

УДК 37.015.6 (477)

Мар'яна Онисько, магістр

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МАЛОБЮДЖЕТНА РЕКЛАМА: СУТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Анотація. Окреслена проблема створення рекламних кампаній та визначені методи використання малобюджетного типу просування продукту підприємства.

Ключові слова: рекламна кампанія, мало бюджетна реклама, ефективність рекламної кампанії.

Mariana Onysko

SMALL BUDGET ADVERTISING: ESSENCE AND EFFICIENCY

Abstract. I decided to show the problem of ads campaign. I have found new methods of small budget campaigns.

Keywords: advertising campaign, small budget campaign, effectiveness of ads campaign.

Ефективність реклами є одним із найважливіших показників для маркетологів та власників компаній. Проте визначити цю ефективність вкрай складно. Підприємці в основному виділяють маркетингові бюджети не в тому обсязі, в якому потрібно, а серед маркетологів популярна фраза: «Більша частина рекламного бюджету вилітає в трубу, питання - яка?». Тому доводиться працювати із малобюджетною рекламою, особливо із недовірливими клієнтами. Малобюджетною рекламою будемо вважати таку, яка становить не більше \$250 на місяць. Якщо говорити про відсоток від обороту, то виходить, що в середньому, це реклама, яка «з'їдає» менше 6,29% від обороту компанії, уже вважається малобюджетною.

Помилково вважають, що таку рекламу замовляє тільки малий бізнес. Проте і великі компанії часто використовують малобюджетну рекламу для того, щоб підтримати виведення свого бренду на ринок. Тому дане питання є достатньо актуальним для маркетологів. Отже, визначимо методи ефективної реклами з малими бюджетами:

1. галасливі акції, про які пишуть ЗМІ безкоштовно – це можуть бути різного роду провокативні лозунги, інтриги;

2. промо-акції та дегустації;

3. використання веб-сайта для реклами бізнесу – багато власників підприємств малого бізнесу вважають, що їм потрібен сайт тільки тоді, якщо вони продають товари через Інтернет. Незалежно від того, якого роду бізнес, потрібно підприємству мати веб-сайт. Потенційні клієнти, перед тим як обрати фірму, шукають інформацію в Інтернеті. Саме з унікальним контентом та хорошою пропозицією фірма може бути конкурентоспроможною.

4. реклама з Youtube – якщо у фірми є рекламний ролик, можна продовжити йому життя, причому без оплати ефірного часу. Можна безкоштовно розміщувати свій рекламний ролик, а потім просувати його через власний сайт.

Спроба використання дорогої реклами в невеликих обсягах може виявитись абсолютно неефективною. Серед різноманіття дорогих рекламних інструментів, не слід купувати зовнішню рекламу, розміщувати ролики на ТВ і робити розсилку спаму. Оскільки це не принесе особливого ефекту.