

Сегодняшняя востребованность маркетинговых исследований рекламы обусловлена особой спецификой этой отрасли. Решения в области рекламной деятельности всегда принимаются в условиях риска и неопределенности. Перед теми, кто разрабатывает и внедряет рекламные концепции, практически всегда стоят такие вопросы: «Правильно ли выбраны целевые рынки и целевая аудитория? Действительно ли мы правильно понимаем запросы потребителей? Смотрят ли телевизионную рекламу те люди, на которых она ориентирована? Оказала ли реклама какое-то влияние на объем продаж?» Ответ на эти вопросы зачастую дают уже результаты продаж. Только по их результатам видно, имела ли реклама какой-либо эффект, или она просто съела деньги. Заранее ответы на эти вопросы может дать проведение соответствующих исследований. Сегодня такие исследования являются приоритетным видом деятельности консалтинговых фирм.



Следующие направления маркетинга в области изучения рекламы являются основными, и отвечают на все перечисленные вопросы.

1) Исследование медиа-рынка в целом, исследование всех существующих ресурсов, которые могут быть использованы для внедрения рекламных концепций.

а). Исследование популярности отдельных рекламных средств (носителей рекламы) в среде разных целевых аудиторий. Изучение эффективности и интенсивности их влияния. Например, изучение степени популярности и характера воздействия отдельных радио и телепередач в СМИ.

б). Исследование эффективности воздействия рекламного обращения на аудиторию, степени его влияния на поведение людей.

в). Изучение синергетического эффекта от совместного использования в рекламных целях нескольких средств массовой информации.

2) Исследования конкретных рекламных кампаний, поиск наиболее эффективных подходов, анализ результатов.

а). Изучение эффективности рекламной политики фирмы в целом. Изучается степень осведомленности о фирме и ее товарах по результатам рекламной деятельности за определенный период времени.

б). Исследование эффективности отдельных рекламных кампаний, в том числе на основе проведения специальных экспериментов. Часто устанавливается контрольный район, где рекламная кампания не проводится, и опытный район, в котором осуществляется рекламная кампания. Сравнительная оценка для разной целевой аудитории осуществляется в направлении изучения степени знакомства потребителей с рекламируемым товаром и желания его купить.

Все эти исследования в целом направлены прежде всего на повышение эффективности рекламной деятельности, снижения риска ее проведения, лучшее использование финансовых средств.

Исследования эффективности рекламной деятельности помогают добиваться рекламных целей быстрее, и с меньшими затратами. Приведём простой пример. Одна из компаний – наших клиентов, рассматривала возможность переключиться с показа 30-ти секундных телевизионных коммерческих роликов на показ 15-ти секундных. Предполагалось, что это снизит затраты, и, если и уменьшит эффективность рекламного послания, то ненамного. Было проведено исследование, в котором использовано

множество различных подходов и методов – интервью, эксперименты, групповые интервью – так называемые «фокус-группы». Результаты исследования показали, что 15-ти секундные коммерческие ролики часто являются слишком короткими; люди не в состоянии так быстро воспринимать рекламное обращение. То есть, введение «в оборот» 15-ти секундных роликов является не снижением эффективности рекламы, а её полным уничтожением. Эти ролики становятся просто тратой денег. Таким образом, результаты этого исследования стали ценной информацией при планировании рекламной кампании.

Риск неэффективного использования денег в этой сфере очень велик. Реклама может даже «выполнять функции», прямо противоположные тем, которые должна. Например, отпугнуть существующих потребителей и уменьшить шансы привлечения новых.

Консалтинговые компании могут помочь решить задачу лучшего использования финансовых средств для рекламной деятельности, а также подобрать оптимальные методы проведения рекламных исследований, и улучшить контроль процесса рекламной деятельности. ■

ДИЗАЙН В ПОЛИГРАФИИ,
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ
РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, WEB-ДИЗАЙН
ЮРИДИЧЕСКОЕ
СОПРОВОЖДЕНИЕ
РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ОБЪЕДИНЕННАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ ГРУППА
тел./факс: (812) 310-36-40, тел. 973-72-09
www.uniconsult.ru, cgmrk@inbox.ru

ИССЛЕДОВАНИЯ
МЕДИА РЫНКА
РЕЙТИНГИ ПРЕССЫ
МЕДИАБАИНГ
В СТРОИТЕЛЬНЫХ
ИЗДАНИЯХ