

# Рекламное агентство



- ▣ **Рекламное агентство** – это независимая фирма, специализирующаяся на выполнении рекламных функций: **проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности, разработке и проведению рекламных кампаний, подготовке рекламных обращений, производству рекламных носителей, размещении в медиасредствах и т. д.**

□ Агентство несет обязательства перед заказчиками:

а) финансовые;

б) юридические;

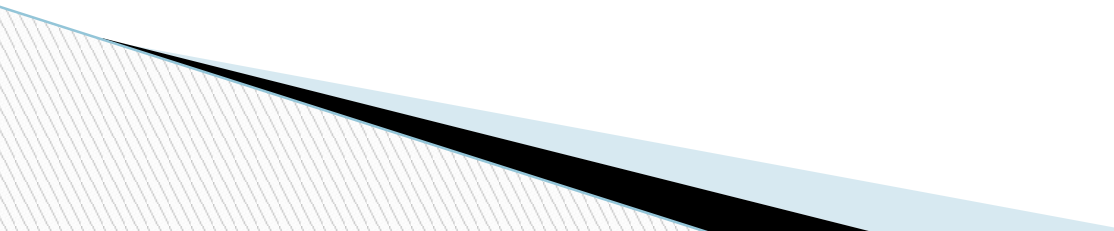
в) морально-этические.

▣ *Крупнейшие агентства мира:*

1. Omnicom group – США валовой доход \$ 4812 млн.
2. Interpublic group – США валовой доход 4304 млн.
3. WPP group – Великобритания валовой доход – 4156 млн.
4. Deutsu – Япония валовой доход – 1786 млн.
5. Young and rubicam – США валовой доход – 1659 млн.

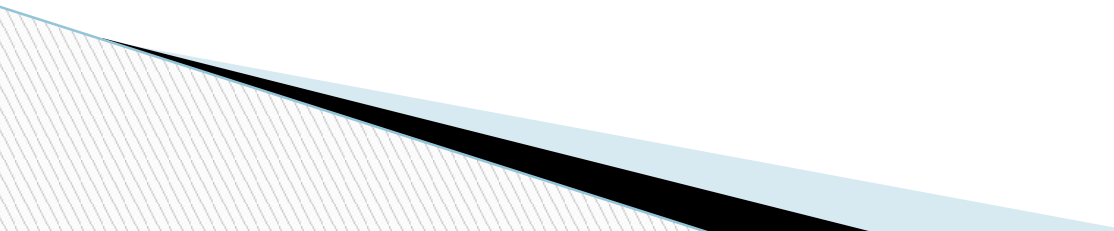
**Совокупные рекламные расходы в США в 2000 г. \$134,3 млрд., в Японии \$ 33,2 млрд., в Германии \$ 21,6 млрд.**

# **Выбор рекламного агентства:**

1. Стабилен ли рост агентства и его оборота по счетам.
  2. Компетентны ли специалисты агентства в той отрасли, где работает рекламодатель. Универсально или работает с какими-то отдельными товарными группами.
  3. Какова текучесть клиентов и есть ли постоянные клиенты.
  4. Каковы идеологические (маркетинговые) концепции агентства, творческие возможности.
  5. Технические возможности агентства.
  6. Время создания агентства, опыт.
  7. Перечень предоставляемых услуг.
  8. Какого вида агентство.
- 

# Виды рекламных агентств

По целям (задачам на рынке):

- ▣ **Агентство сэллер** – юридическая структура, специализирующаяся на продаже рекламных площадей от имени и по поручению владельцев массмедиа, на тех или иных эксклюзивных условиях.
  - ▣ **Агентство Байер** – юридическая структура, специализирующаяся на оптовой закупке рекламного пространства в средствах распространения рекламы, и последующей перепродаже этого пространства по частям.
  - ▣ **Клиентское рекламное агентство** – юридическая структура, которая совместно с рекламодателем и по его заказу выполняет творческие, исполнительские и контрольные функции по изготовлению и размещению рекламных материалов.
- 

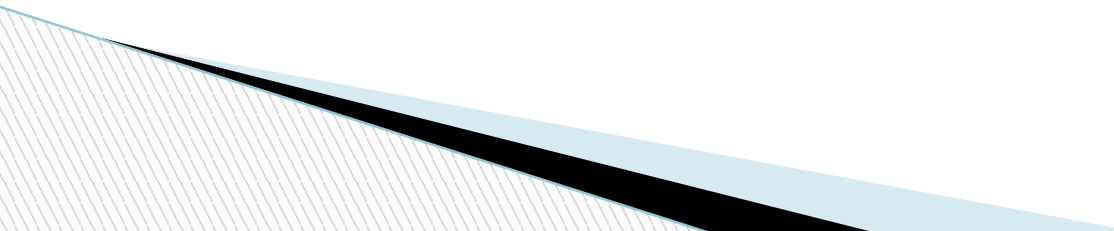
## По специализации:

