

# Сущность рекламных исследований

Лекция 1

# Вопросы лекции

1. Понятие, цели и задачи рекламных исследований
2. Направления исследований в рекламе
3. Процесс и методы рекламных исследований

# 1. Понятие, цели и задачи рекламных исследований

Решения в области рекламной деятельности принимаются в условиях риска и неопределенности

Почему?

*Риск* в рекламной деятельности прежде всего обусловлен возможностью неэффективного использования денег. Плохая реклама может отпугнуть существующих потребителей и уменьшить шансы привлечения новых.



## **Рекламные исследования-**

систематизированный сбор и анализ информации с целью повышения эффективности рекламных мероприятий.

Рекламные исследования – это разновидность маркетинговых исследований

# Цель рекламных исследований

- повышение эффективности рекламной деятельности, снижения риска ее проведения, лучшее использование финансовых средств

# Задачи

- измерение (контроль) эффективности рекламы;
- определение характеристик носителей рекламы для выбора наиболее соответствующих целям продвижения;
- измерение основных показателей медиаканала;
- тестирование сценария (идеи, концепции и т. д.), деятельности по продвижению товара.

## 2. Направления исследований в рекламе

- 1. Исследование эффективности и популярности отдельных рекламных средств (носителей рекламы) для разных целевых аудиторий. В частности, на основе изучения степени популярности отдельных радио и телепередач в средствах массовой информации.

- 2. Изучение эффективности рекламной политики фирмы в целом. Изучается степень осведомленности о фирме и ее товарах по результатам рекламной деятельности за определенный период времени.

- 3. Исследование эффективности отдельных рекламных кампаний, в том числе на основе проведения специальных экспериментов. Часто устанавливается контрольный район, где рекламная кампания не проводится, и опытный район, в котором осуществляется рекламная кампания. Сравнительная оценка для разной целевой аудитории осуществляется в направлении изучения степени знакомства потребителей с рекламируемым товаром и желания его купить.

- 4. Исследование эффективности воздействия рекламного обращения на аудиторию, степени его влияния на поведение людей.

- 5. Изучение синергетического эффекта от совместного использования в рекламных целях нескольких средств массовой информации.

### 3. Процесс и методы рекламных исследований

# Процесс проведения исследования

- Определение проблемы и формулирование целей исследования
- Отбор источников информации
- Непосредственное проведение исследования
- Анализ данных и отчет

# От теории к практике. Как используют рекламные исследования....

- <https://www.sostav.ru/education/marketing/kak-pravilno-testirovat-novyj-kreativ-v-dpg-l-220.html>