

2. Система маркетинговых исследований;
3. Система классификации и обработки информации;
4. Система анализа и поддержки маркетинговых решений.

Основным элементом инфраструктуры в этой подсистеме являются консультационные фирмы.

Результатом сбора, обработки и анализа первичных и вторичных данных в маркетинговой информационной системе является маркетинговая информация, которая поступает к субъектам хозяйствования. Поток информации, соединяясь с данными системы внутренней отчетности, помогает фирме в проведении анализа, планирования, организации и контроля за осуществлением внешнеторговых операций и конкретных маркетинговых мероприятий.

Обратный поток в сторону зарубежных рынков состоит из принятых субъектом внешнеэкономической деятельности маркетинговых решений.

Яшева Г.А.
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В INTERNET

Оценка эффективности рекламы в Internet необходима в двух случаях: для выбора провайдерской фирмы (сервера), которая будет изготавливать и размещать рекламу (сравнительная эффективность) и для планирования и оценки эффективности рекламы (абсолютная эффективность).

Для сравнительной эффективности Web-сервера следует учитывать: «охват аудитории», «стоимость аудиторного контакта». «Охват аудитории» за период (неделя, месяц и т.д.) - это общее количество людей (персональных компьютеров) хотя бы раз обратившихся к данному серверу. «Стоимость аудиторного контакта» определяется отношением стоимости оптимального рекламного блока к охвату аудитории.

Абсолютная эффективность Web-сервера может определяться тремя способами:

- анализом статистики сервера и количества обращений к рекламным страницам;
- анкетированием потенциальной аудитории для выяснения, "знает ли" она уже о рекламируемой фирме или товаре то, что было необходимо донести до нее;
- расчетом коммуникативной значимости сайта.

Для оценки эффективности рекламы по электронной почте (E-mail), а также группы новостей или телеконференции (Usenet) предлагаем использовать следующие показатели: количество заключенных договоров, прирост объема продаж после рекламных мероприятий в Internet.