Интернет-журнал о BTL-коммуникациях, возможностях, опыте и тенденциях

BTL MAGAZINE
ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДАЖ

www.btlmag.ru

НАТАЛЬЯ ГУДЫМА

GPROJECTS

(г. Москва)

ОБЯЗАНЫ БЫТЬ ЭКСПЕРТАМИ 32

5 (59) 2017

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ
МАКСИМА

Event
Consumer
Trade

Тел.: +7 (862) 264-60-94
e-mail: contact@ra-maxima.ru

Офисы
Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

“Рекламное агентство, как рекламопроизводитель и рекламораспространитель в некоторых случаях освобождается от ответственности за проведение той или иной рекламной акции, которая противоречит Закону “О рекламе” РФ.”

Читайте на стр 13

“Это дело закона и принципа, например, не рекламировать медицинские клиники без лицензий на предоставление мед. услуг.

Читайте на стр 17

“До старта проекта должны быть документально согласованы и утверждены обеими сторонами условия оплаты, ответственность сторон, штрафные санкции в случае несоблюдения сторонами условий договора.“

Читайте на стр 19

Содержание

Читайте в номере:

news

6 Новости рынка

кейс

10 NESTEA®. Мобильный сэмплинг

главная тема

12 Мнения представителей рынка по теме: “Юридическая сторона рекламных проектов”

13 Наша ответственность

14 Соблюдаем требования

16 Изучаем Закон

18 Распределяем задачи

опыт

21 Семплинг: несколько важных правил. Правило №2

24 Для воспитания промоперсонала

26 Ситуация с кредитованием

28 Важность обратной связи

30 Эфективное планирование. Часть 2

интервью

32 Обязаны быть экспертами

програбли

37 Про Идеального менеджера

регион

40 Сибирский федеральный округ

ваш партнер

44 “КарнавалЛето” в Сочи

представители BTL-услуг

48 Поиск партнеров

рейтинг региональных PA

70 *По версии Интернет - журнала BTL magazine

BTLMAGAZINE инструменты продаж

Интернет-журнал
BTL magazine 5 (59) 2017

Над номером работали:

Директор:
Степан Нестеров
dir@btlmag.ru

Главный редактор:
Ольга Нестерова
olga@btlmag.ru

Редакторы:
Марина Мелехова
Ольга Петрова
Елена Кудрявцева
Катерина Пестрикова

Верстка:
Студия дизайна
«Добрый Гном»

Корректор:
Анастасия Богданова

Обложка:
Наталья Гудыма,
Генеральный директор
маркетингового агентства
GPROJECTS
(г. Москва)

При перепечатывании материалов ссылка на Интернет-журнал BTL magazine обязательна.

По вопросам размещения рекламы и сотрудничества пишите на почту:
info@btlmag.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ
И ПРОВЕДЕНИЯ BTL АКЦИЙ

ОФОРМЛЕНИЕ
МЕРОПРИЯТИЙ

МОДЕЛИ

СТЕНДИСТКИ

ХОСТЕС

www.nicepro.ru
info@nicepro.ru

Beautiful Promo Effect

Nice Promotion Group

+7 495 665 05 95
г. Москва,
ул. Тушинская,
д.11

РОСТОВЫЕ КУКЛЫ

ВЕДУЩИЙ АНИМАТОР

АУДИТ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ
ВЫСТАВОК И ПРЕЗЕНТАЦИЙ

ОТКРЫТИЕ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ
ТОРГОВЫХ ТОЧЕК И ПЛОЩАДОК

РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ

BTL

www.rabtl.ru

Skittles поддержал Красочный забег

Компания Wrigley, один из крупнейших в мире производителей жевательной резинки и конфет, и бренд Skittles поддержали юбилейный Красочный забег, который пройдет 11 июня в олимпийском комплексе «Лужники».

«Красочный забег - это один из самых ярких стартов серии Московского Марафона. Он наиболее точно раскрывает суть бренда – наша жизнь наполнена красками и весельем, важно не бояться сделать шаг им на встречу. Skittles поддерживает красочные забеги по всему миру, и мы рады в этом году поддержать российских бегунов и подарить всем участникам и гостям незабываемые эмоции» — отмечает Лера Палий, маркетинг менеджер бренда Skittles.

В рамках забега все участники и зрители смогли отдохнуть в развлекательной зоне Skittles: увидеть единственный в России вендинговый аппарат Skittles, попробовать разноцветные драже, сделать незабываемые фотографии в специальной фотозоне. За время забега было съедено более 300 кг Skittles и сделано более двухсот фотографий с хештегом #скиттлстрянка.

Красочный забег — это четыре цветные зоны на дистанции 5 км, салют из красок на финише и яркие фотографии в социальных сетях после забега. Маршрут Красочного забега 2017 прошел вокруг Олимпийского комплекса «Лужники» по Новолужнецкому проезду и Лужнецкой набережной.

Источник: advertology.ru

“Skittles поддерживает красочные забеги по всему миру, и мы рады в этом году поддержать российских бегунов и подарить всем участникам и гостям незабываемые эмоции“.

