A photograph of a person sitting at a wooden desk in a workspace. The person is wearing a red shirt and is looking at a laptop screen. On the desk, there is a glass of iced coffee, a pair of glasses, and some papers. The background is slightly blurred, showing another person's arm. The overall atmosphere is professional and focused.

# Тенденции развития рекламы в Беларуси

---

ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ КАФЕДРЫ  
ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА И КОММУНИКАЦИЙ  
ФАКУЛЬТЕТА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ УО "БГЭУ"

Цель исследования —  
изучить существующие  
тенденции развития  
рекламы и рекламного  
рынка в РБ, определить  
необходимые навыки для  
будущих специалистов.

---



Исследование проводилось в формате глубинного интервью в период производственно-экономической практики **3** курса.

Респондентами стали руководители и работники **23** компаний Республики Беларусь, основным видом деятельности которых является маркетинг или реклама.

Исследование проводилось на территории всей Республики.



# МЕСТА ТРУДОУСТРОЙСТВА СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РЕКЛАМЕ



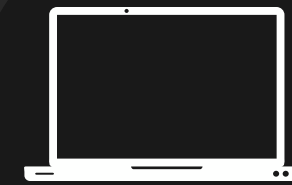
КРЕАТИВНЫЕ  
ИЛИ  
РЕКЛАМНЫЕ  
АГЕНТСТВА



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ  
ПРЕДПРИЯТИЯ



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ  
/ КОНСАЛТИНГОВЫЕ  
КОМПАНИИ



ОПТОВЫЕ  
КОМПАНИИ

# Источники профессиональной информации для специалистов



A person is shown from the side, sitting at a desk and writing in a spiral notebook with a black pen. The background is a bright, slightly blurred office or classroom setting. Overlaid on the left side of the image are five horizontal bars of varying shades of blue and cyan, each containing a skill name in white text. The bars are arranged vertically, with the top one being the lightest and the bottom one being the darkest. The skill names are: 'Коммуникабельность', 'Умение работать в команде', 'Креативность', 'Работа с информацией', and 'Мультизадачность'.

Коммуникабельность

Умение работать в  
команде

Креативность

Работа с  
информацией

Мультизадачность

ОСНОВНЫЕ  
SOFT SKILLS

---

Знание специальных программ

Знание инструментов аналитики

Графические редакторы

Генерация идей

Маркетинговые исследования

ОСНОВНЫЕ  
HARD SKILLS

---

# Какие навыки и компетенции необходимо развивать молодым специалистам по рекламе



"Сегодня, какой бы профессией вы не обладали, недостаточно один раз освоить нужные узкоспециализированные знания, поэтому основной задачей для настоящего специалиста по рекламе является непрерывное развитие. Также немаловажно умение адаптироваться к любым переменам и быстро осваивать новые технологии. Молодому специалисту необходимо делать акцент на совершенствовании своих **soft skills**."

*Начальник отдела маркетинга и продаж  
ОАО "Беларуськалий"*

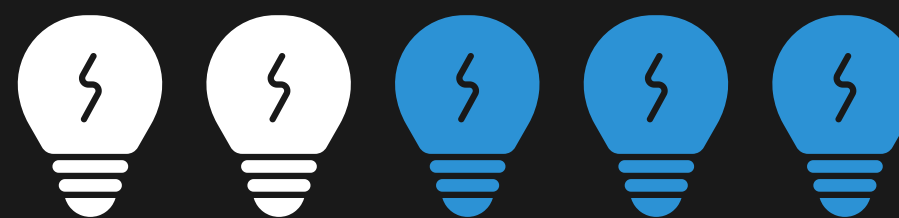


# Ивент-маркетинг



**25 ИЗ 25**

компаний оценивают  
ивент-маркетинг как  
важный инструмент  
продвижения.



**10 ИЗ 25**

компаний уже  
использовали этот  
инструмент в своей  
деятельности.

"В период пандемии отношение к ивент-маркетингу изменилось в худшую сторону. В связи с событиями прошлого года, вектор сменился на онлайн, даже наша команда перешла в этот формат. Мы надеемся ивент-маркетинг вернет свои былые позиции в будущем, но на данный момент это последнее, к чему стоит прибегать."

