

# Непрямая реклама (Below-the-line)

Синонимы: Косвенная реклама, Indirect advertising, BTL

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Технология маркетинга, ориентированная на установление непосредственных, личных коммуникаций с потребителями, а также продвижение не отдельных товаров, а брендов в целом или товарных групп определенного бренда.

Происхождение термина BTL (от англ. below-the-line — «под чертой», «ниже черты») обусловлено тем фактом, что зачастую расходы на непрямую рекламу оказываются вне бюджета, выделенного на маркетинговые мероприятия, поскольку предвидеть число прямых коммуникаций с потенциальными клиентами достаточно сложно.

Например, компания приготовила небольшие подарки посетителям выставки своих товаров, планируя, что за день ее посетит 500 человек, но пришло 1000 человек. Ситуация, когда подарки достанутся не всем, крайне нежелательна: она может вызвать негативную реакцию у «обделенных» посетителей, которые могут перенести ее на родственников и знакомых, что в конце концов приведет к потере значимой части целевой аудитории. В этом случае придется увеличить число подарков, что вызовет затраты сверх выделенного бюджета.

Типичными способами не прямой рекламы являются торговые конференции, выставки и ярмарки, интерактивные промоакции и другие мероприятия, сопряженные с личным контактом с потенциальным клиентом, в том числе в социальных сетях.

Компании, использующие непрямую рекламу, выглядят в глазах потребителей более открытыми и идущими навстречу клиенту, что способствует установлению долгосрочных отношений. Эффективность проведенных BTL-акций, как правило, оценивается по их окупаемости.