

УДК 338.12

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ СЗАО «BELGEE»

студент гр. 101031-15 Солтанов А.Ю.

Научный руководитель – ст. препод. Лапковская П.И.

Реклама имеет большое значение в пост-производственном продвижении товара в маркетинговой стратегии наравне со сбытом и ценообразованием. Согласно проведенному PEST-анализу можно судить о том, что наиболее значительными факторами, влияющими на получение прибыли для СЗАО «Белджи» будут являться – наличие доли государства на предприятии, уровень инноваций в отрасли, технические характеристики, а также требования к качеству и экологичность продукции. По полученным результатам SWOT-анализа самой сильной стороной предприятия на данный момент является современное производство, самыми слабыми сторонами – зависимость от государства и менталитетное отношение людей к производству. Помимо этого, существуют приоритетные возможности, такие как достижения поставленного производства и вхождение на западный рынок.

Существующая реклама компании заключается в информационном упоминании организации на новостных интернет-порталах и телевидение, а также показ моделей на автомобильных выставках. Основными проблемами действующей рекламной кампании являются: отсутствие четкой рекламной стратегии; не осуществляется реклама через классические рекламные атрибуты (радио, ТВ и т.д.).

Рекламу СЗАО «Белджи» следует размещать:

- в специальных автомобильных журналах, газетах;
- в контекстной рекламе в интернете (SEO);
- на афише около лифтов в бизнес-центрах;
- по радио в утренние и вечерние часы пик;
- на баннерах ведущих автомобильных дорог страны, а также в местах наибольшего скопления автомобилей.

Эффективность данных мероприятий будет составлять (на примере размещения рекламы около лифтов в бизнес-центрах): 75% от вложенных средств в рекламу с каждого покупателя.