

Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности Садового центра «Кедр»

Введение

- Цель: обзор рекламной деятельности СЦ <<Кедр>>
- Докладчик: Потапов Евгений Юрьевич, маркетолог СЦ <<Кедр>> по региону России

Основные составляющие рекламы



Рекламодатель должен решить, что он хочет добиться с помощью рекламы, какие рынки обрабатывать, какие средства рекламы использовать, как часто давать рекламу, сколько на нее тратить.

Рекламные агентства – это «независимые предприятия», состоящие из творческих работников, которые разрабатывают, готовят и размещают рекламу в средствах рекламы для заказчиков, стремясь найти покупателей товаров и услуг.

вступить в контакт с аудиторией ей помогают средства массовой информации: телевидение, радио, газеты, журналы, листовки, реклама на улице и в транспорте.

потребитель, воспринимаем рекламу в остроконкурентном окружении. Одни рекламодатели призывают тратить деньги, другие – экономить, одни – курить, другие – бросить курить. Но выбор, в конечном счете, за потребителем

Эффективность рекламы.



Телевидение – самое массовое из средств распространения рекламы

Вид передачи	Процент смотрящих	Примечание
Новости	80%	Наиболее стабильное вложение ваших средств, реклама для всех
Телесериалы	60%	Реклама для домохозяек и пенсионеров
Спортивные программы	40%	В основном мужская аудитория
Музыкальные программы	25%	Молодежная аудитория

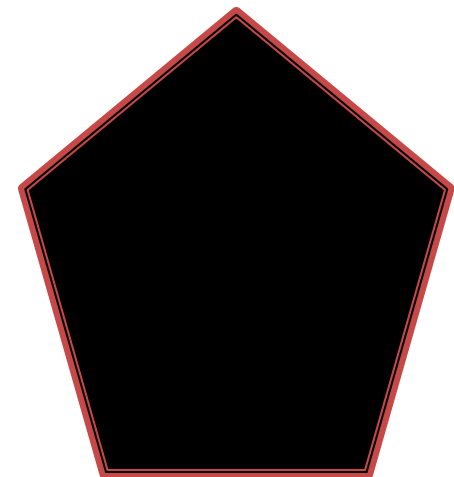
Использование средств печати для распространения рекламы

Рекламу в периодической прессе следует разделять на три вида:

- Реклама в обычной газете, преимущественно информационной;
- Реклама в специально предназначенной для рекламы газете;
- Реклама в бесплатном рекламном издании (типа газеты «Из рук в руки»)

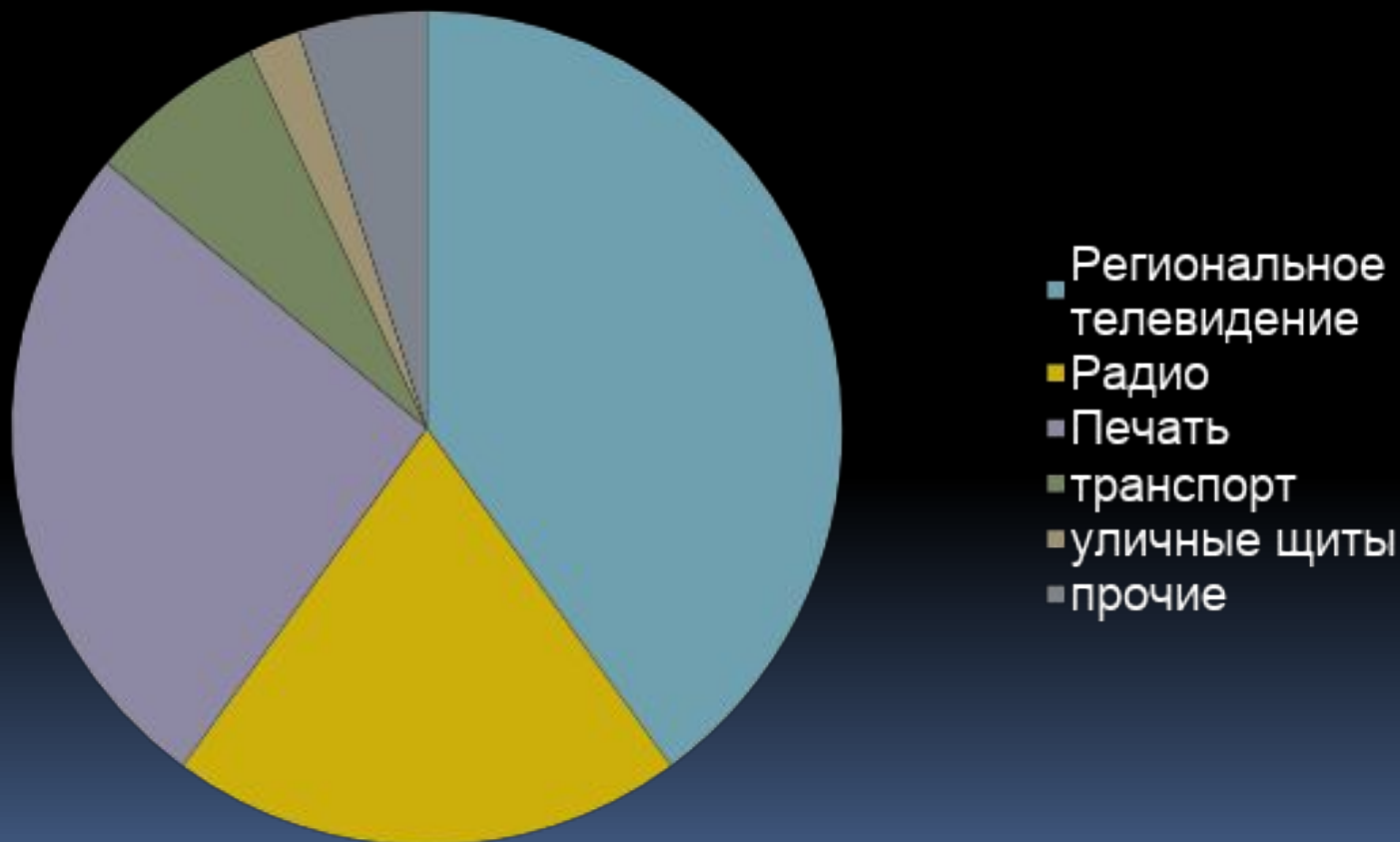
Что это означает

- Как бы мы не относились к рекламе – она была, есть и будет. Реклама может быть серьезной, смешной, противной, <<прикольной>>, но она должна запоминаться с первого раза!
- Народ придумывает о рекламе анекдоты, пословицы и поговорки, что подтверждает, что реклама стала частью нашей жизни.



Практика

Виды рекламы



<<Реклама двигатель торговли>>

<<Золотые правила рекламы>>

Потапов.Е.Ю

- Экономика предприятия и организаций
- ЗЭКП-114