

Таблица 14. Значения критериев экономической эффективности рекламной кампании

Критерии эффективности	Проведение рекламы зам. директором (расходы 80 000 р., торговая наценка 15%)			Проведение рекламы маркетологом (расходы 183250 р. торговая наценка 15%)		
	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)
Товарооборот	710 000	1 270 000	+560000	680 000	1 410 000	+73000
Прибыль	125 000	160 000	+35000	120 000	269 000	+149000
Издержки обращения	46 000	48 000	+2000	42 000	56 000	14 000
Коэффициент оборота оборотных средств	0,09	0,14		0,07	0,23	
Доля рынка	13%	15,5%		12%	17,1%	

Рентабельность рекламы. Показатель показывающий насколько эффективно использовались деньги вложенные в рекламу.

где Пр. - прибыль полученная от рекламы;

У - затраты на рекламу.

По данным из расчетов видно, что внедрение в штат маркетолога и его деятельность привела к положительным результатам, в результате проводимых мероприятий предприятие получило значительную прибыль, процент продаж увеличился на 1.71%, так же доля рынка увеличилась до 17,1%.

Критерии эффективности	Проведение рекламы зам. директором (расходы 80 000 р., торговая наценка 15%)			Проведение рекламы маркетологом (расходы 183250 р. торговая наценка 15%)		
	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)
Товарооборот	710 000	1 270 000	+560000	680 000	1 410 000	+73000
Прибыль	125 000	160 000	+35000	120 000	269 000	+149000
Издержки обращения	46 000	48 000	+2000	42 000	56 000	14 000
Коэффициент оборота оборотных средств	0,09	0,14		0,07	0,23	
Доля рынка	13%	15,5%		12%	17,1%	

Рентабельность рекламы. Показатель показывающий насколько эффективно использовались деньги вложенные в рекламу.

где Пр. - прибыль полученная от рекламы;

У - затраты на рекламу.

По данным из расчетов видно, что внедрение в штат маркетолога и его деятельность привела к положительным результатам, в результате проводимых мероприятий предприятие получило значительную прибыль, процент продаж увеличился на 1.71%, так же доля рынка увеличилась до 17,1%.