

Чарыкова А.А.

*Научный руководитель: канд.ист. наук, доцент М.Е. Гусарова
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: tcharykova.nastya@yandex.ru*

Эффективность рекламы в муниципальном печатном издании

Рекламная деятельность в газете, журнале – это совокупность специфических технологий: получение заказа, его оформление и контроль за исполнением, технологии изготовления объявления и его размещения, соблюдение прямой и обратной связи с клиентом и т.д. Эти технологии не являются делом отработанным, доведенным до конца.[1] Только изначально верно выстроенная система сможет обеспечить высокую эффективность, получения высокой прибыли.[2]

Под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, иное издание, имеющее постоянное наименование, текущий номер и выходящее в свет не реже 1 раза в год[4] В общественной, рекламно-информационной газете «Все для Вас. Регион» представлены следующие блоки рекламы: цветная реклама, черно-белая и реклама с продающим текстом.

Социологических опросов, анкетирования и наблюдения за реакцией потребителя на рекламу газета «Все для Вас. Регион» не осуществляет, поскольку не располагает таким количеством прибыли. Эффективность печатного издания определяется экономическим путем, с помощью ежемесячной оценки продаж.[3]

Тираж газеты на период исследования составлял 9000 экз. Согласно анализу, в каждом пункте продаж выявляется количество остатка и количество проданных газет. Если остаток превышает минимум (он составляет 30-50 газет), то принимается решение о поставке меньшего количества экземпляров и, соответственно, где остатка нет или спрос превысил предложение, поставка увеличивается. По данным редакции на период 01.02.2019-10.03.2019. Газета доставляется:

- Почта России (по городу Муром) 16 отделений.;
- Роспечать (киоск) 15 отделений.;
- коммерческие магазины 12 отделений.;
- районные почтовые отделы 15;
- распространители 10 человек.

По местам продаж распространяется весь тираж. Согласно данным от 01.02.2019 по 10.03.2019, выяснилось, что остаток газет превысил у распространителей (в общей сумме более 300 экз.) и в Роспечатах (в общей сумме более 380 экз.) По данным анализа спроса, было установлено уменьшить тираж с 9000 до 8000, а также поставлять распространителям и Роспечатам на 100 экз. меньше, отдавая предпочтение Почте России.

По представленным данным, можно сделать вывод о том, что рекламу увидел хотя бы 1 покупатель на первой полосе, соответственно, более 100 покупателей на одной точке продажи, а также рекламное воздействие оказало большее влияние на жителей области. На эти данные в первую очередь обращают внимание рекламные менеджеры, оценивая городское и областное рекламное взаимодействие потребителя с газетой.

Таким образом, оценка эффективности является важным элементом в работе корпоративных СМИ. Подобная оценка позволяет определить целесообразность корпоративных затрат на собственную периодику.[5]

Еженедельное издание «Все для Вас. Регион» – образец качественного продукта, способного выполнять большой спектр рекламных, коммуникативных, информационных и познавательных задач. Учитывая приведенный анализ, а также количество продаж и постоянный спрос на рекламные услуги, эффективность рекламы находится на высоком

уровне. Серьезным преимуществом перед другими, является концепция газеты, ее разнонаправленность и рекламный подход.

Литература

1. Назайкин А.П. Рекламная деятельность газет и журналов// Практическое пособие: РИП-Холдинг; Москва; 2002. С. 5
2. Назайкин А.Н. Проблемы исследования эффективности рекламы в СМИ [Текст] // М.: Знание, 2011. – с.46
3. Евстафьев В., Пасютина Е. История российской рекламы// М. : ИМА-пресс, 2002. С. 220-225.
4. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012) "О средствах массовой информации" (с изм. И доп., вступающими в силу с 01.09.2012)
5. Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы//Москва; Хроникёр, 2005. С.100