

УДК 339.138

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 103211 Трошко К.В.

Научный руководитель – к.т.н., доц. Глубокий С.В.
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Для успешного решения многочисленных задач в области рекламно-информационной деятельности, необходимо грамотное изучение и осмысление богатейшего опыта, накопленного зарубежными странами, а также применение средств, методов и форм рекламы, которые недостаточно развиты в Республике Беларусь.

Потребитель становится все более требовательным к информации, он хочет сам делать выбор, как и когда к нему должны обращаться, самостоятельно определять, какие именно данные он хочет получить о продукте, услуге или бренде.

Сегодня многим предприятиям приходится сталкиваться с тем, что «традиционная реклама», задача которой информировать и воздействовать на потребителя, постепенно теряет свои позиции. Становится все тяжелее и тяжелее добиться внимания потребителя в стремительно растущем информационном потоке.

Современные средства коммуникации — интернет, цифровое телевидение, оказывают колоссальное влияние на изменение роли и самой природы рекламной деятельности. Наступила цифровая эра, к которой все ведущие страны готовятся самым серьезным образом.

Для «FENOX Global Group» – международной группы компаний, объединяющей предприятия различных отраслей, была опробована модель регрессионного анализа для оценки эффективности совершенствования рекламно-информационной деятельности.

Для увеличения сбыта продукции было принято решение направить инвестиции на создание и развитие сайта, его SEO-продвижение, на внедрение баннерной и контекстной рекламы, на развитие YouTube-канала и рекламу в социальных сетях и мессенджерах.

Модель показала, что расходы на рекламу в интернете полностью себя оправдали и сбыт выпускаемой продукции увеличился более чем на 20%.