



Способы рекламы Вашего товара или услуги

Маркетинговый бюджет достоин тщательного рассмотрения, потому что он служит не только для создания рыночного восприятия, но и для генерирования доходов. Понимание типов воздействия, которое ожидается от различных печатных и электронных средств, поможет управлению этим элементом бизнес расходов.

Важной предосторожностью является понимание того, что каждый сегмент рынка может по-разному реагировать на то, каким образом передано рекламное послание. Человеческая природа такова, что, например, восторженное, агрессивное или даже юмористическое послание может быть воспринято как оскорбительное или бесчувственное, несмотря на то, что оно грамматически правильно и обдуманно.

Печатные и визуальные средства

Визитные карточки и канцелярские принадлежности это эффективное, недорогое и профессиональное рекламное средство. Однако использование этих предметов ограничено личными контактами. Резиновые печати или скобки предназначены для обезличенных, рутинных задач и не могут быть использованы как средства рекламы. Специфические рекламные предметы как ручки, брелки и календари подчеркивают репутацию фирмы в форме маленьких подарков. Они передают больше, чем информацию.

Многие торговцы предпочитают местные газеты, потому что это предоставляет максимум гибкости в смысле бюджета, расчета времени, использования купонов, товарного и ценового набора. Коэффициент восприятия высокий, потому что читатель может получить больше чем одно воздействие от одного и того же объявления.

Брошюры, плакаты и упаковка это эффективные средства, оказывающие комбинированное статическое и меняющееся воздействие с самым разносторонним применением. Брошюры информируют, плакаты вдохновляют, а упаковка обосновывает покупательское решение.

Каталоги, используемые торговцами массового товара, дорого стоят и используются для особых, целевых рынков. Высококачественная графика делает каталог справочным товаром с портативной, но неизменной информацией. Реклама каталожного стиля используется чаще в разносной торговой рекламе.

Журналы дороже, чем газеты или радио, но имеют преимущество избранной аудитории подписчиков (например, подростков, женщин, мастеров и т.д.) Производители стараются больше использовать эти средства для утверждения на рынке своих фирменных знаков и торговых марок.

Бизнес страницы Вашего телефонного справочника предоставляют интерактивную связь с первичными электронными средствами, телефоном и факсом. Номера бесплатной связи 1-800 или 1-888 расширяют рынок и подразумевают современный уровень услуг.

Ожидается, что растущее использование сотовой телефонной связи создаст новую волну творческой маркетинговой мысли.



Электронные средства

Радио это недорогое средство рекламы. Слушатели довольно лояльны программному формату радиостанции. Отсутствие визуального воздействия делает сообщение более личным и разговорным. Рекламные компании часто строятся на интерактивной связи со слушателями. Радио сообщения склонны к развитию персонального подхода и созданию дружеского отношения.

Телевидение поглощает больше внимания, чем любое другое средство и имеет мощное преимущество визуального воздействия. Общепринято, что 90% общего восприятия личности это результат передачи мозгу образов тем или иным способом.

Телевизионная реклама нацелена на домашнюю аудиторию в расслабленной и располагающей обстановке, с использованием коротких, повторяемых сообщений сильного воздействия. Дистанционный пульт телевизора изменил привычки зрителей. Так коммерческая реклама теперь отформатирована по группам десяти-пятнадцати секундных клипов.

Растет количество Интернет справочников, где Вы можете зарегистрировать свой бизнес. Эти справочники не только доступны по разумным ценам. Они еще позволяют покупателям по всей провинции, стране и миру получать быстрый доступ к Вашему бизнесу. Некоторые из этих онлайн справочников включают:

555-1212.com Inc.— онлайн-овая телефонная и Интернет справочная служба, которая включает такую информацию как коды городов, белые страницы, бизнес страницы, обратный поиск (по номеру телефона), местные вебсайты, справочники международных компаний и электронные адреса. Более подробную информацию о том, как зарегистрировать Ваш бизнес с 555-1212.com Inc. Вы можете получить на вебсайте: <http://www.555-1212.com> или связаться с ними по адресу: 555-1212 Inc.

Citicorp Centre

39th Floor, One SanSome Street

San Francisco, CA 94104

Tel.: 415-288-2440

E-mail: advertising@555-1212.com

Yellow.ca (Canada)— Канадский онлайн справочник, созданный для продвижения бизнеса в Канаде. Признавая «коммерческий потенциал» Интернета, Yellow.ca создал недорогую регистрацию, которая дает каждому Канадскому бизнесу возможность рекламировать свою компанию на Интернете. Вы можете связаться с Yellow.ca посетив их вебсайт:

<http://www.yellow.ca>

Личные усилия

Общение и устное слово это эффективный способ сократить расходы и создать клиентуру. Ценное мнение влиятельных покупателей это самое важное и эффективное средство рекламы, которое может создать бизнес. Рынки никогда ничего не покупают. Только клиенты покупают товары и услуги.

Участие в общественной жизни расширяет сеть контактов и развивает коллективное сознание рынка. Однако это является лишь производным искренней заинтересованности в жизни района.



Специальные рекламные компании могут работать в сочетании с любой или несколькими вышеуказанными методами. Они могут быть сделаны в форме призов, подарков, бесплатных билетов, бесплатного кофе, или даже в виде погашения купонов конкурентов.

Комбинирование рынков и рекламных средств

Так как большинство рекламных средств имеют диапазон редких, средних и частых пользователей, задачей бизнеса является предугадать потребности покупателей, выраженных в типичных поведенческих моделях человеческой природы. Нужно принять во внимание, что каждое рекламное средство обладает разнообразием сильных и слабых сторон. В некоторых рыночных ситуациях доллар, потраченный на печатные средства, может одолеть доллар, потраченный на электронные средства и наоборот.

Целостное планирование должно включать методы сравнения результатов с затратами и конкуренцией. Даже самый маленький рекламный бюджет получит пользу от маркетингового планирования, потому что это жизненно важная часть бизнес плана.

Центр услуг предпринимательству «Канада-Онтарио» (COBSC/CSECO) предоставляет деловую информацию на официальных языках Канады – английском и французском. Некоторые из самых полезных наших документов переведены также в порядке любезности и на ряд других языков. За дополнительной информацией по предпринимательству просьба обращаться к сотруднику информационной службы COBSC/CSECO по телефону 1-888-576-4444.