



**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.**