Роскачество поможет производителям продвинуть товары со знаком

Как сообщила Мария Сапунцова, заместитель руководителя Роскачества, сегодня создается уникальная для России кросс-категорийная группа товаров, отмеченных Государственным знаком качества, которая существует во многих странах мира более полувека. «Мы переняли лучшие мировые практики и постепенно внедряем их на российском потребительском рынке. Чтобы широко информировать потребителей о присутствии в магазинах российских товаров высокого качества, которые обладают уникальными потребительскими характеристиками и превосходят ГОСТы, производителям необходима поддержка, ведь не все компании, в особенности региональные, могут донести до потребителя свой новый статус. Для Роскачества важно облегчить жизнь производителям, и в этом нам поможет выбранное агентство-партнер. При грамотной реализации стратегии рост продаж товаров со Знаком качества доходит до 40%», говорит М. Сапунцова.

Тендер на разработку оптимальных инструментов продвижения прошел весной 2017 года среди коммуникационных и рекламных агентств с опытом проведения рекламных кампаний 360. Победителем стало PA TeamBrandworks.

«Сейчас таких товаров более сотни. С каждым днем их количество будет только расти, – подчеркивает управляющий партер PA TeamBrandworks Ольга Титова. – В рамках программы импортозамещения, проводимой в России, для нас это стратегически интересное направление бизнеса, где мы хотим развивать нашу экспертизу. Кроме того, мы не собираемся ограничиваться набором привычных маркетинговых инструментов. Каждый год будем пересматривать стратегию для производителей, отталкиваясь от последних веяний рынка, активно используя цифровые технологии продвижения, анализа и отслеживания покупательского поведения в онлайне и офлайне».

В ближайшее время PA TeamBrandworks в формате личных встреч презентует производителям текущую PR-стратегию продвижения товаров со Знаком качества, расскажет о формах и способах ее реализации. В 2017 году подобные инструменты продвижения будут установлены в 15 регионах страны, всего планируется задействовать около 25 торговых точек по всей России.

Источник: advertology.ru

Лавочка с портативной зарядной станцией на солнечных панелях в виде футбольных ворот

31 мая в Сочи состоится торжественное открытие уникальной лавочки с портативной зарядной станцией на солнечных панелях в виде футбольных ворот, в рамках года экологии и предстоящего ЧМ-2018 по футболу!

Лавочка оборудована четырьмя USB разъёмами, благодаря которым любой желающий может зарядить свое мобильное устройство в любое время, а солнечные панели с аккумулятором позволит заряжать мобильные устройства даже ночью и в плохую погоду. На лавочке установлено светодиодное освещение. Кроме того, ворота оборудованы урной в виде футбольного мяча.

Торжественное открытие состоится при участии Главы города Сочи Анатолия Николаевича Пахомова. Лавочку разработала компания «ОптиЛайт», которая считает миссией внедрение и популяризацию идей альтернативной энергетики в России - Бегарь Виталий Владимирович генеральный директор. Инициатором проекта выступило Управление молодежной политики в лице заместителя начальника управления Вахтанга Хикландзе. Проект и дизайн Джанашия Ника.

Технические характеристики:

Солнечная система с максимальной мощностью 200 Вт.

АКБ Gel AGM 12В 75 Ач

Контроллер заряда ОптиЛайт ОЛ-12/24В 10А

Дополнительная станция на 4 USB 12 Вт

Светодиодное освещение 12 В 12 Вт.

Размеры лавочки: 2800 мм, Высота 1950 мм. Ширина 1200 мм.

Источник: advertology.ru

“Лавочка оборудована четырьмя USB разъёмами, благодаря которым любой желающий может зарядить свое мобильное устройство в любое время, а солнечные панели с аккумулятором позволит заряжать мобильные устройства даже ночью и в плохую погоду“.

Hotpoint и Джейми Оливер создадут уникальную кулинарную философию

Бренд бытовой техники Hotpoint и британский шеф-повар Джейми Оливер объявили о начале глобального сотрудничества. Цель партнёрства – создать особую кулинарную философию, которая вдохновит на создание блюд по любимым рецептам.

За каждым блюдом стоит своя неповторимая история. Тёплый семейный ужин, романтический вечер, весёлый пикник на природе делают моменты, проведённые вместе, незабываемыми. Приготовление пищи – не просто процесс, где набор ингредиентов превращается в готовое блюдо. Это, прежде всего, способ выразить нашу любовь к близким и вновь погрузиться в воспоминания. С помощью техники Hotpoint и ценных советов от Джейми каждый сможет воссоздать трогательные моменты у себя дома с любимыми людьми.

Hotpoint и Джейми Оливер помогут раскрыть талант «внутреннего» шеф-повара и создать уникальные блюда, которые будут увековечены в семейной истории. Коллеги и друзья Джейми первыми начнут эстафету и поделятся собственными историями и необычными рецептами. В рамках сотрудничества Джейми Оливер приготовит блюда по рецептам пользователей и покажет, как легко воссоздать их дома с помощью бытовой техники от Hotpoint.

«В основе нашей новой философии – личные истории и воспоминания, – поясняет Маттео Фраттино, бренд директор Hotpoint EMEA. – Мы хотим вдохновить людей на приготовления кулинарных шедевров и рассказать, что совместное приготовление блюд помогает выразить свои чувства к семье и друзьям».

