

# Latvijas interneta reklāmas tirgum gaidāma izaugsme

Vairāk nekā puse aptaujāto mārketinga speciālistu 2014. gadā plāno palielināt investīcijas interneta reklāmā.



Jā Drīzāk jā Drīzāk nē Nē

Nielsens pētījums liecina, ja esošā budžeta ietvaros palielina investīcijas internetā, palielinās sasniegtā auditorija un samazinās CPM.

★ **54%**

domā, ka palielināsies sasniegtās auditorijas rādītāji palielinot investīcijas internetā

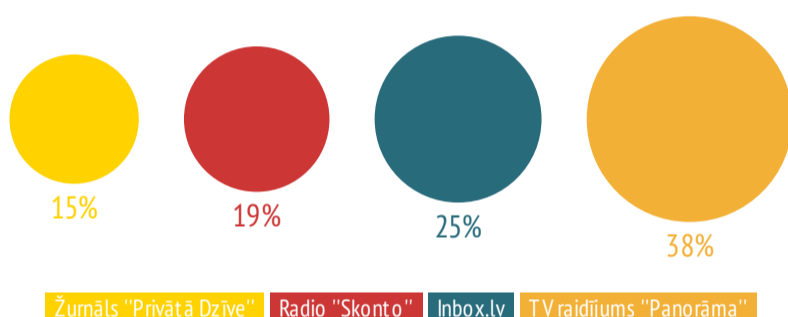
👤 **28%**

pārliecinoši apstiprina, ka palielināsies sasniegtās auditorijas rādītāji un samazināies CPM

▼ **18%**

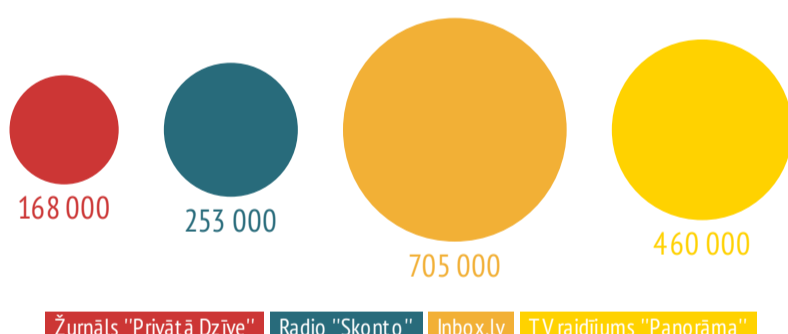
domā, ka sasniegtās auditorijas rādītāji nemainīsies

## Kur pēc respondentu domām "dzīvo" 15+ auditorija?



Žurnāls "Privātā Dzīve" Radio "Skonto" Inbox.lv TV raidījums "Panorāma"

## Patiesība par 15+ auditorijas dzīvesvietu!



Žurnāls "Privātā Dzīve" Radio "Skonto" Inbox.lv TV raidījums "Panorāma"

Atbilstoši "TNS" datiem 15- 74 auditoriju visefektīvāk var sasniegt, izmantojot internetu.

“ ”

## Secībai ir nozīme!

Pētījumi liecina, ka zīmola atpazīstamība un reklāmas efektivitāte 18+ grupā palielinās, ja vispirms to reklamē internetā, bet pēc tam - TV.

● **43%**

tic, ka mērķa grupā 18+ reklāmas kampaņa ir efektīvāka, ja primāri to izvietoj internetā, sekundāri TV

▼ **29%**

domā, ka secība vispār nav būtiska, tas neko neietekmē

Inbox.lv veiktajā aptaujā "LMT Digital 2014" ietvaros piedalījās;



Students: 4 Asistenti: 4 Projektu vadītājs: 37 Vidējā līmeņa vadītājs: 24 Augstākā līmeņa vadītājs: 10 Uzņēmuma īpašnieks: 19 Cits: 9