

Для рынка рекламы в латвийском интернете ожидается рост

Больше половины опрошенных специалистов по маркетингу в 2014 году планируют увеличить инвестиции в рекламу в интернете.



Да Скорее всего, да Скорее нет Нет

Исследование Nielsen свидетельствует: если в рамках существующего бюджета увеличить инвестиции в интернет, увеличивается охваченная аудитория уменьшается СРМ.

★ **54%**

думают, что увеличатся показатели для охваченной аудитории при увеличении инвестиций в интернет

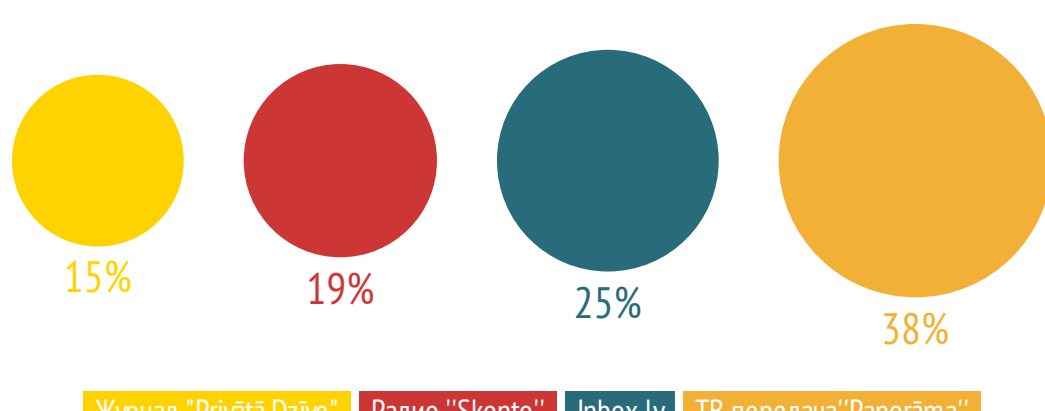
👤 **28%**

убедительно подтверждают, что увеличатся показатели охвата аудитории и уменьшится СРМ

▼ **18%**

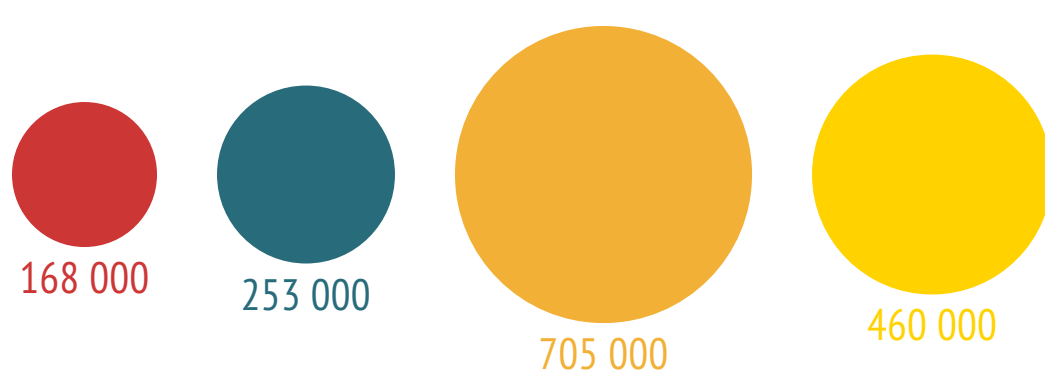
думают, что показатели охвата аудитории не изменятся

Где, по мнению респондентов, «живет» аудитория 15+?



Журнал "Privāta Dzīve" Радио "Skonto" Inbox.lv ТВ передача "Panorāma"

Правда о местожительстве аудитории 15+!



Журнал "Privāta Dzīve" Радио "Skonto" Inbox.lv ТВ передача "Panorāma"

В соответствии с данными TNS аудиторию 15-74 эффективнее всего охватить, используя интернет.



Последовательность имеет значение!

Исследования свидетельствуют, что узнаваемость бренда и эффективность рекламы в группе 18+ увеличивается, если сначала его рекламируют в интернете, а потом – на ТВ.

● **43%**

верят, что в целевой группе 18+ рекламная кампания более эффективна, если первично разместить ее в интернете и вторично – на ТВ

▼ **29%**

думают, что последовательность вообще не важна, она ни на что не влияет

В проведенном Inbox.lv опросе в рамках LMT Digital 2014 приняли участие:



Студент Ассистенты Руководитель проектов Руководитель среднего звена
Руководитель высшего уровня Владелец предприятия Другие