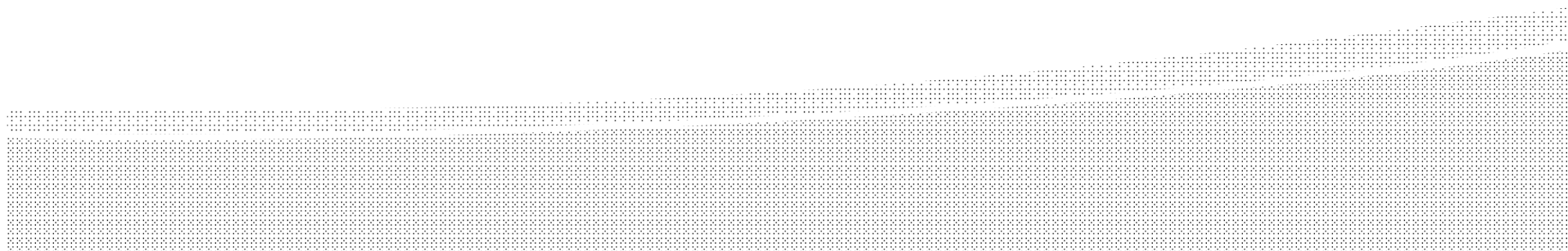
ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

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. Выявить причины неэффективности рекламы.



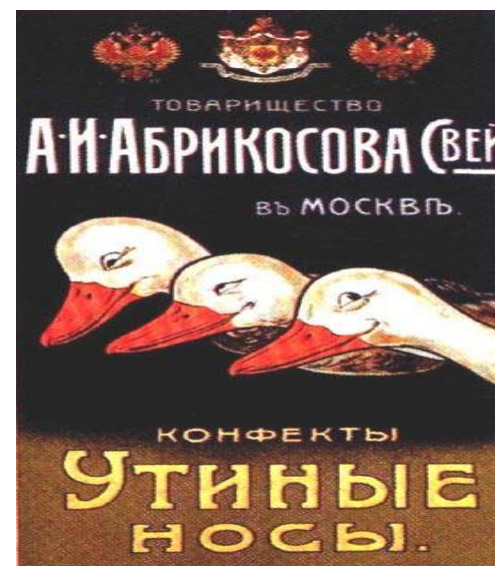
ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

История развития рекламы в России



Настоящее американское
качество жвачки Wrigleys

Фирменная продукция
товарищества
"А.И. Абрикосова Свей"



Советская реклама



ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Современное состояние отечественной рекламы