Джейми Оливер отмечает: «У каждого есть хотя бы одно незабываемое блюдо, которое передает любовь и заботу близких. Мы хотим сосредоточиться именно на таких трогательных моментах. Наша цель – вдохновить людей делиться своими историями и любимыми рецептами. Вкусная и полезная пища, приготовленная дома, – это отличный способ порадовать свою семьи и друзей».

«Мы очень рады началу сотрудничества с Джейми Оливером, потому что мы разделяем общие ценности, – поясняет Маттео Фраттино. – Нам важно рассказать потребителям, что от времени, проведенного на кухне, можно получить настоящее удовольствие. Вместе с Джейми Оливером мы сможем вдохнуть новую жизнь в традиционные рецепты, которые станут очередной главой в семейной истории».

Источник: advertology.ru

Иллюстрация и кейс: http://iconagency.ru/new/case/case-7.html

NESTEA®. МОБИЛЬНЫЙ СЭМПЛИНГ

Исполнитель:

ICON

Бренд:

NESTEA

Цели и задачи:

Познакомить потребителей с продуктом;
Вызвать интерес потенциального потребителя к продукту;
Обеспечить узнаваемость торговой марки среди аналогичного товара на потребительском рынке;
Увеличить объем продаж за счет рекламной поддержки

Требования к сэмплу:

Уникальным требованием была и температура сэмплируемого продукта — независимо от погодных условий и жаркого лета по всей стране продукт необходимо было выдавать охлажденным до +4°С

Креативный подход

Соединив лучшие конструкторские решения, мы придумали кое-что новое, совершенно ууникальное.

Преимущества велотрицикла:

Парус привлекал внимание издалека;

В багажнике был установлен изотермический

контейнер для хранения продукта при необходимой температуре;

Бокс впереди позволял хранить промо-оборудование: насосы, термометры, открывалки и прочее.

Промо-команда:

СУПЕРВАЙЗЕР
Координация работы команды на местах;
Решение вопросов с властями;
Фотографии для фотоотчета;
Помощь хелперу в случае необходимости;
Контрольный замер температуры
чая каждые 30 мин.

ПРОМОУТЕРЫ С СЭМПЛАМИ
Коммуникация с потребителем;
Выдача охлажденных сэмплов.

ХЕЛПЕР
Наполнение изотермических контейнеров охлажденной продукцией;
Поднос и замена контейнеров

Результаты:

- Независимо от климатических условий регионов и жаркого лета, продукт подавался с постоянной температурой. Уникальное требование сэмплинга;

- Инновационное решение повысило эффективность промоутеров;

- План по контактам выполнен на 100% во всех городах;

-100% удовлетворение крайне высоких требований клиента ко всем материалам.

- Воодушевленный акцией, клиент трижды заказывал ее продолжение на других площадках

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

«Юридическая сторона рекламных проектов»

ОТ РЕДАКЦИИ:

«Итак, юридическая сторона рекламных проектов: от отношений с клиентами до нюансов в реализации акций. О каких моментах мы не должны забывать, какие не бояться поднимать в диалогах с клиентами. Именно мы формируем и воспитываем клиентское понимание законности рекламной активности, а также прививаем нормы работы с документами (соблюдение которых необходимо обеим сторонам).

Давайте обсуждать!»

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

Наша ответственность

Наталия Бурда,
Директор
PRomo-studia
(г.Саратов)

Когда мы говорим о юридической стороне рекламных проектов мы, в первую очередь, думаем о том, как вести свой бизнес согласно Закона. Это касается и о должном оформлении договорных отношений с клиентами и о законности самой рекламной активности. Рекламное агентство, как рекламопроизводитель и рекламораспространитель в некоторых случаях освобождается от ответственности за проведение той или иной рекламной акции, которая противоречит Закону “О рекламе” РФ. Но мы должны понимать четко - это ответственность перед клиентами - другого порядка. Мы должны руководствоваться долгосрочными и доверительными отношениями, а значит, предупреждать клиента о тех или иных важных законодательных нюансах. И отказываться от проведения заведомо незаконной рекламной активности.

> “Но мы должны понимать четко - это ответственность перед клиентами-другого порядка.“

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

Соблюдаем требования

Татьяна Форопонова,
BTL - менеджер,
BTL -агентство
«Рекламный Дом «Максима»
(Сочи, Краснодар,
Ростов-на-Дону)

Правовое регулирование в рекламном бизнесе сегодня - вопрос крайне важный. Мы, как представители профессионального рекламного сообщества, должны предпринимать все возможные усилия для регулирования юридических вопросов в рамках тех или иных рекламных кампаний. Клиент может и не знать всех законодательных особенностей рекламных акций. Мы же, со своей стороны, должны максимально полно и точно его проинформировать. Так, например, существует несколько наиболее распространенных клиентских заблуждений относительно проведения рекламных кампаний, доходящих вплоть до того, что рекламная деятельность не регулируется. В настоящее время нормы о рекламе

> “Процесс совершенствования рекламного законодательства активно продолжается и сегодня, о чем говорят многочисленные поправки к Закону.“

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

содержатся в Гражданском кодексе, законах РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите прав потребителей», «О рынке ценных бумаг», «О лекарственных средствах» и других многочисленных нормативных правовых актах. При этом, процесс совершенствования рекламного законодательства активно продолжается и сегодня, о чем говорят многочисленные поправки к Закону.

