

Считаем, что выгоднее: баннер, участие на электронных торговых площадках или реклама в СМИ.

Базовая формула экономики: снижение затрат = росту доходов, приобретает сегодня особое значение. Вопрос, как сэкономить без негативных последствий для бизнеса, занимает умы управленческого персонала. Экономить на продвижении товаров – все равно, что сворачивать деятельность, но бюджет ограничен.

Просчитаем возможные варианты:

Вариант 1 – рекламный баннер в сети Интернет.

Эффективность баннеров определяют с помощью показателя CTR (click/through ratio) - соотношения кликов и показов. По статистике средний CTR = 2%. Это значит, что 2 человека из ста щелкнули по баннеру. Но на практике может получиться еще меньше.

Создание хорошего баннера в среднем обходится в 50 – 75 долларов США. По размерам баннеры могут быть разными, однако общепринятыми стандартами считаются: 468x60, 120x60, 100x100, 88x31. Размещение баннера (в зависимости от сайта и размера) может варьироваться в пределах 60 тысяч рублей (региональный web-сайт) до 60 тысяч долларов (главная страница Яндекса) в месяц.

Затраты серьезные. А в целевую аудиторию можно "не попасть" если неправильно выбрать сайт. Яркие рекламные баннеры видят 80% посетителей сайта. Если Вы производитель металлоконструкций, например, даже два человека из ста привлечь с развлекательного портала не получится.

Вариант 2 – регистрация на ЭТП (электронной торговой площадке)

Зарегистрироваться можно бесплатно. Например, на площадке www.b2b-club.ru.

Главный плюс ЭТП - целевая аудитория. Т.е. те, кто, действительно, заинтересован в покупке металлоконструкций, фильтров для очистки воды, медицинского оборудования и т.д. К очевидным плюсам ЭТП можно отнести сокращения временных и финансовых затрат на документооборот, оперативное обслуживание клиентов, эффективный канал продаж.

Как эффективный вариант продвижения товаров, можно разместить рекламный баннер на ЭТП. Такой баннер обладает существенным преимуществом перед другими - все та же целевая аудитория при невысокой стоимости размещения.

Вариант 3 – размещение рекламы в СМИ.

Первоочередная задача – правильный выбор издания. Рассмотрим варианты

размещения в трех изданиях: "Бизнес-журнал", "Финансовый директор" и "Товары и цены".

"Бизнес-журнал" - издание для малого и среднего бизнеса. Московский тираж 50.000 экз., федеральный тираж 200-250.000 экз. размещение на 1-ой, 2-ой и 3-ей полосе обойдется в среднем в 500.000 рублей без НДС. 1/4 полосы – в 70.000 рублей (без НДС).

"Финансовый директор" - ежемесячный практический журнал по управлению финансами предприятия. Тираж 18.000 экз., структура подписки: Москва - 29%, регионы - 71%. Стоимость размещения на топовых позициях составляет около 400.000 рублей, 1/4 полосы обойдется в 92.000 рублей (без НДС).

Журнал "Товары и цены" - международный рекламно-информационный еженедельник. Тираж 130.000 экз. Цена разворота составляет 110.000 рублей, 1/4 - 36.000 рублей (прибавляем 18% НДС).

Выбор за Вами.

О www.b2b-club.ru

B2B клуб основан в 2007 году компанией Star Clubs Group. Цель создания такого глобального Интернет проекта – развитие международных экономических связей для малого и среднего бизнеса. Сегодня на площадке представлены производители из 60 стран мира. Удобный функционал облегчает процедуру поиска товаров и услуг. B2B-Club станет надежным партнером для Вашего бизнеса.