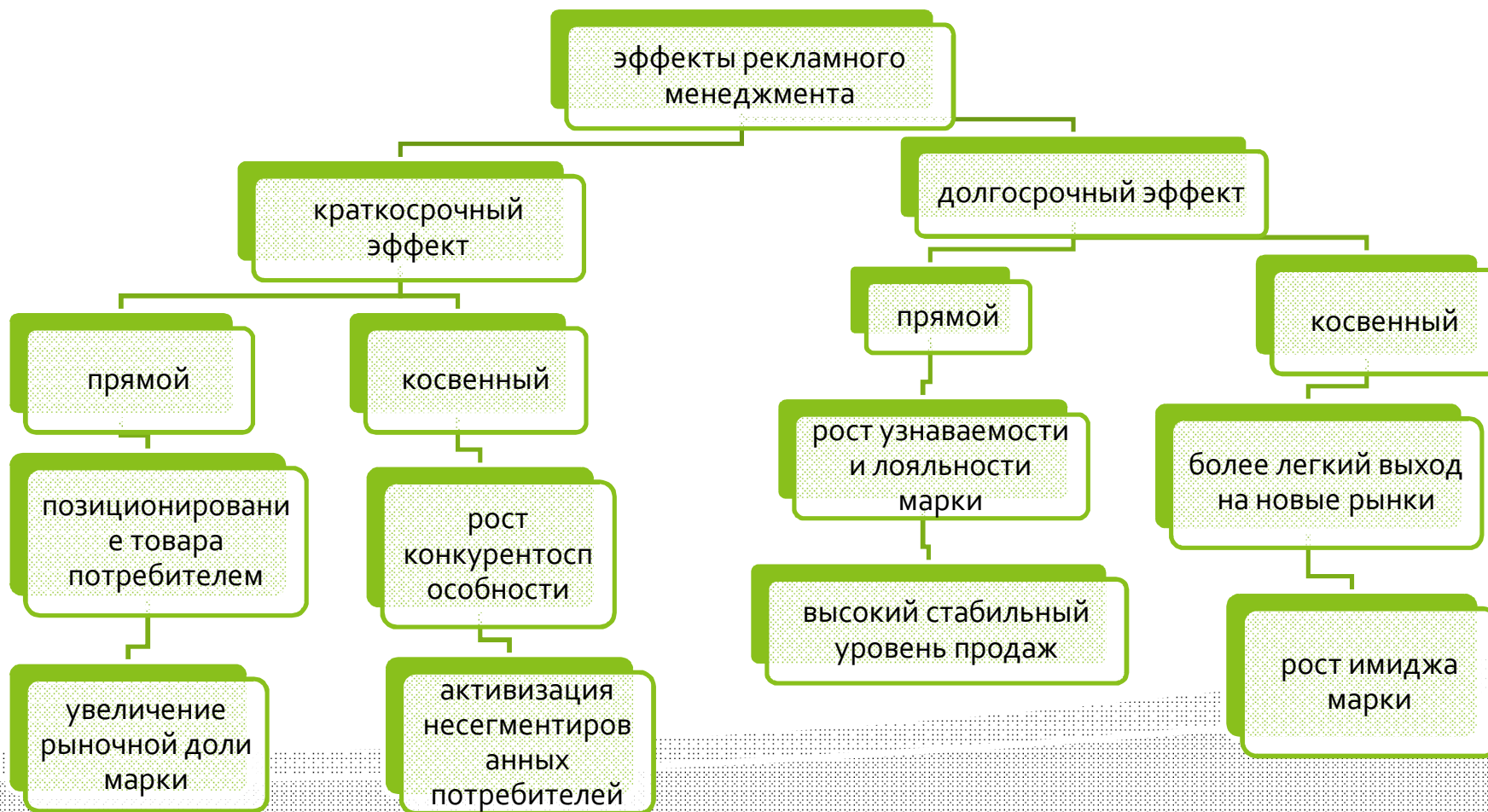
	2012	2013	2014	2015*
Телевидение	9%	9%	1%	0%
Печатные СМИ	2%	-10%	-15%	-10%
Радио	23%	13%	2%	0%
Наружная реклама	10%	8%	-5%	-5%
Интернет	35%	27%	15%	10%
Прочие носители	18%	16%	-7%	-10%
Итого	13%	10%	1.4%	0.8%

Темпы роста рекламного рынка (Россия, %)



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Способы оценки эффективности рекламы





ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее эффективности

ТЕКСТОВАЯ РЕКЛАМА



Страницы еженедельника Вечерняя Москва



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее эффективности

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



Рекламный щит с эсендером



Рекламный щиты в Санкт Петербурге. Образец неудачного соседства

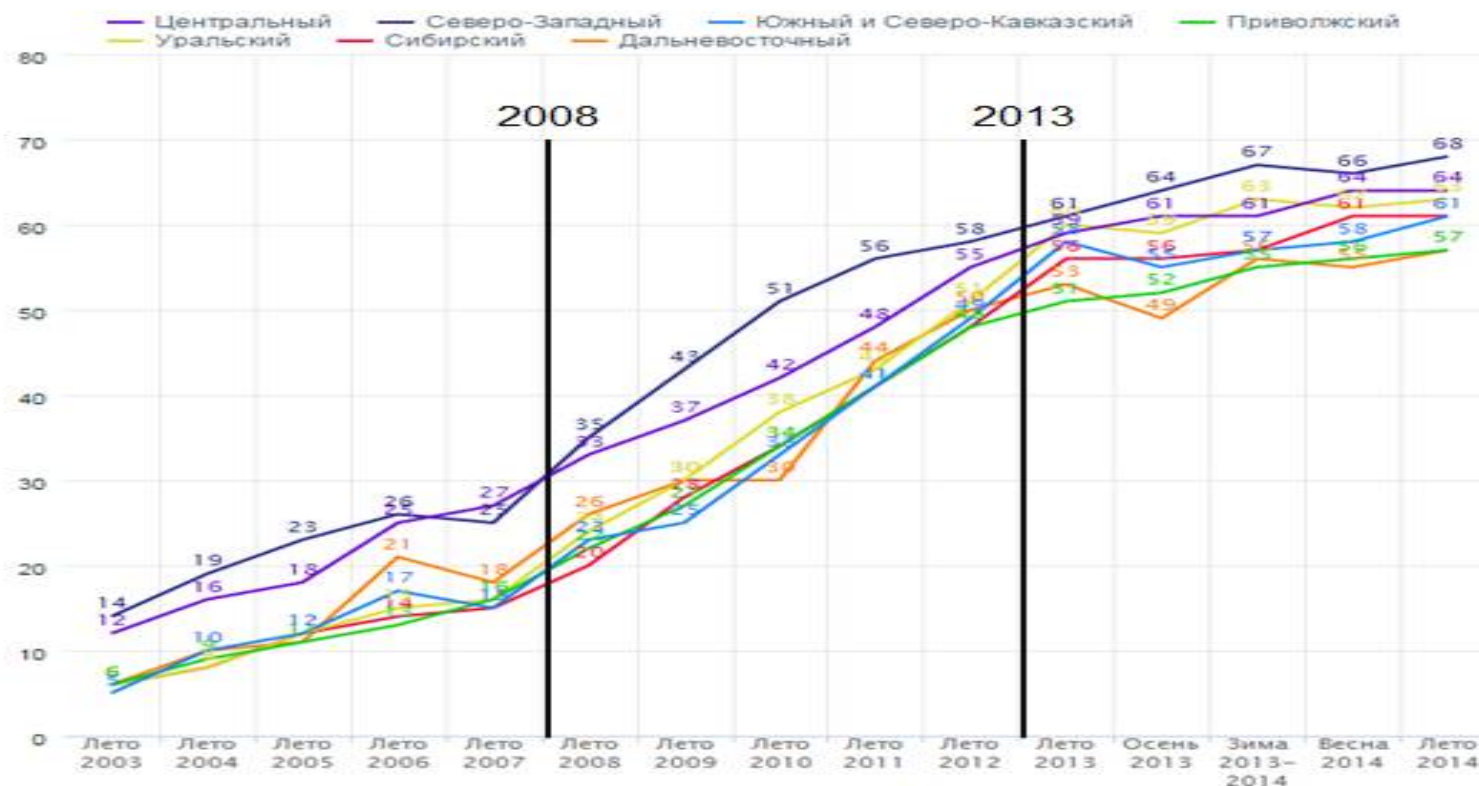


ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Исследования разных видов рекламы и ее эффективности