Действующее законодательство содержит не только обширный перечень требований к рекламе, от ее производства до распространения, но и устанавливает серьезную ответственность за нарушение этих требований.

Согласно ч. 1 ст. 33 Закона “О рекламе” ФАС России «осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;

2) возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе».

Следует помнить, что работа с профессиональным агентством - это залог отсутствия у клиента проблем с контролирующими органами. Конечно, и в нашей практике были ситуации, когда клиент, не знакомый с Законом “О рекламе” РФ, предлагал совершенно недопустимые к запуску идеи. Но каждый раз мы предлагали ему более эффективный и законный способ продвинуть свой бренд на рынок, что в конечном счете, благоприятно сказывалось на наших взаимоотношениях. Ведь мы должны не только решить задачы клиента относительно продвижения, но и не прибавить ему новых задач в виде абсолютных не нужных ему постановлений контролирующих органов.

Что касается такой юридической стороны рекламного процесса как договорные отношения с клиентом, то в этом плане мы выбрали для себя прозрачную систему работы с максимально удобным для клиента процессом подписания бумаг.

Вовремя и грамотно подготовленные документы + анализ всего рекламного проекта на законность - это то, что мы подразумеваем под эффективным правовым регулированием в рекламном агентстве.

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

Изучаем Закон

Ирина Бавыкина,
Руководитель
РА «Чеширский кот»
(г.Белгород)
E-mail: btl.kot@gmail.com
Наш телефон: + 7 905 171 36 96
www.btl-kot.ru

Порой можно услышать, что одно из требований для рекламы – это ее адекватность. Как понять данный термин? Здесь можно процитировать г-на Тотьева К.Ю., который в своей книге «Конкуренция и монополия» писал: «чтобы быть адекватной, реклама не должна побуждать граждан к каким-либо опасным и вредоносным действиям (насилию, агрессии, панике или иным действиям, способным нанести вред здоровью человека, угрожающим его безопасности или нарушающим природоохранное законодательство). Адекватность рекламы выражается также в том, что лицензируемая деятельность может рекламироваться только при наличии у соответствующего предпринимателя лицензии». Таким образом, адекватность

> “Уплата штрафа не освобождает от исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.“

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

в рекламе – это понимание той ответственности, что мы берем на себя при разработке и транслировании рекламного сообщения. Это дело закона и принципа, например, не рекламировать медицинские клиники без лицензий на предоставление мед. услуг или не заниматься промоушеном автошколы без государственных на то разрешений. Эта та ответственность, которую мы несем перед потребителем. Кого- то подобной рекламы может остановить принцип, а кого-то только рекламное законодательство.

Есть еще одно требование – требование добросовестности. В нашем понимании недобросовестная реклама – это такая реклама в которой дискредитируются иные товары и услуги, в основном – конкурентные. Мы не должны использовать образы и выражения, которые могут в какой-то степени порочить честь и достоинство конкурентов. Мы не должны, играя образами и словесными уловками вводить потребителя в заблуждение. Единственным дельным инструментом борьбы с конкурентами мы считаем – качество товаров и услуг, высокий уровень сервиса и постоянное развитие. При соблюдении перечисленного – уже отпадает желание принижать конкурентов и опускаться до недобросовестной рекламы.

Если вы в настоящий момент вы поставлены в ситуацию, когда вам необходимо разработать рекламную кампанию для товара или услуги на которые в Федеральном Законе «О рекламе» предписаны особые условия, то наш вам совет – проанализируйте архив решений ФАС, поищите примеры рассмотрений дел по данному направлению. Это поможет вам понять каких моментов следует избежать.

К слову, в статье 38 ФЗ “О рекламе” прописывается ответственность за нарушение законодательства. Так, например:

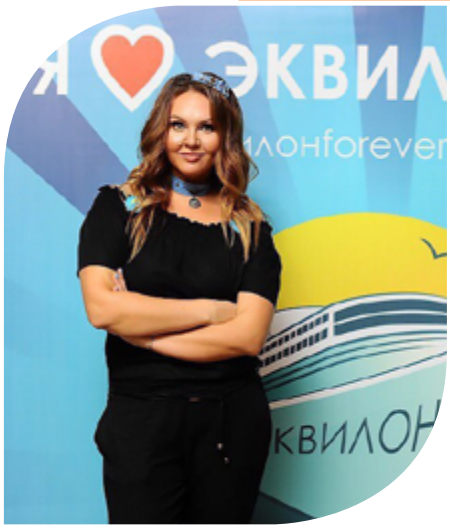
- Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

-Уплата штрафа не освобождает от исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Читайте Закон. Будьте экспертом!

