

которые очень важно учитывать, заранее прорабатывать и готовиться к ним, прежде чем начинать создание собственного информационного продукта.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Гумирова А. Р., Титова К. А. Потенциал инфобизнеса в снижении издержек на корпоративное обучение в условиях экономического кризиса // Ответственный редактор. – 2016. – С. 53.

2. Щербаков А. И. Инфобизнес как виртуальный фактор экономического роста // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2011. – №. 3. – С. 263-266.

УДК 659.137

Студ. Е.С. Тарасова

Науч. рук. доц. Е.В. Мещерякова

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

## ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕКЛАМА

Телевизионная реклама – это рекламные сообщения, которые транслируются в эфире телеканалов. Такой способ передачи обеспечивает широкий охват и достаточно большую аудиторию [1].

Основная особенность телевизионной рекламы – многообразие способов воздействия на человека. В рекламе на ТВ используют изображения, текст, музыку, голос. В ней присутствуют визуальные образы в динамике, что само по себе привлекает внимание зрителя. Такая рекламная кампания оказывает комплексное воздействие.

Телевизионная реклама позволяет достичь широкой аудитории, привлечь внимание потенциальных покупателей и увеличить продажи. Это связано с тем, что она обладает низкой степенью фильтрации и позволяет достичь различных социальных, экономических и возрастных групп. Телевизионная реклама является идеальным средством для привлечения внимания, создания имиджа и установления контакта между компанией и ее потенциальными покупателями.

С помощью телерекламы можно не только показать товар или услугу, но и продемонстрировать способ применения, объяснить особенности функционирования, передать ощущения от использования.

Рекламу на ТВ используют чтобы:

- повысить узнаваемость бренда;
- вывести на рынок новый продукт;
- привлечь аудиторию;
- стимулировать продажи;
- сформировать лояльность;

- вернуть старых клиентов;
- увеличить доверие покупателей.

Чаще всего ТВ-рекламу используют на первых этапах маркетинговой воронки продаж. С ее помощью обеспечивают максимальный охват аудитории, а уже далее вовлекают и стимулируют к покупке с помощью дополнительных инструментов: email-рассылок, SMS-сообщений, чат-ботов, таргетированной рекламы.

Телерекламу в своих кампаниях используют:

- B2B-бренды с широкой целевой аудиторией;
- B2C-бренды с массовым продуктом;
- digital-проекты с целью привлечь дополнительный трафик;
- компании, которые хотят увеличить осведомленность аудито-

рии.

Чаще всего ТВ-рекламу используют на первых этапах маркетинговой воронки продаж. С ее помощью обеспечивают максимальный охват аудитории, а уже далее вовлекают и стимулируют к покупке с помощью дополнительных инструментов: email-рассылок, SMS-сообщений, чат-ботов, таргетированной рекламы.

Для создания и запуска телевизионной рекламы требуется солидный бюджет. Поэтому этот способ продвижения доступен крупным брендам. Малый бизнес тоже размещает рекламу на ТВ, но в эфире региональных и местных каналов.

Формы телевизионной рекламы:

- видеоролики. Длительность – в среднем от 10-15 секунд до 2-3 минут. Бывают документальные, анимационные, смешанные;
- заставки. Статичные рекламные изображения. Редко сопровождаются аудиозвуком, чаще только музыкальным оформлением. Это один из самых простых вариантов телерекламы;
- телеобъявления. Краткое звуковое объявление, сопровождающееся статичным изображением. Вся информация уже есть на картинке и ее дублирует диктор;
- спонсорство ТВ-программ. Компания оплачивает выпуск программы и получает эфирное время в различных форматах;
- бегущая строка. Текстовая строчка, которая отображается в нижней части экрана;
- рекламная передача. Наиболее яркий пример — телемагазины. Рекламная передача выступает альтернативой личным продажам;
- рекламные видеофильмы. Отличаются от роликов большей длительностью и информативностью. Такие виды телевизионной рекламы часто используют для имиджевых кампаний и повышения узнаваемости [2].

Инструменты для создания телевизионной рекламы:

– видео. С помощью визуального видеоряда демонстрируют ситуации и эмоции, привлекают внимание с первого кадра;

– аудио. Музыка и голос помогают дополнить «картинку». Диктор часто говорит за кадром, но при этом его тембр и текст сильно влияют на зрителя;

– изображения. Статичные изображения применяют обычно, если нужно показать текстовую информацию. Картинка в этом случае становится фоном;

– текст. Текстовые элементы присутствуют в любой ТВ-рекламе. Это слоган, название компании, контактная информация;

Приемы телерекламы:

– продукт – главный герой. На товар делают основной упор в рекламе. Его показывают крупным планом, без людей и сюжета<sup>4</sup>

– жизненная ситуация. Ролик ярко демонстрирует сцену из повседневной жизни, знакомую каждому человеку. Благодаря приему зритель идентифицирует себя с героем;

– решение проблемы. Акцент в ролике на товаре, который решил проблему героя;

– рекомендация знаменитостей. Очень распространенный прием для телевизионных роликов. Знаменитость рассказывает о достоинствах продукта, заявляет, что использует и любит его;

– анимация. Продукт оживляют и вписывают в сюжет с реальными персонажами [3].

Эти и другие приемы помогают создать необычный запоминающийся ролик. Если видео интересное, пользователи пересылают интернет-версию ролика друг другу. Контент становится вирусным и привлекает новую аудиторию для бренда практически бесплатно.

Телевизионная реклама остается неотъемлемой частью многих маркетинговых стратегий и считается одним из самых эффективных средств привлечения внимания потенциальных клиентов. Она позволяет достичь широкой аудитории, создать положительное представление о товарах и услугах, а также оказать значительное влияние на потребительское поведение и предложения. Недостатком является стоимость, но в большинстве случаев это компенсируется высокой эффективностью воздействия.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Шальман Т.М. Современная телевизионная реклама / Т.М. Шальман. – 2015. – С. 2.

2. Назаренко П. К. Телевизионная коммерческая реклама: особенности и виды / П. К. Назаренко, 2020. – №21. – С. 223–225.

3. Unisender [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.unisender.com>. – Дата доступа: 05.03.2023.