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

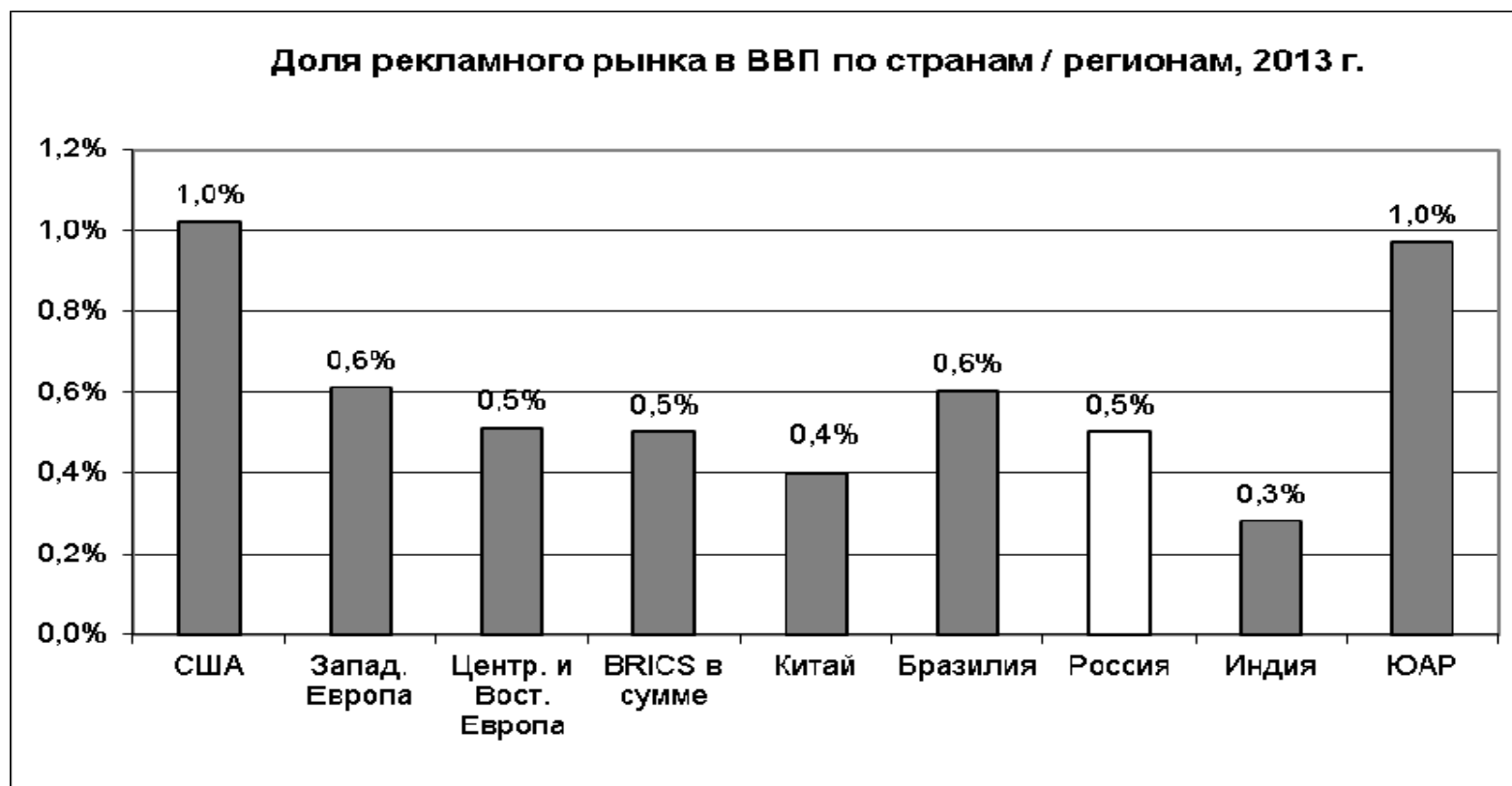


Виды интернет-рекламы



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму эффективности



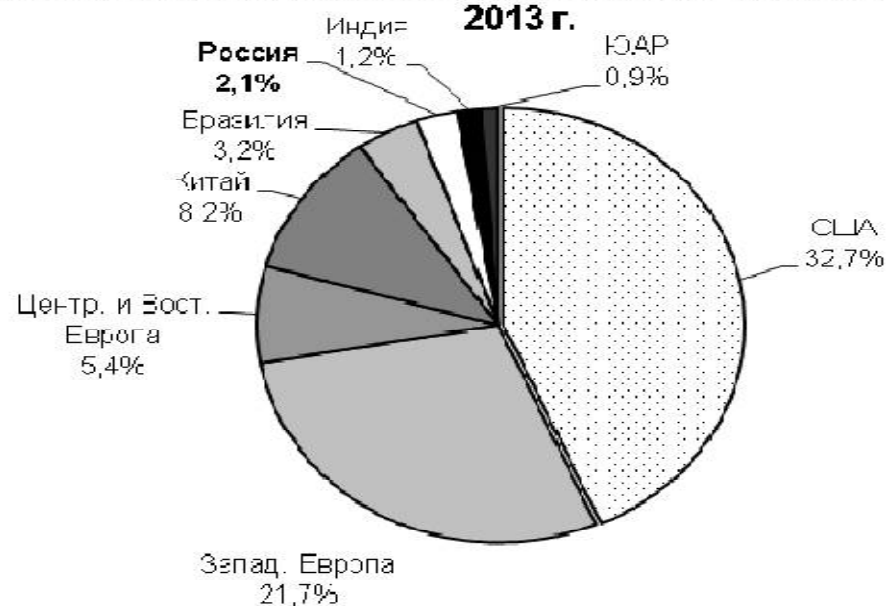
Доля рекламного рынка по ВВП



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму эффективности

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



Структура мирового рынка



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ

Современный рекламный рынок России сквозь призму эффективности

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!