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

Распределяем задачи



Елена Астахова,
Директор АМК «Эквилон»
Президент РОО ПРГПФ «Красивый Мир»
(г. Уфа)

В процессе подготовки проекта рекламное агентство зачастую не уделяет должного внимания юридической части сделки. Я думаю многие со мной согласятся, что для project-менеджера важнее запустить проект в полях, нежели подписать документы, особенно, если процесс согласования требует длительного времени. Вам знакома ситуация, когда вы заполнили все юридические документы, отправили их на подпись клиента и наступает длительная пауза? Нам вот очень знакома)). Далее эта пауза заполняется приятными хлопотами подготовки к полевой работе и вопрос подписания документов уходит как будто на второй план. Внимание команды сосредоточено на подборе персонала, закупках, букинге точек, логистике, монтажах, в

> “Я думаю многие со мной согласятся, что для project-менеджера важнее запустить проект в полях, нежели подписать документы, особенно, если процесс согласования требует длительного времени.“

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи
Краснодар
Ростов-на-Дону

некоторых случаях перед стартом проекта мы даже не имеем окончательного понимания по объему оказываемых услуг, именно поэтому мы неосознанно откладываем оформление документов. На мой взгляд, связано это с тем, что в большинстве случаев в региональных рекламных агентствах проектом «под ключ» занимается клиентский менеджер. Мы тоже прошли этот этап в нашей работе с клиентами и в определенный момент, столкнувшись, с неблагонадежностью Заказчика в условиях несвоевременного оформления документов по проекту, решили кардинально пересмотреть подход в вопросах юридического сопровождения сделок. Мы внедрили отдельную штатную единицу, которая занимается оформлением документов и ведением всего документооборота в компании. Теперь до момента запуска проекта мы стараемся получить от клиента скан-копии подписанных договоров и занимается этим юридический отдел под контролем руководителя агентства. Мы стараемся придерживаться случаев, когда до старта проекта должны быть документально согласованы и утверждены обеими сторонами условия оплаты, ответственность сторон, штрафные санкции в случае несоблюдения сторонами условий договора. В данном вопросе важно культивировать принцип: сначала заключается договор, потом оказываются услуги. И это правило важно привить как сотрудникам, так и клиентам. Когда на руках есть документ с утвержденными договоренностями агентство, во-первых, понимает всю степень ответственности перед клиентом, а во-вторых, наличие письменных договорённостей является гарантом своевременной оплаты за оказанные услуги!

“Мы внедрили отдельную штатную единицу, которая занимается оформлением документов и ведением всего документооборота в компании.“

PRomo-studia

В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПОДРЯДЧИК

8-906-307-86-80 btl-promostudiya.ru @ n_burda@mail.ru

Антонина Балицай,
Директор по развитию
Маркетинговое агентство
«Karelia Promo»

Семплинг: несколько важных правил. Правило №2

Продолжение. Начало в предыдущем номере.

Итак, Правило №2: Используйте проверенные инструменты, но не бойтесь эксперементировать.

Пожалуй, можно выделить три основные группы приемов, относящихся к категории «семплинг»:

• Раздача бесплатных образцов продукции. Таким образом, можно познакомить покупателя с новым брендом, товаром, его свойствами и преимуществами. Согласно статистике покупатель склонен доверять проверенным компаниям и покупать уже протестированную на личном опыте продукцию. Но в том случае, когда предоставляет

> “Согласно статистике покупатель склонен доверять проверенным компаниям и покупать уже протестированную на личном опыте продукцию.“

“Самый видимый эффект этот прием оказывает при первичном запуске товара на рынке или при повторной рекламной кампании, но с акцентом на измененные свойства товара.“

возможность лично убедиться в уникальных свойствах и качествах нового товара, причем это необязательно делать в торговой точке, а можно унести продукт домой, то интерес потребительской аудитории возрастает в несколько раз. Самый видимый эффект этот прием оказывает при первичном запуске товара на рынке или при повторной рекламной кампании, но с акцентом на измененные свойства товара. Раздача бесплатных образцов продукции довольно активно применяется участниками рынка, так как имеет видимый результат в качестве повышения уровня спроса на продвигаемый товар.

• Раздача рекламных материалов с прикрепленным пробником продукции. Как правило, подобные акции проходят не только в местах продаж, но и на открытых пространствах (улицах, массовых мероприятиях, на территории торгово-развлекательных центров). Сама механика раздачи печатной продукции не так эффективна, как в тандеме с семплингом. Таким образом, у потенциального потребителя появляется возможность не только узнать полезную

“Сама механика раздачи печатной продукции не так эффективна, как в тандеме с семплингом. Таким образом, у потенциального потребителя появляется возможность не только узнать полезную информацию о продукте, но и протестировать (попробовать) пробный экземпляр в действии.“

информацию о продукте, но и протестировать (попробовать) пробный экземпляр в действии. Например, это может быть реклама нового чая с помощью информационной листовки с прикрепленным к нему образцом продукции или продвижение обновленной линейки известного косметического бренда в виде буклета с семплом крема для лица.

• Комплекс мероприятий. Если смотреть на семплинг как механику btl активности в широком спектре, то к проектам подобного рода можно отнести все мероприятия, в той или иной мере знакомящие покупателей товаров (дегустация, тест-драйв, спреинг и т.д). К примеру, производитель круп или макарон вполне может организовать дегустацию своей продукции в торговой точке, а в качестве дополнительного стимула для покупки товара вручать бесплатный образец продукции (на одну порцию).

