

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДЕ

*Д. Г. Качмазова, Т. А. Макарич, студенты группы 10508122 БНТУ,
научный руководитель – преподаватель В. В. Кожар*

Резюме – в статье исследуются виды и факторы размещения наружной рекламы в городе.

Resume – the article examines the types and factors of outdoor advertising in the city.

Введение. На сегодняшний день наружная реклама является одним из наиболее действенных инструментов продвижения товаров и услуг. Она позволяет привлечь внимание большого количества потенциальных клиентов, увеличить узнаваемость бренда и повысить продажи. Однако среди основных проблем и недостатков наружной рекламы можно выделить информационное перенасыщение, низкую целевую ориентированность, высокую стоимость и ограниченный формат. Для того, чтобы добиться максимальной результативности от рекламы необходимо правильно выбрать место размещения, формат и дизайн рекламного материала, а также определить целевую аудиторию [1, с. 134–142].

Основная часть. Для оценки эффективности наружной рекламы в городе используются различные методы и инструменты, такие как мониторинг посещаемости мест размещения рекламы, опросы потенциальных клиентов, анализ продаж и т. д. Важно учитывать особенности города, такие как плотность населения, транспортная доступность и конкуренцию на рынке [2, с. 595–610].

Наружная реклама – это вид рекламы, который размещается на открытых поверхностях и предназначен для привлечения внимания потенциальных клиентов. Она может быть размещена на зданиях, уличных стендах, билбордах, транспорте, уличных мебелих и других объектах городской инфраструктуры.

Виды наружной рекламы могут быть разнообразными. Одним из самых популярных видов являются билборды – большие рекламные щиты, которые размещаются на зданиях или уличных стендах. Также существуют световые короба, которые освещаются ночью, что делает рекламу более заметной. Рекламные щиты могут быть как статичными, так и динамическими, с использованием видео или анимации.

Еще одним видом наружной рекламы являются вывески – это информационные таблички, которые располагаются на фасадах зданий или над входами в магазины и офисы. Они могут быть выполнены в различных формах и материалах, таких как металл, пластик или стекло. Также наружная реклама может быть размещена на транспорте – автобусах, троллейбусах, трамваях и метро. Это позволяет привлечь внимание широкой аудитории, которая передвигается по городу.

В целом, наружная реклама является эффективным инструментом для продвижения товаров и услуг. Ее разнообразие и доступность позволяют выбрать наиболее подходящий вид рекламы для конкретной компании и ее целевой аудитории.

Основными показателями эффективности наружной рекламы являются количество просмотров и конверсия. Количество просмотров определяется количеством людей, которые увидели рекламу. Конверсия – это процент людей, которые совершили действие, которое ожидалось от них после просмотра рекламы. Например, это может быть посещение сайта, покупка товара или подписка на рассылку. Один из наиболее точных методов оценки эффективности рекламы в городе – это использование статистических данных о посещаемости мест размещения рекламы. На основе анализа данных о продажах товаров или услуг можно определить, как рекламная кампания влияет на продажи. Реализовать это возможно, например, при помощи мощью анализа трафика на сайте или странице в социальных сетях после размещения наружной рекламы. Это позволит оценить количество посетителей, которые перешли на сайт или страницу благодаря ней.

Эффективность наружной рекламы зависит от многих факторов, таких как место размещения, дизайн, целевая аудитория, время размещения.

Один из самых важных факторов – это место размещения рекламы. Реклама должна быть расположена в местах с большим потоком людей, чтобы она была заметна и привлекала внимание. Если реклама размещается в окружении других рекламных объявлений, то она должна быть более заметной и привлекательной.

Необходимо учитывать целевую аудиторию, которую рекламодатель желает привлечь. Реклама должна максимально коррелировать с интересами и потребностями целевой аудитории.

Дизайн рекламы должен быть привлекательным и легко читаемым с целью привлечения внимания потребителей и передачи информации о товаре или услуге. Важно учитывать время, когда размещается реклама. Например, если стоит задача продать товары для детей, то рекламу лучше размещать во время школьных каникул или выходных дней.

Заключение. Наружная реклама является одним из наиболее востребованных и результативных способов продвижения товаров и услуг. Она используется различными по размерам и направлениям деятельности компаниями. Основными преимуществами этого вида рекламы широкий охват аудитории, повышение узнаваемости товара, возможность выбора места размещения и относительно низкая стоимость воздействия на потенциальных клиентов. При проектировании и размещении наружной рекламы в городе, с целью повышения ее эффективности, необходимо учитывать весь комплекс факторов на нее влияющих.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные рекламные коммуникации. – М.: Экономика и управление, 2014. – 736 с.
2. Джоунс, Д. Ф. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации// The Advertising Business: Operations, Creativity, Media Planning, Integrated Communications. – М.: Вильямс, 2015. – 784 с.

УДК 332.3

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*М. С. Козловская, студент группы 10507122 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Смёткина*

Резюме – данная статья нацелена на освещение темы развития инновационных технологий в Республике Беларуси. На примере выращивания голубики проведено исследование: какое оборудование и технологии производить, как с помощью инноваций повысить урожайность этой ягоды, и какие усовершенствованные методы сбора можно осуществлять.

Resume – this article is aimed at highlighting the topic of the development of innovative technologies in the Republic of Belarus. On the example of blueberry cultivation, a study was conducted: what equipment and technologies to produce, how to increase the yield of this berry with the help of innovations, and what improved methods of collection can be implemented.

Введение. Развитие инновационной деятельности в Беларуси – актуальный вопрос на сегодняшний день. Технологии совершенствуются, а производство увеличивается за счет различных научных подходов к выращиванию растительных культур. Благодаря многим исследовательским работам академиков, ученых, произошло становление и развитие уникальных для республики отраслей растениеводства.

Основная часть. Выращивание голубики садовой, высокорослой и других сортов в Беларуси позволяет расширить сельскохозяйственное производство этой уникальной ягоды в нашей стране, а также увеличить экспорт в другие страны. Именно для этого проводятся различные исследования, чтобы вывести новые сорта, разработать инновационные подходы к сбору ягод и многое другое. Все это – безусловно благоприятно сказывается на экономике страны.

Сейчас на рынке большой спрос на эту культуру, также именно она больше всего приносит прибыль фермерам и в целом сельскому хозяйству. Благодаря этому производство технологий и инноваций востребовано и благоприятно влияет на экономику. Внедрение высокорослой, садовой голубики в промышленное и домашнее садоводство в Беларуси может привести