**Руководитель проектов в рекламном агентстве "UpClient"**



КАКИЕ ВИДЫ  
РЕКЛАМЫ В  
ИНТЕРНЕТЕ ВЫ  
ИСПОЛЬЗУЕТЕ ?

Контекстная реклама

SEO

Медийно-баннерная  
реклама

SMM

Управление  
репутацией

# Виды и каналы рекламы, которые будут востребованы через три-пять лет



**Причины  
использования  
аутсорсинга для  
решения рекламных  
задач**

**1**

Нехватка  
специалистов для  
решения  
определенных  
задач

**2**

Высокий  
профессионализм  
сторонних  
специалистов

**4**

Отсутствие  
возможностей  
реализовать ту или  
иную деятельность

**3**

Минимизация  
усилий  
собственных  
сотрудников

ДЛЯ ЧЕГО  
НУЖЕН И КАКИЕ  
ЗАДАЧИ  
РЕШАЕТ  
АУТСОРСИНГ

1

Для оптимизации  
деятельности

2

Оказание услуг по разработке  
рекламной стратегии

3

Помогает перенести ряд  
обязанностей на профессионалов

4

Дает возможность пользоваться  
знаниями узких специалистов

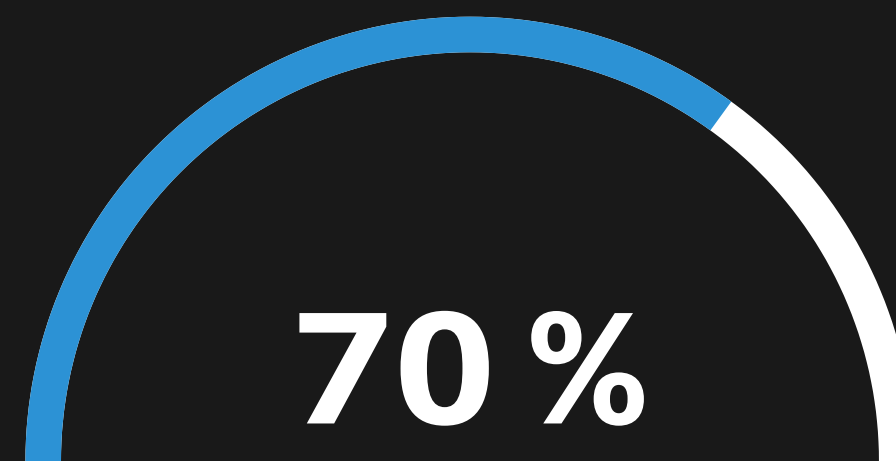
5

Экономит время и денежные  
средства заказчика

# Опыт сотрудничества с блогерами



**БЫЛ ОПЫТ**



**НЕ БЫЛО ОПЫТА**

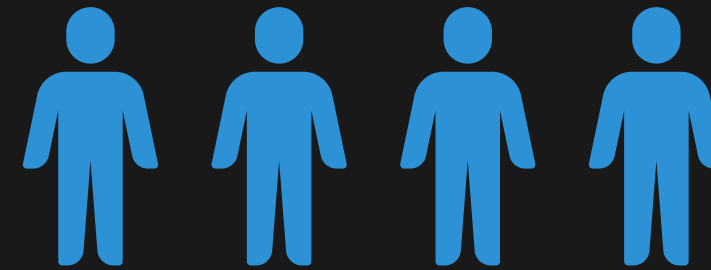
В Беларуси у потребителей ещё не сформировалось доверие к блогерам. Рекламодатели пока не готовы к такому сотрудничеству. Но эта сфера перспективна, так как сейчас белорусские блогеры начали становиться узнаваемыми.

