**«Реклама - ценный экономический фактор, потому что это самый дешевый способ продажи товаров, особенно когда последние бесполезны» (С. Льюис)**

**Льюис уверен, что основным способом, привлекающим покупателя является реклама. Я считаю, что каждому предпринимателю, стремящемуся продать свою продукцию, необходимо умело рекламировать свой продукт.**

**Прежде всего, важно дать определение ключевым терминам, чтобы полностью раскрыть эту тему. Бизнес- деятельность, связанная с производством товаров и услуг, осуществляемая собственниками капитала, с целью получения прибыли или других форм доходов. Так вот, в любом хорошем бизнесе есть отдел, занимающийся маркетингом. Маркетинг-деятельность, направленная на формирование и удовлетворения рыночного спроса. Реклама- направление в маркетинге, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования спроса на него. Спрос- это зависимость между ценой и количеством товара, который покупатели могут и желают купить по строго определённой цене, в определённый промежуток времени. Таким образом, в процессе рекламной компании больше людей узнают об определённом продукте или услуге и у них возникает желание купить рекламируемый объект. Глубокие познания и опыт в рекламе продукции позволяют производителям увеличить объём продаж и, как следствие, конечную прибыль.**

**Навык рекламирования развит у людей неравномерно. Обратимся к фактам общественной жизни и к моему личному опыту, чтобы увидеть примеры того, что реклама является важной составляющей для успешной продажи товаров.**

**На выходных я посмотрел фильм «Здесь курят». В этом фильме рассказывается про лоббиста, который работает на одну крупную фирму по производству сигарет. Он должен продвигать табакокурение, насколько это возможно. Казалось бы, абсурд: вступать в конфликт с ярыми противниками курения и пытаться доказать полезность последнего. Не смотря на это главный герой добился немалых результатов, агитируя всех к курению в ток-шоу, на телевидении и, продвигая сигареты в кинофильмах. Так он и компания, в которой он работает, благодаря успешной рекламе увеличивают продажи сигарет, тратя при этом небольшие суммы денег. Исходя из данного примера можно сделать вывод, что благодаря грамотной рекламе компании могут продавать товар, который не только бесполезен для потребителя, а даже вреден.**

**Однако обратимся к фактам общественной жизни, чтобы подтвердить своё предположение. Компания «Coca-cola» на кануне Рождества выпускает рекламный ролик, который, можно сказать, стал культовым с помощью запоминающийся мелодии и приятного видеоряда, вызывающего положительные эмоции. Таким образом продукция этой фирмы стала ассоциироваться с праздником, хорошим настроением, благодаря чему на продукцию этой компании появился огромный спрос, не смотря на то, что её напиток вреден для здоровья потребителя.**

**В настоящее время существует множество способов повлиять на спрос потребителя. Однако самым эффективным, на мой взгляд, является реклама, потому что она позволяет продать даже тот товар, который не нужен покупателю, затратив на это небольшой объём средств.**