

Сосновый бор – небольшой, компактный город с хорошо развитой системой коммуникаций. На 2017 год в городе формально присутствует два местных телевизионных канала, 2 еженедельные газеты, 3 FM радиостанции и чуть менее 10 групп во Вконтакте, претендующих на значимую посещаемость. И как же в этих условиях рекламировать малый бизнес используя Интернет и немного денег? Разбираемся вместе.

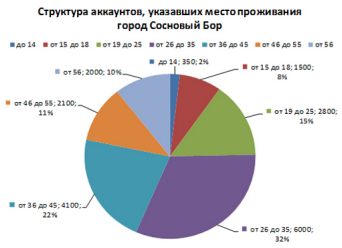
Местные газеты декларируют достаточно большие тиражи, а телевизионные кабельные каналы широкий охват, но многолетний анализ результативности размещения в них рекламы, к сожалению, не позволяет обещать заказчикам сколь-нибудь заметное увеличение продаж, стимулируемых только этими каналами. Хотя, допускаю, что в некоторых случаях и эти каналы коммуникаций могут быть эффективными.

Результативными способами продвижения на потребительском рынке города Сосновый Бор остаются заметные вывески, прочая наружная реклама, расклейка объявлений в местах сосредоточения целевой группы и Интернет.

Население города активно использует Интернет и социальные сети в частности. На 28/03/17 во Вконтакте зарегистрировано ~17 000 аккаунтов, а в Facebook ~ 4000 аккаунтов старше 18 лет, честно указавшим местом своего проживания славный город Сосновый Бор. По половому признаку такие аккаунты разделились примерно поровну: 8300 мужских и 9400 женских.

В этой статье мы попробуем разобраться в том, какие возможности предоставляет Вконтакте для рекламы товаров и услуг, произведенных в городе Сосновый Бор. Выявленных достоинствах и недостатках этого способа именно для этой территории.

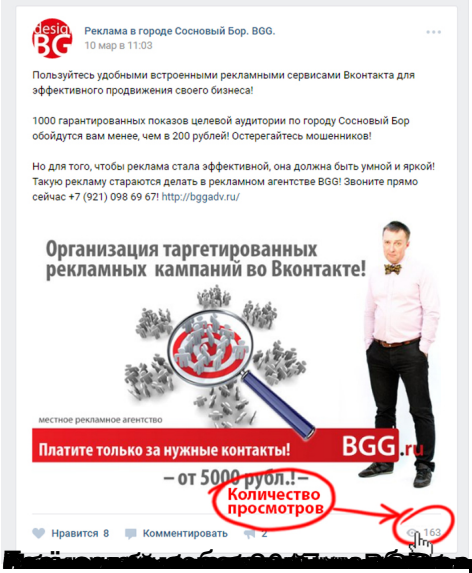
Недостатком рекламы во Вконтакте можно считать то, что аудитория жестко ограничена пользователями сети. Отметим, что многие Сосновоборские подростки и переростки не указывают местом своего проживания город Сосновый Бор.



Второй существенной недостаток рекламы во Вконтакте – это тот рекламный шум, даже не шум, а рекламный гомон, который существует в лентах новостей этой социальной сети. Из-за этого рекламного шума, а также огромного количества фейковых аккаунтов, отзывов, лайков, репостов и прочих раздражающих манипуляций уровень доверия к рекламным сообщениям крайне низок и в большинстве случаев вызывает негативную реакцию.

Именно поэтому, при разработке рекламного сообщения стоит особое внимание уделить качеству картинки, а также тому, чтобы сообщение было как можно конкретнее! Если только в ваши цели не входит долгосрочный брендинг и быстрый эффект не является целью рекламной кампании.

Итак, сообщение должно быть картинкой с надписью или просто картинкой. Но качественной и конкретной – даже если ваше предложение не обладает реальными конкурентными преимуществами, красивая картинка и конкретика может сделать его привлекательнее предложения конкурентов. В голове вашего клиента на этом этапе соревнуются именно картинки. Избегайте длинных текстов, которые во Вконтакте принципиально не читает абсолютное большинство.