Конечно, использование того или иного инструмента должно быть аргументировано, продумано и качественно организовано, только в этом случае можно говорить о положительном и эффективном результате. Однако в руках профессионалов семплинг как прием маркетинга может заиграть совсем новым красками, ведь никто не запрещает экспериментировать, совмещать сразу несколько техник в одном проекте. Главное, не забывать одно из главных принципов маркетинга: «Не будьте занудой!»

Подробная информация о проектах компании «Karelia Promo»:
http://kareliapromo.com/blog

Karelia promo
www.kareliapromo.com
info@superpromo.ru
Наши контакты:
Тел.: (8142) 630-170
Karelia Promo - BTL агентство на Северо-Западе и ЦФО России
Организация и проведение промоакций любой сложности
Event мероприятия
Маркетинговые, социологические исследования
Мерчандайзинг, изготовление POSM
Интернет маркетинг
География проектов:
Петрозаводск, Архангельск, Мурманск, Калининград, Сыктывкар, Ухта, Псков, Великие Луки, Великий Новгород, Вологда, Череповец, Рязань, Липецк, Тверь, Кострома, Тула, Калуга, Ярославль

Сергей Зарубин,
Директор по развитию
PA «Empire»
(г. Ярославль)

Для воспитания промоперсонала

Когда мы работаем с промоперсоналом, обучаем его и тренируем, мы закладываем не только информацию по тому или иному продукту или услуге, но и общие правила работы на промо-акции. Конечно же, мы хотели бы поделиться данными тезисами с вами. Итак, рекомендации, которые следует настоятельно давать промоперсоналу:

- Использовать профессиональную лексику, но легко доступную для восприятия каждого потребителя.
- Придерживайтесь корректного, но настойчивого поведения.
- Представители целевой аудитории, к которым вы не

> “Необходимо использовать профессиональную лексику, но легко доступную для восприятия каждого потребителя.“

обращаетесь: лица в нетрезвом виде, агрессивные, престарелые люди, дети.

• Нельзя проводить сравнение с марками конкурентов, либо с марками, производимыми той же компанией.

• Не обсуждайте конкурента

• Никогда не говорить о недостатках данной продукции.

• Никогда не преувеличивать, сообщать только достоверную информацию о продукте.

• Вы должны нравиться посетителям.

• Не стесняйтесь – это ваша работа!

• Если человек не понимает – будьте терпеливы!

• Посетители, появляющиеся для профессиональных вопросов (клиент, проверка) не являются поводом для прекращения рабочей деятельности. По мере необходимости разрешено прекратить рабочую деятельность не более чем на 5 минут для решения проблемных ситуаций.

• При отказе в контакте – сделайте вторую попытку (узнайте по какой причине отказ);

• Оценивайте покупателей – используйте индивидуальный подход.

• Настаивайте, чтобы Вас слушали.

• Всегда улыбайтесь! Будьте доброжелательны в любой ситуации

• Разнообразьте интонации.

• Говорите громко и четко -это демонстрирует Вашу уверенность.

• Будьте энергичными, эмоциональными, профессиональными и артистичными.

• Не обсуждайте свои личные предпочтения с покупателями!

• Нельзя задавать вопросы, предполагающие отрицательный ответ. Все фразы должны строиться в утвердительной форме.

“По мере необходимости разрешено прекратить рабочую деятельность не более чем на 5 минут для решения проблемных ситуаций.“

EMPIRE
creative studio

Г. Ярославль, ул. Свободы, офис 210 (2 этаж) Телефон: +7 (4852) 26-36-36
btl.sergeyz@gmail.com www.empire-pr.ru

Ксения Польгерт,
Директор агентства маркетинговых коммуникаций «Promo Republic» (г.Барнаул)

Ситуация с кредитованием

Сегодня ситуация с кредитованием клиентов агентствами, безусловно, распространена. Страдают от этого, конечно, не заказчики. Причин тому, по сути, две: стремление привлечь нового клиента и сложившиеся доверительные отношения со старым..

Так как средства для кредитования изымаются из оборота компании-поставщика, позволить себе работать в кредит могут только крупные рекламные агентства, имеющие в обороте достаточное количество средств. Когда маленькие агентства в случае с кредитованием клиента пытаются оттянуть оплаты различным партнерам или платить

> “То есть ничего хорошего, обычно, для таких агентств кредитование не несет. А с учетом всех возможных рисков - все это становится для маленьких РА губительными мерам для своего же агентства, его репутации, а также доверия партнеров и клиентов в профессиональной сфере.“

им частями. Могут пустить денежные средства на акцию из гонораров полевого персонала (благодаря которому, по сути, они и реализовали проект), а затем и зарплаты менеджеров и какие-то личные накопления. То есть ничего хорошего, обычно, для таких агентств кредитование не несет. А с учетом всех возможных рисков - все это становится для маленьких РА губительными мерам для своего же агентства, его репутации, а также доверия партнеров и клиентов в профессиональной сфере. Разумеется, эффективность падает, что в конечном счете формирует негативное отношение к промо, к BTL в целом.

Можно охарактеризовать ситуацию следующим образом: мелкие агентства хотят кредитовать клиентов, но не могут, крупные РА -могут, уже не хотят, но приходится.