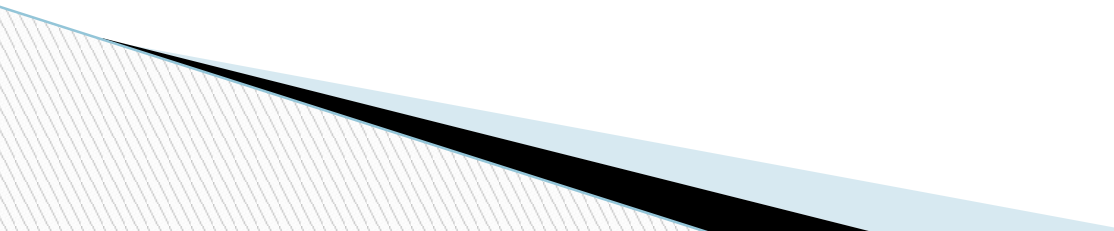
- ▣ **Рекламное агентство полного цикла** – юридическая структура, специализирующаяся на разработке стратегии и тактики рекламной кампании, создании рекламной продукции, производстве и размещении рекламы, творческих услугах, планировании и приобретении медиасредств, исследовании для выполнения заказа, а так же привлечении субподрядчиков.

- ▣ **Специализированные** - они специализируются либо на определенных функциях (например, творческих или по закупке средств доставки рекламы), либо на определенных аудиториях (национальных группах или молодежи) или отраслях (например, здравоохранение, компьютеры, сельское хозяйство или деловая коммуникация).



- ▣ **Креативное агентство (дизайн студия)** - разработка концепции рекламной кампании. Включая ее отдельные составляющие: стилистика рекламы, идеи для печатной, видео и аудио рекламы, элементы дизайна, и т.д.
- ▣ **Медиабаинговое агентство (медийное агентство)** - агентство, выступающее как посредник между рекламодателем и СМИ, или владельцем рекламоносителей.

- ▣ **BTL агентства** - (от англ. below the line) – агентства, организующие специальные мероприятия и промоушн акции по продвижению товара, например акции с призами для потребителей.
  - ▣ **PR агентства** - агентства, специализирующиеся на организации PR компаний для клиента, способствуют развитию положительного отношения общественности к компании и улучшению её репутации.
- 

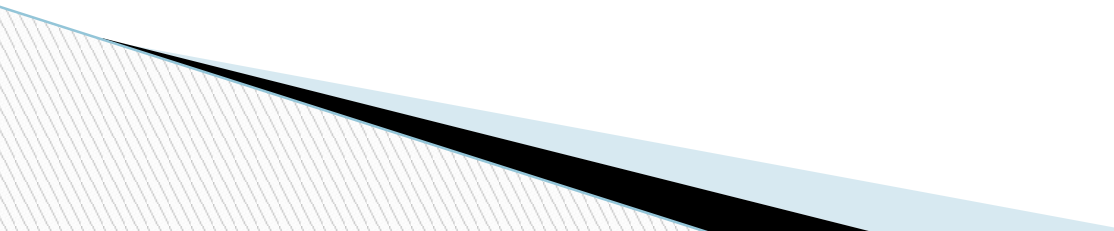
- ▣ **Рекламное интернет-агентство** - оказывают услуги в области создания сайтов, интернет маркетинга и интернет рекламы: разработка сайтов, планирование проведение рекламных кампаний в сети интернет.
  - ▣ **Агентство, занимающееся наружной рекламой** – изготавливает и размещает наружную рекламу.
  - ▣ **Компании маркетинговых исследований** – оказывают услуги по маркетинговым и рекламным исследованиям и анализу рынка.
- 

# По направлению бизнеса, в котором они специализируются:

- ▣ **b2b** (бизнес для бизнеса) ориентированные рекламные агентства - ориентированны на оказание рекламных услуг юридическим лицам:
  1. Рекламные агентства потребительской рекламы.
  2. Рекламные агентства промышленной рекламы.
- ▣ **b2c** (бизнес для потребителей) ориентированные рекламные агентства - ориентированны на оказание рекламных услуг физическим лицам.

- Оплата услуг производится в форме комиссионных по традиционной ставке 15 % от стоимости счетов за рекламу. Это много, но качественная работа должна хорошо оплачиваться и экономия на качестве рекламы ничего, кроме убытков не приносит.

□ *В агентстве стандартно выделяют 5 подразделений:*

- творческий отдел,
  - отдел исполнения заказов,
  - производственный отдел,
  - отдел маркетинга,
  - финансово-хозяйственный отдел.
- 

# Структура творческой сводки:

- ▣ 1. *Цель маркетинга* – обзор конкурентной ситуации и установление целей рекламы или кампании (данные о коммерческих продажах; о долях рынка, принадлежащих торговой марке и ее конкурентам и т.д.).
- ▣ 2. *Продукт* – это информация о тестах продукта; восприятие потребителями торговой марки и ее главных конкурентов; анализ витрин розничной продажи, тестов на восприятие упаковки и т. д.

- ▣ 3. *Целевая аудитория* – демографическое и психографическое описание целевой группы. Главное – узнать как можно больше о том, как именно потребители думают, чувствуют, решают и действуют.
- ▣ 4. *Обещание и поддержка* – это выявление тех ожиданий потребителей, которые связаны с приобретением товара, не относящихся непосредственно к главной функции товара.



- ▣ 5. *Индивидуальность торговой марки* – изучение способов представления товарного знака фирмы.