# TikTok в рекламной деятельности



**22 ИЗ 25**

Не пробовали **TikTok** в  
своей рекламной  
деятельности



**4 ИЗ 22**

В перспективе готовы  
использовать **TikTok**



# Причины не использовать **TikTok**



# Если бы был выбор оставить один вид оффлайн рекламы?

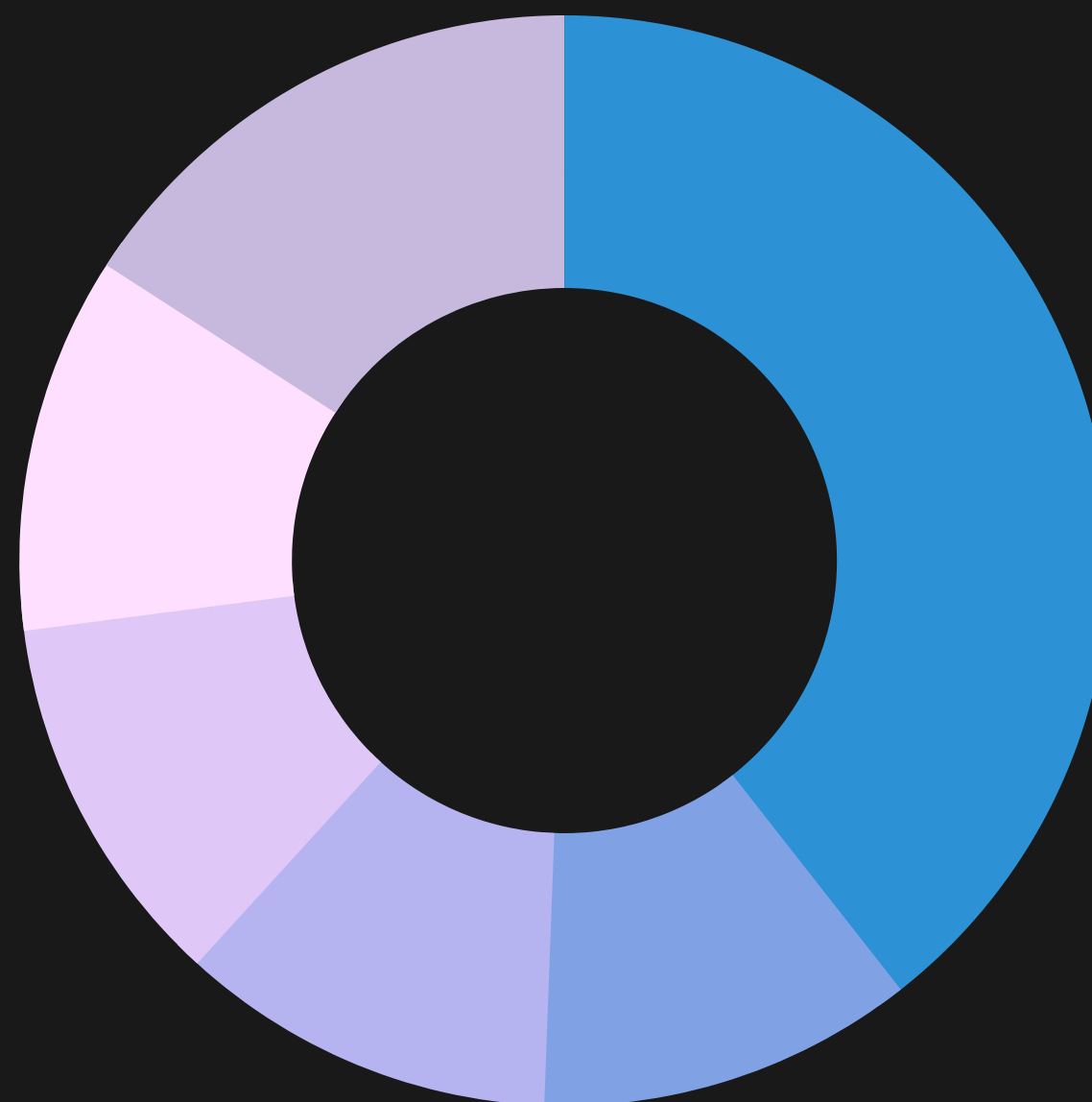
Зависит от объекта рекламирования  
**15.9%**