В профессиональном сообществе можно встретить множество веток обсуждений относительно данной темы. У каждого спикера в них - своя правда. Кто-то говорит о том, что ситуация заведена в тупик рекламными агентствами, которые не смогли в нужный момент должным образом отрегулировать процесс коммуникации и финансовых движений по проекту. Мол, разбаловали клиентов сами. С другой стороны - клиенты, которые часто и очень часто попадаются на крючок недобросовестных агентств, которые взяв деньги не делают ровным счетом ни-че-го.

С каждым клиентом у нас выстроена достаточно четкая система документооборота: сначала договор, а потом уже услуга (если речь о кредитовании). Речь о взаимном уважении и цивилизованном ведении бизнеса.

Ситуацию мы не изменим - клиенты и дальше будут выбирать компании, способные кредитовать. А мы намеренно идем на риски.

PROMO REPUBLIC
АГЕНТСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Барнаул, ул. Пролетарская, 76, (Офисный центр \\\"Пилот\\\"), 8 этаж
www.amc-pr.ru
amcpromorepublic
AMKPromoRepublic
@promo_republic
Телефон: 8(3852) 253-351
Электронная почта: amc_pr@mail.ru

Денис Строфилев,
Руководитель
РА «Седьмая высота»
(г.Красноярск)

Важность обратной связи

Порой проект охватывает несколько регионов, и часто количество городов, задействованных на проекте, достигает 100 и более. В схеме реализации проекта могут быть задействованы несколько агентств-посредников, у каждого своя небольшая локальная сеть, свои принципы работы, свои правила и своя устоявшаяся схема коммуникации персонала.

Для заказчика не важно, сколько звеньев в цепи, основное требование заказчика – это соблюдение сроков предоставления информации, соблюдение утвержденных правил работы и требований к персоналу. Чтобы неслаженная работа агентств не стала головной болью для всех, важно следовать нескольким простым правилам, которые позволяют менеджерам на всех уровнях держать руку на пульсе и быть в курсе всех событий,

“Для заказчика не важно, сколько звеньев в цепи, основное требование заказчика – это соблюдение сроков предоставления информации, соблюдение утвержденных правил работы и требований к персоналу.“

как хороших, так и не очень, вовремя внося корректировки в работу, принимая своевременные оперативные решения, повышая тем самым отдачу от проекта, или просто спасая проект.

Основой успешной реализации проекта является обязательная обратная связь, на всех уровнях, на всех этапах, причем как вниз по вертикали, так и вверх.

Да, менеджерам как со стороны агентств-исполнителей, так и со стороны заказчика приходится работать в авральных условиях, но все-таки отсутствие обратной связи – это самый злейший враг эффективности, особенно, на этапе когда реализация проекта уже запущена.

По опыту, у каждого менеджера на начальном этапе изучения информации о проекте, возникают вопросы. Если вопросов не возникло, то скорее всего менеджер не достаточно глубоко изучил бриф, презентацию и/или остальную документацию по проекту.

Менеджер проекта в каждом регионе должен контролировать процесс ознакомления персонала с информацией о проекте и собирать все вызывающие сомнение моменты и вопросы, которые в дальнейшем передаются в клиентскую команду агентства-посредника либо непосредственно клиенту.

Имея опыт проведения межрегиональных проектов можем с уверенностью сказать, что нет вопросов, которые нельзя было разрешить оперативно, если информация или вопрос попали нужному менеджеру в нужное время. Никогда не затягивайте информировать ваших партнерах о возможных проблемах по проекту. Мы все можем понять и вместе решить, только при наличии профессиональной, четкой и слаженной обратной связи.

СЕДЬМАЯВЫСОТА.РФ
Разработка и проведение
УЛЕТНЫХ мероприятий
и ЭФФЕКТИВНЫХ промоакций
в Сибири и на Дальнем Востоке
marketing event btl
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
т.+7 (391) 258-63-53

Екатерина Прокуророва,
Руководитель
РА «Приоритет»
(г.Смоленск)

Эффективное планирование. Часть 2

Продолжение. Начало в предыдущем номере.

Планирование проекта невозможно без четкого распорядка вашего рабочего времени, его грамотном управлении. Вот несколько правил, соблюдая которые вы сможете грамотно и эффективно планировать дела по по тому или иному проекту. Во-первых, не пытайтесь делать сразу множество дел. Помните, что мы тратим на переделку ранее сделанных или недоделанных или плохо сделанных дел до 50% своего рабочего времени.

Во-вторых, всегда оставляйте в календаре 35% рабочего времени для незапланированных дел.

В-третьих, определите

> “Помните, что мы тратим на переделку ранее сделанных или недоделанных или плохо сделанных дел до 50% своего рабочего времени.“

срочность и важность дел, руководствуйтесь последовательностью, предлагаемой ниже. Вот некотрые правила расстановки приоритетов с точки зрения срочности и важности:

1. Срочные и важные вопросы, запросы, дела
2. Важные (степень 1)
3. Важные (степень 2)
4. Важные (степень 3)

С точки зрения «темы» приоритеты по важности расставляются так:

• Запрос руководства
• Запрос Клиента
• Запрос внутренних или внешних ресурсов
• Административные вопросы внутри команды
• Определение и достижение четких целей

В-четвертых, разбейте проект на этапы и регулярно контролируйте их выполнение: раз в неделю (во время подготовки статуса) или каждый вечер – если проект сложный, важный и начинается в ближайшем будущем.

