Перспективы рекламного рынка Словении

Для регулирования рекламного рынка в Словении необходимо ознакомиться с Законом «О международном частном праве и процессе», принятым в 1999 году, и Законом «О средствах массовой информации» от 1997 года с дополнениями 2005 года. Единого закона, регулирующего рекламный рынок, в Словении нет. Если рассматривать сегменты рекламного рынка этой страны, то нужно сказать о том, что из газет самыми популярными являются: «24ur.com – Главная», «Ljubljanske Novice» (Новости Любляны), «Mladina» (Молодёжь), «The Slovenia Times» (Новости Словении). Реклама здесь весьма популярна, особенно, если речь идёт не о печатном варианте газеты, а о её интернет-версии.

Реклама в интернете в Словении по статическим данным 2013 года увеличилась. Статистическое бюро этой страны опубликовало информацию, в которой говорится, что «количество компаний, которые ведут свои продажи и рекламу через интернет, в 2013 году увеличилось. Все больше компании принимает решение о продажах и рекламе своих компаний через интернет» [1]. Статистическое бюро Словении опубликовало информацию, в которой говорится, что количество компаний, которые ведут свои продажи и рекламу через интернет, в 2013 году увеличилось.

В 2013 году уже 14% компаний организовали продажи и/или принимали заказы на продукты или услуги через интернет. В 2012 году таких компаний было только 11%. Почти все компании, занимающиеся продажей через интернет, 95% заказов получали от словенских покупателей. 42% компаний работали также с другими странами Европейского союза и 20% заказов приходило из других стран, не входящих в Евросоюз. Одна пятая часть компаний

продвигает свои услуги через интернет. Он является важным средством коммуникации, маркетинга и рекламы. Позволяя одновременно взаимодействовать с конечным покупателем и партнерами. В интернете собственный сайт имеют 84% компаний, в которых работают 10 или более работников. В таких социальных сетях, как, например, Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, сделало свой профиль 37% компаний. 22% компаний оплачивают за рекламу в интернете: например, рекламу в поисковых системах или социальных сетях.

Телевизионная реклама – на третьем месте. «Словения-1», «Словения-2», «Словения-3», «Словения ТВ», «Студия 12» – самые популярные телеканалы, которые местное население, опять же, иногда предпочитает смотреть в онлайн режиме по компьютеру. Радио – менее популярно. Это – более узконаправленная рекламная кампания продукта, ведь её в основном слушают водители за рулём автомобиля и его пассажиры. Наружная реклама в Словении пользуется популярностью лишь в том случае, если она будет «выходить за рамки обыденного». Для этого не нужно что-то пугающее и шокирующее. Словенцы предпочитают размеренный образ жизни, поэтому, передвигаясь по шоссе, они смогут заметить только яркий и необычный билборд. Он обязательно будет замечен. Потому что «максимальная разрешенная скорость в населенных пунктах – 50 км/час, за пределами населенного пункта – 90 км/ч. На автомобильных дорогах – 110 км/ч» [2]. Как вариант: можно размещать рекламу на остановках, ведь платные дороги в Словении не всегда бывают к месту для местных жителей, поэтому они предпочитают передвигаться на общественном транспорте. Внутренняя реклама не так популярна в Словении. Но для того, чтобы разместить её, необходимо понять, куда ходит местное население,

какие популярные заведения в городе пользуются наибольшим спросом.

Таким образом, можно сделать выводы о рекламном рынке Словении. Во-первых, для регулирования рекламного рынка в Словении необходимо ознакомиться с Законом Словении «О международном частном праве и процессе», принятым в 1999 году, и с Законом «О средствах массовой информации» от 1997 года с дополнениями 2005 года. Единого закона, регулирующего рекламный рынок, в Словении нет. Размещение рекламы эффективно в интернете. Из газет самыми популярными являются: «24ur.com – Главная», «Ljubljanske Novice» (Новости Любляны), «Mladina» (Молодёжь), «The Slovenia Times» (Новости Словении). Реклама в них весьма популярна, особенно если речь идёт не о печатном варианте газеты, а о её интернет-версии.

Во-вторых, реклама в интернете в Словении растёт. Все больше компаний принимает решение о продажах и рекламе своих компаний через глобальную сеть. Если принимать решение об открытии там интернет-магазина или продвижении своих услуг через интернет, нужно связаться со специалистами и они создадут веб-сайт для компании. В таких социальных сетях, как например, Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, сделало свой профиль 37% компаний. Размещение рекламных роликов на сайтах будет гораздо эффективнее, нежели на телевидении, ведь, если учитывать тот факт, что местное население смотрит определённые каналы в интернете, то с уверенностью можно сказать, что реклама будет пропущена с помощью пары кликов мышкой, если речь идёт не об онлайн трансляции.

Литература

1. Пузатко, Е. На машине в Словению. Оплата дорог, ПДД, комплектация авто, стоимость бензина, отзывы / Е. Пузатко // Блог Елены и Евгения Пузатко [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://elenapuzatko.com/namashine-v-sloveniyyu/>. – Дата доступа: 29.09.2018.

2. Реклама в Интернете в Словении привлекает все больше количество компании // DATA [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <https://business-europe.ru/advertising-on-internet-slovenia/>. – Дата доступа: 28.09.2018.