



ИРП-Сибирь
Институт Развития Прессы-Сибирь



Проект осуществляется при
поддержке Европейского Союза

**Прежде чем продавать
рекламу, необходимо
ВЫЯСНИТЬ**



Самое главное

Каков объем рекламного рынка в вашем городе?

Кто основные рекламодатели и кто является целевой аудиторией для каждого из них?

Кто ваши конкуренты и какую часть рекламного «пирога» они захватывают?

Кто из основных рекламодателей не предлагает рекламу вашей газете и почему?

Кто ваши читатели, и каким рекламодателям они интересны?

Находится ли среди ваших читателей целевая аудитория основных (перспективных) рекламодателей? Если нет, как ее приобретать?



Действия

Выбор методики (методик) изучения рынка рекламы.

Исследование объема рынка.

Изучение конкурентов.

Анализ полученных результатов.

Изучение новых (потенциальных) рекламодателей.

Изучение читательской аудитории.

Уточнение (изменение) контента газеты для привлечения новой, интересной для рекламодателя аудитории.



Преимущества, получаемые в результате действий

Преимущество 1

Вы получаете представление о том, как и почему сегодня делится «рекламный пирог» в вашем городе.

Преимущество 2

Вы получаете представление о том, сколько денег вы можете получить от рекламодателей, если удовлетворите их запросы.



Преимущества, получаемые в результате действий

Преимущество 3

Вы получаете представление о том, как нужно изменить газету: ее содержание, позиционирование, цену, распространение.

Преимущество 4

Вы получаете возможность для регулярного бизнес-планирования и менеджмента.

Преимущество 5

Вы получаете представление о том, как обрести независимость и победить на рынке.



Итак, прежде чем выходить на рынок рекламы, вы должны знать:

Каков объем денежных средств на этом рынке?

Кто с вами конкурирует за эти деньги?

**Кто из ваших читателей интересен перспективному
рекламодателю?**

**Кто из ваших не-читателей интересен
перспективному рекламодателю?**

**Ответив на эти вопросы, вы сможете выработать
программу действий, чтобы привлечь и новых
читателей, и новых рекламодателей. И постоянно
совершенствовать МЕТОДЫ РЕКЛАМНЫХ ПРОДАЖ.**