[redacted]

Сводная-таблица-по-группам¶

Наименование-группы¤	Адреса¤	Кол-во-подписчиков¤		
		~~Декларация~~¶ ¤ Декларация	Из-них-указали,-что-проживают-в-Сосновом-Бору¶ ¤	Реальное-кол-во-просмотров-одной-записи¤
Мой-Сосновый-Бор¤	https://vk.com/sosnovy_bor¤	41-647¤	10368¤	4000-5000¤
BLACKLIST-¤	https://vk.com/black.sbor¤	5720¤	2288¤	2400-2900¤
Телекомпания-СТВ¤	https://vk.com/stv24¤	16-255¤	5569¤	1000-1800¤
Атомград¤	https://vk.com/atomgrad¤	18-528¤	4516¤	1000-1800¤
Граждане-ГСБ¤	https://vk.com/grazhdanesb?_smt=groups%3A2¤	11072¤	4524¤	700-1000¤
Газета-Маяк¤	https://vk.com/mayaksbor¤	6-467¤	2458¤	600-800¤
ЛАЭС¤	https://vk.com/leningradaes¤	2515¤	729¤	400-800¤
Администрация-города¤	https://vk.com/meriasosnovybor¤	3614¤	1493¤	250-500¤
[redacted]				

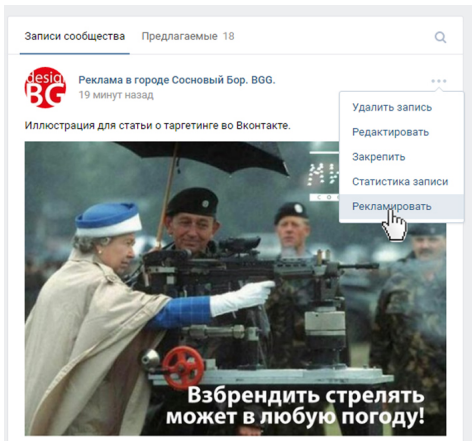
[redacted]

ТИР
МИШЕНЬ
СОСНОВЫЙ БОР

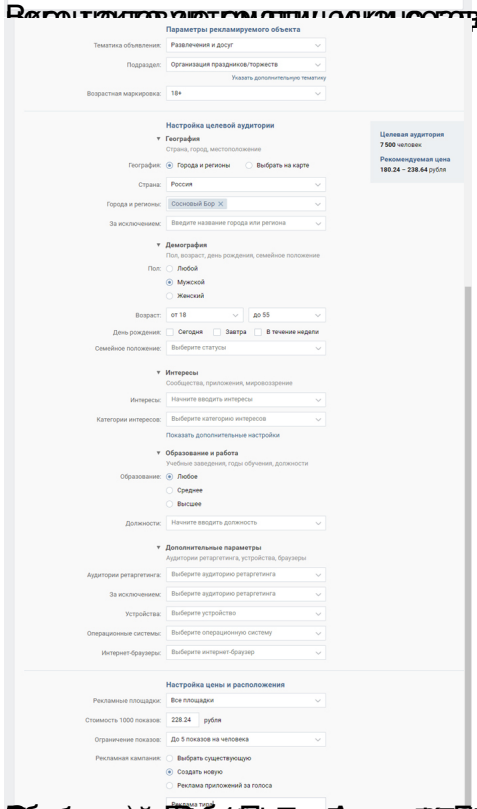
[redacted] логотип в фотожабы рекламы вида 02, формируя нужные нам рекламные



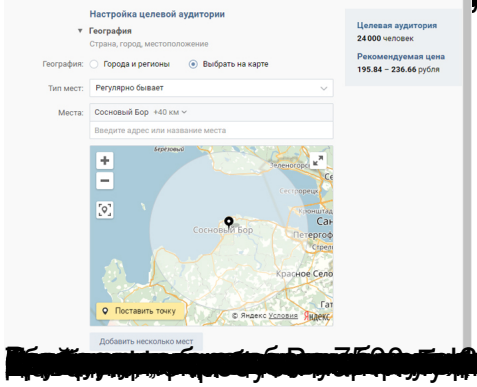
[redacted]



[illegible] объект, предлагая определить для



[illegible] из,



[illegible]

