

образы, или сервисы в косметических магазинах, где можно протестировать макияж в цифровом формате [2].

Внедрение таких инноваций заметно влияет на экономику торговой сети. Например, автоматизированные кассы могут сократить затраты на персонал до 30 %, а персонализация, основанная на анализе данных, увеличивает средний чек на 10–15 %. Омниканальные стратегии способствуют росту объема продаж на 20–25 %, объединяя онлайн- и офлайн-каналы.

Таким образом, используя различные инновации, организации розничной торговли приобретают ряд преимуществ, в числе которых уменьшение издержек, наращивание объемов продаж, завоевание приверженности клиентов. Самое главное, что данные тенденции способствует повышению эффективности предпринимательства и развитию национальной экономики в целом.

Источники

1. Инновации в международной торговле и их влияние на экономическую ситуацию // Институт международных экономических связей. — URL: <https://imes.su/press-tsentr/stati/item/1715-innovatsii-v-mezhdunarodnoj-torgovle-i-ikh-vliyanie-na-ekonomicheskuyu-situatsiyu> (дата обращения: 12.11.2024).

2. Савенкова, И. В. Развитие инноваций в розничной торговле / И. В. Савенкова, Е. А. Нефедова, Т. В. Божко // Современные научные исследования и инновации. — 2016. — № 4. — URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/04/66865> (дата обращения: 12.11.2024).

Я. А. Смирнова, Е. А. Гордеенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Запольский, канд. экон. наук

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ТОРГОВОЙ СЕТИ «ТВОЕ» И ФОРМИРОВАНИЕ ЕЕ БЮДЖЕТА

Актуальность темы исследования обусловлена высокой конкуренцией на рынке потребительских товаров. Правильное планирование рекламных кампаний становится ключевым фактором для привлечения покупателей. Эффективная реклама помогает выделиться среди конкурентов и привлечь внимание целевой аудитории. Объектом исследования является торговая сеть «ТВОЕ». В ходе анализа было выявлено, что типичным потребителем данной торговой сети являются молодые девушки и мужчины в возрасте от 18 до 25 лет, которые желают выглядеть стильно и следят за модными тенденциями.

Средства продвижения рекламы для данной целевой аудитории: реклама в «ВКонтакте» и Instagram, а также контекстная реклама в поисковых системах «Яндекс» и Google. Данные каналы были выбраны для размещения рекламы, так как молодые люди много времени проводят в социальных сетях, где ищут новые модные тенденции.

План продвижения УП «ШАРМ РИТЕЙЛ» с помощью средств онлайн-рекламы представлен в таблице.

План продвижения УП «ШАРМ РИТЕЙЛ» с помощью средств онлайн-рекламы

Web-сайт	Расположение	Таргетинг	Прогноз объема	Количество, дней	Цена, бел. р.	Всего, бел. р.
Google	Контекстная реклама над и под результатами органической выдачи Google	г. Минск	25 000 показов/месяц	15	60	900
Instagram	Реклама в ленте	г. Минск	28 000–74 000 показов/месяц	30	64	1920
«ВКонтакте»	Реклама в ленте	г. Минск	80 000 показов/месяц	20	42	840
«Яндекс»	Контекстная реклама над и под результатами органической выдачи «Яндекс»	г. Минск	45 000 показов/месяц	30	34	1020
Итого	—	—	—	—	—	4680

В результате проведенного анализа был установлен общий бюджет рекламной кампании УП «ШАРМ РИТЕЙЛ» в размере 4680 р. Эти средства были эффективно распределены по нескольким ключевым каналам: Instagram, Google, «ВКонтакте», «Яндекс». Использование данных каналов позволит охватить широкую аудиторию и адаптировать рекламные сообщения под потребности целевой группы. Instagram и «ВКонтакте» обеспечат визуальную привлекательность и взаимодействие с клиентами, в то время как «Яндекс» и Google будут способствовать привлечению трафика и повышению конверсии.

Выбранная стратегия и распределение бюджета обеспечат достижение поставленных целей, что подтверждает целесообразность и эффективность использования указанных рекламных платформ. Это создает основу для дальнейшего развития рекламных кампаний и оптимизации бюджета в будущем.