

Ряд организаций утверждают, что не нуждаются в рекламе, поскольку их и так в России все знают. Суть такого ответа: - Мы заняли свою долю рынка и нас это устраивает. Это правда так?

Вы хотите увеличения продаж, но не хотите вкладываться в рекламу? Тогда каким способом вы этого хотите достичь? Увеличением штата менеджеров по продажам?

Этот метод сопряжен с рядом недостатков:

Высокие затраты: содержание штата менеджеров по продажам требует значительных финансовых вложений.

Поиск и обучение: найти и обучить высокоэффективных менеджеров по продажам довольно непростая задача.

Увольнение: сотрудники уходят. Попытки их удержать повышением зарплаты или должностью имеют ограниченный срок действия. И все приходится начинать сначала.

При отсутствии рекламы вы будете терять свои позиции на рынке. Это не происходит мгновенно, но ваши объемы будут снижаться. Это неизбежный процесс. Разовое размещение рекламы так же не принесет результатов. Реклама, это вклад в будущее компании. Она работает на лояльность покупателей, а лояльность нужно заработать. Именно по этой причине ряд компаний занимают активную позицию, вкладываясь в развитие, рекламу и все больше захватывают рынок. А другие выбирают попытку сэкономить при этом сохранить имеющуюся долю рынка, но это неизбежно приводит к падению показателей. Ваша активность на рынке рекламы в разы увеличивает количество успешно проведенных переговоров менеджеров по продажам. И если компании созданные 10 лет назад и более, в период тотального дефицита, этого не поймут, что рынок насытился и сформировался, и это теперь другой рынок, то они уйдут.

Почему интернет?

Объем рекламы в РФ согласно данных статистики:

Год	Печатные издания (млрд. рублей)	Интернет (млрд. рублей)
2021	9,454	326,00
2022	6,002	520,00
2023	5,402	678,00
Изменение	- 47%	+ 90%

Наши проекты не посещают случайные пользователи, только целевая аудитория. Постоянная аудитория составляет более 60%. Мы гарантируем что вашу рекламу увидят руководители компаний, зоотехники и ветеринарные врачи. Мы готовы совместно работать, и ждем вашего участия в работе над материалами.

Онлайн-пространство предоставляет гораздо большие возможности, чем печатные издания, для создания разнообразного контента и доступа к более широкой аудитории. И что не мало важно, реклама в интернете позволяет более рационально использовать бюджет.

В России на протяжении долгого времени акцент в рекламе делался на информирование о продукте или услуге. Это создало миф о том, что реклама — это исключительно инструмент

для мгновенных продаж. Однако современное маркетинговое мышление претерпевает изменения. Мы возвращаемся к классической функции рекламы — формированию образа компании в глазах потребителей.

Создание уникального и запоминающегося имиджа становится не просто желательной, а необходимой задачей для компаний, стремящихся выделиться на фоне конкурентов. В условиях растущей конкуренции, когда рынок перенасыщен предложениями, важно не только донести информацию о продукте, но и сформировать у потребителей устойчивое представление о компании как о надежном и качественном партнере. Это требует от бизнеса постоянного присутствия в медиа-пространстве.

Такое присутствие включает в себя не только размещение рекламных объявлений, но и публикацию новостей, статей, интервью, а также участие в различных мероприятиях. Все это подчеркивает активную позицию компании на рынке и помогает поддерживать интерес к её продуктам. Разовое размещение не решает задачи по продвижению компании. Рынок становится все более насыщенным, и потребители становятся более избирательными.

Эффективная реклама предполагает, что бренд должен быть на слуху. Чем чаще потребитель сталкивается с определенной маркой, тем сильнее она запоминается, и тем больше ассоциаций с ней формируется. Это объясняет, почему компании готовы инвестировать значительные средства в долгосрочные рекламные кампании. Постоянное присутствие и активное взаимодействие с аудиторией позволяют не только создать запоминающийся образ, но и укрепить его в сознании потребителей.

И так задача рекламы:

- Выделить вашу компанию на фоне других компаний, работающих в этой же сфере. Чтоб имя компании ассоциировалось с инновациями, высоким качеством, успехом и беспелляционно воспринималась как лидер отрасли. Создать атмосферу доверия к имени компании и ее продукции.
- Повысить осведомленность потенциальных покупателей о продукции компании и ее услугах. Рассказать, как компания может помочь решить ряд вопросов и улучшить эффективность компании клиента. Этим создать спрос на продукцию.
- Оказывать менеджерам помощь в продажах, увеличивая количество успешно проведенных переговоров.

Климов Алексей

klimov_aleksei@mail.ru

+7 (927) 777-52-00