

Przedsiębiorcy - właściciele małych i średnich firm - wydają na promocję w sieci ponad dwa razy więcej niż na reklamę w prasie i prawie dwadzieścia razy więcej niż w radiu i telewizji - wynika z badania serwisu Favore.pl należącego do Grupy Money.pl.

Internet to już dzisiaj medium, w którym polscy przedsiębiorcy reklamują się najchętniej. Wynik wkrótce może być jednak jeszcze lepszy - co trzeci właściciel małej i średniej firmy w Polsce zamierza w najbliższym roku zwiększyć wydatki na ten cel. Favore.pl, internetowy serwis wyszukiwania usług, postanowił zbadać, jakie formy promocji są wśród takich przedsiębiorstw najpopularniejsze.

Z badania Favore.pl wyłania się obraz wyraźnej dominacji internetu w podziale reklamowego tortu. Średnio polski przedsiębiorca wydaje na reklamę w sieci ponad połowę całego budżetu reklamowego swojej firmy. Na drugą pod względem popularności metodę - plakaty, ulotki i inne materiały drukowane - przedsiębiorcy wydają ponad dwukrotnie mniej pieniędzy. Ten punkt to już tylko jedna czwarta reklamowych budżetów wszystkich przebadanych firm.

Decydują niskie koszty i wysoka skuteczność

Dlaczego tak się dzieje? Reklama w internecie, w odróżnieniu od radia i telewizji, jest tania i łatwo dostępna. I przede wszystkim skuteczna - można kierować ją do ściśle określonej grupy odbiorców - na przykład z konkretnego miasta. Dla niewielkich firm to bardzo istotne, że nie wydają pieniędzy na pokazywanie reklam osobom, które nie będą w stanie skorzystać z ich usług.

- Większość badanych przez nas firm obejmuje swoją działalnością niewielki obszar. Ze względu na dość wysokie koszty tej formy promocji, rzadko reklamują się w radiu czy telewizji, chyba że w stacjach lokalnych - tłumaczy wynik badania Adriana Rutowicz, specjalista ds. online marketingu z Favore.pl. - Mali i średni przedsiębiorcy mają przeważnie ograniczone budżety reklamowe, dlatego chętniej wybierają prasę i właśnie internet.

Badanie Favore.pl, przeprowadzono w internecie na próbie 1300 właścicieli małych i średnich firm z terenu całej Polski.

Całość na stronie:

<http://msp.money.pl/wiadomosci/zarzadzanie/artikel/polowa:reklamowych:budzetow:malych:firm:trafia:do:internetu,244.0,446964.html>

Money.pl