Выставки  
**11.2%**

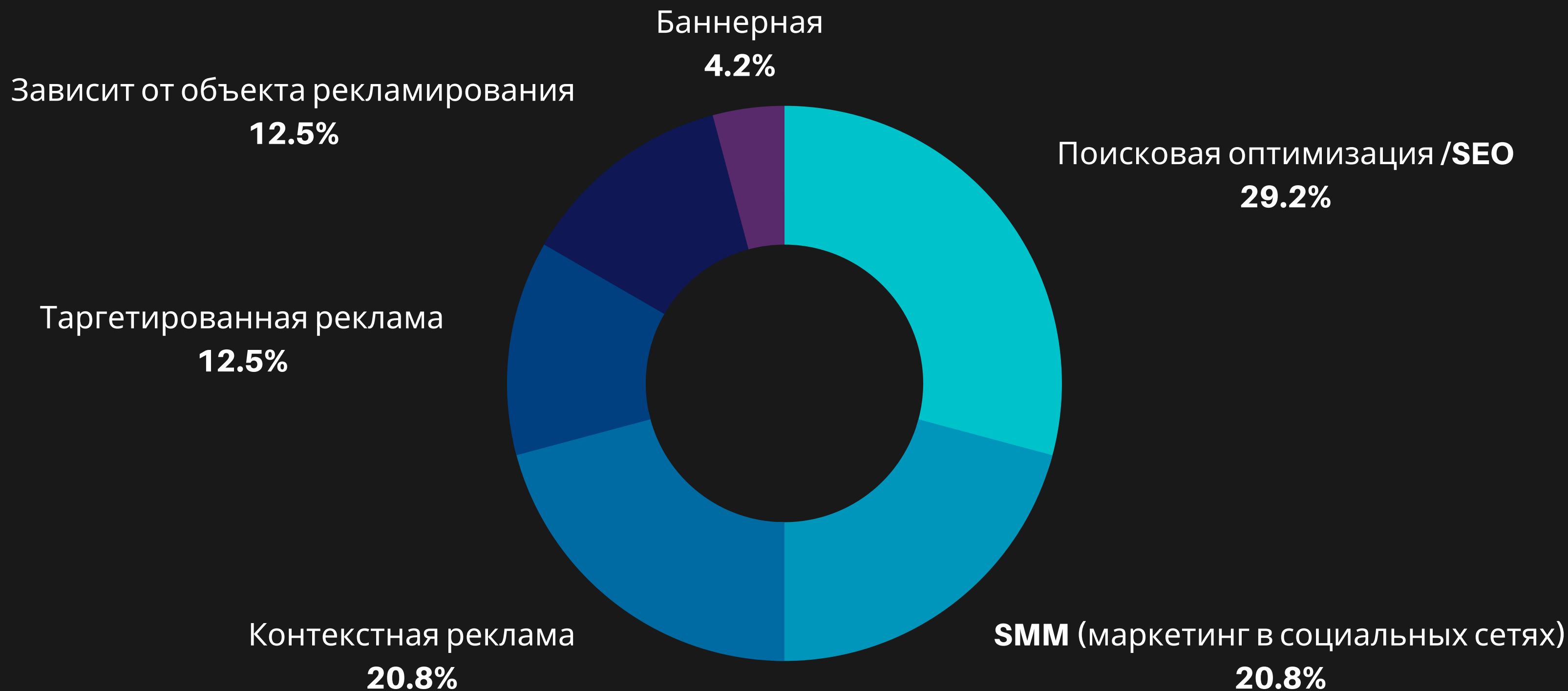
ТВ реклама  
**11.2%**

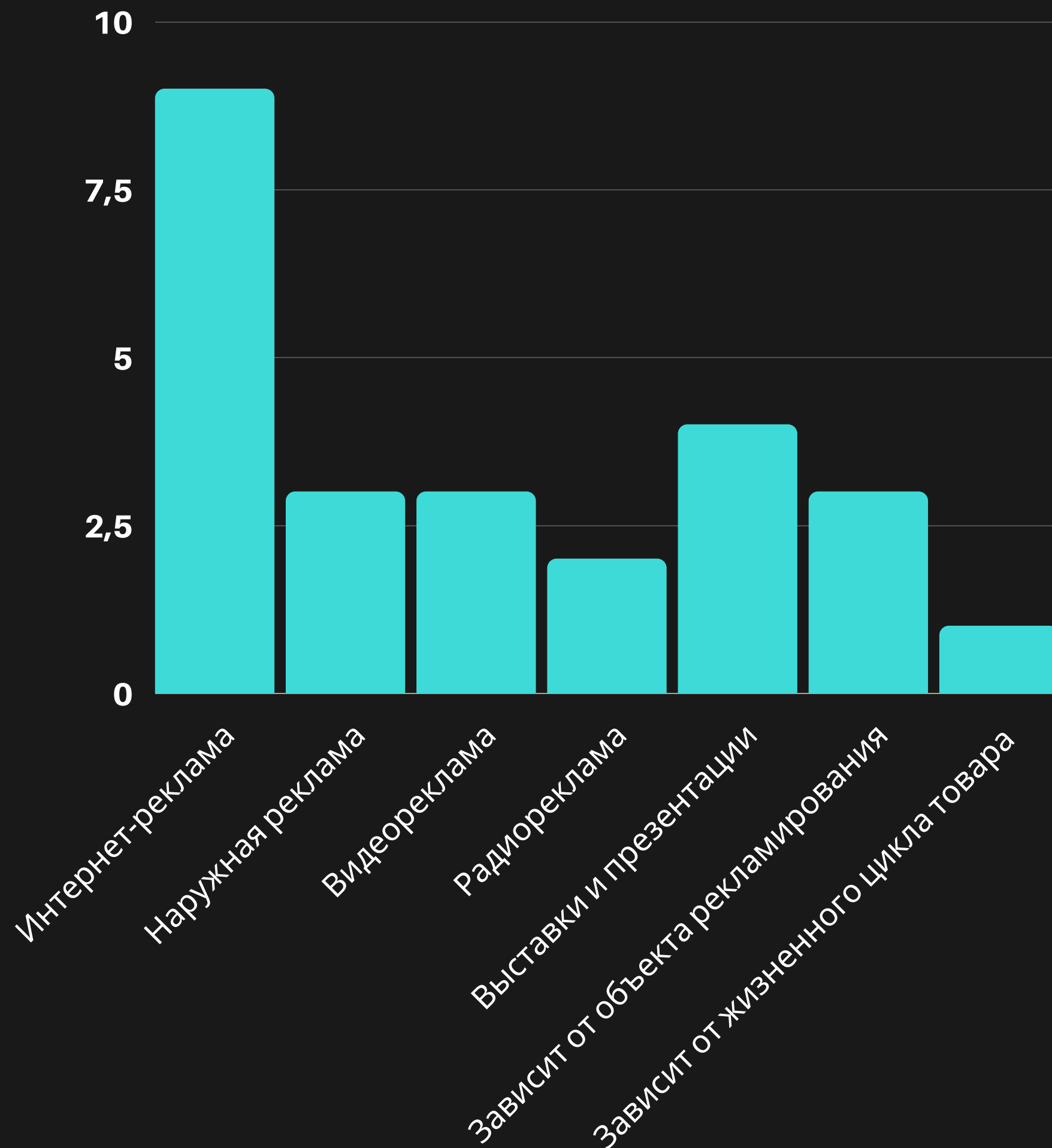
Радиореклама  
**11.2%**

Наружная реклама  
**39.4%**



# Если бы был выбор оставить один вид онлайн рекламы?





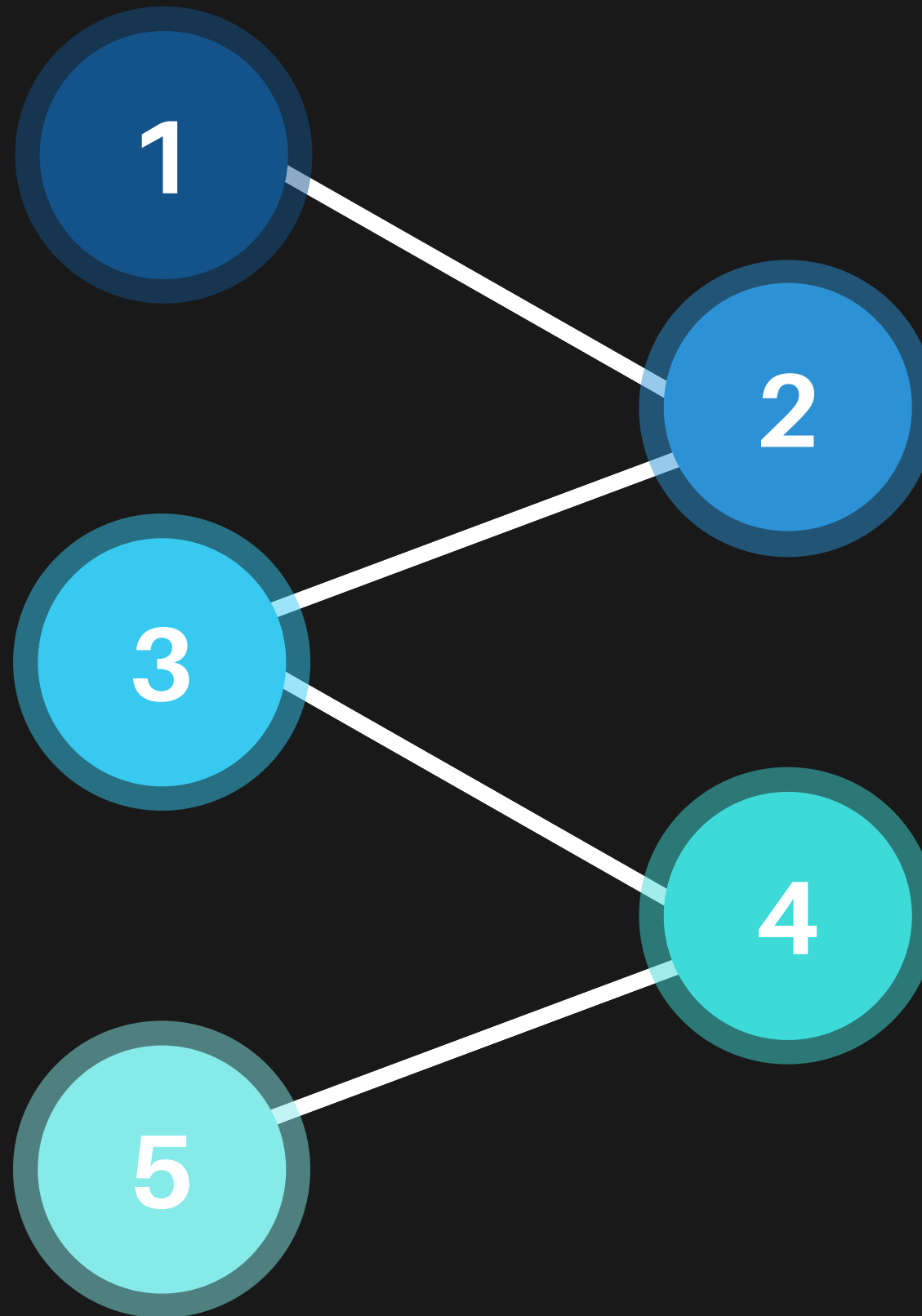
Какой вид рекламы наиболее эффективен для «увеличения объема продаж» и «укрепления конкурентных позиций»?

## Выводы

Наиболее популярными и часто используемыми источниками профессиональной информации являются телеграм-каналы и интернет-порталы.

Наиболее важные Hard skills — знание специального ПО и аналитика.

Среди Offline рекламы белорусские компании отдают предпочтение наружной рекламе.



Наиболее важные Soft skills — коммуникабельность и умение работать в команде.

Наиболее популярные в РБ инструменты продвижения — SEO и контекст.