Сравнивайте планируемое состояние с текущим, делайте выводы, ставьте новые задачи и меняйте методы. Обратите пристальное внимание наследубщие вопросы:

• Укладываетесь ли вы в сроки подготовки, реализации проекта?
• Каково качество выполняемых заданий?
• Насколько слаженно выстроен процесс (логистика, поиск персонала, координаторы в регионах и т.д.)?
• Каковы причины низкого качества работы, конфликтов и т.п. (если таковые есть)?
• Доволен ли клиент на данном этапе?
• Что можно сделать еще, чтобы улучшить ход дел по проекту?

И, конечно, чтобы успеть всё - необходимо уметь делегировать задачи и контролировать их исполнение. О правилах делегирования давайте и поговорим с вами в следующем номере!

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО. ATL & BTL. СМОЛЕНСК.
ПРИОРИТЕТ
г.Смоленск, ул.Коммунистическая, д.4Б, оф.301
8(4812) 68-32-93, 38-78-24
E-mail: btl@prio-smolensk.ru
www.prio-smolensk.ru

Наталья Гудыма,
Генеральный директор
маркетингового агентства
GPROJECTS
(г. Москва)

“ОБЯЗАНЫ БЫТЬ ЭКСПЕРТАМИ!”

Какие по вашему моменту основные юридические вопросы должно ставить РА в рамках коммуникации с клиентом?

Первое, что хочется отметить и на что обратить внимание коллег - составление и согласование договора с клиентом.

Часто, получив подтверждение сметы по запросу, агентства не уделяют должное внимание договорным отношениям с клиентом.

> “Часто, получив подтверждение сметы по запросу, агентства не уделяют должное внимание договорным отношениям с клиентом.“

ное внимание договорным отношениям с клиентом, которые фиксируются письменно. Чаще всего это происходит по причине срочности проекта или отсутствия юриста в штате. Но я призываю коллег найти время на создание и вычитку договора, на продумывание всех вариантов развития событий, ведь это ваша подушка безопасности. В договоре закрепляются все распределения обязанностей и срок для выполнения задачи, возможные штрафные санкции и компенсации.

Какие в настоящее время присутствуют риски в отношениях с клиентами и как их избежать?

Самый большой риск - сотрудничество без предоплаты и заключенного письменного договора. К сожалению, при возникновении поводов для судебных разбирательств, электронные переписки не являются достаточным основанием для победы в суде. Но я желаю коллегам не сталкиваться с подобными ситуациями!)

Дайте, пожалуйста, несколько советов коллегам.

Советов несколько в строгой последовательности:

1. Делайте сметы и получайте письменное подтверждение бюджета
2. Продумывайте все нюансы и сроки реализации и закрепляйте их в договоре
3. Обращайтесь к юристам и компаниям, которые сопровождают агентства юридически (в целом и проектно). Не экономьте на своей безопасности.

Перейдем к юридическим вопросам относительно реализации рекламных акций. Давайте перечислим «острые законодательные углы» в промоушене.

“К сожалению, при возникновении поводов для судебных разбирательств, электронные переписки не являются достаточным основанием для победы в суде.“

Для исключения рисков штрафов и ошибок в реализации акции, предлагаем действовать в строгой последовательности:

1. Утверждение механики
2. Написание правил юристом
3. Разработка KV с юридической сноской, который будет использован для создания POSM
4. Разработка POSM и дизайна сайта (если есть)
5. Разработка промо-сайта, производство POSM
6. Запуск рекламной кампании
7. Запуск сайта, старт проекта
8. Закупка призов
9. Сбор заявок
10. Определение победителей, размещение итогов
11. Связь с победителям и сбор данных
12. Вручение призов
13. Исполнение функции налогового агента
14. Формирование отчета, подведение итогов.

Во многом, такая последовательность исключает штрафы, связанные с несоответствием юридической информации об акции, сроков.

Также эта последовательность лежит в основе составления тайминга реализации проекта.

Должны ли РА следить за законностью рекламных кампаний?

Рекламные агентства обязаны быть экспертами при консультировании клиента на стадии запроса по вопросу легальности и законности желаемой механики акции. Не нужно стесняться отказать клиенту в оказании услуги, которая не отвечает нормам законодательства и несет риски для агентства. Выбирая

> “Рекламные агентства обязаны быть экспертами при консультировании клиента на стадии запроса по вопросу легальности и законности желаемой механики акции.“

сложную механику акции, нужно множество раз проговорить вопрос с юристом, получить консультацию со всех сторон. Ценность агентства будет в том, чтобы не просто отказать в реализации нелегальной схемы, а предложить достойную законную альтернативу, если это, конечно, возможно.

Как вести разговор с клиентом, если реклама нуждается в корректировке согласно Закона?

В этом случае нужно смело заниматься позицию эксперта и сообщать клиенту о возможных рисках с учетом возможных материальных потерь. Бывают случаи, когда компании осознанно идут на риск, закладывая в бюджет штрафные санкции, но это бывает крайне редко. Часто ошибки, привлекающие к ответственности, совершаются из-за элементарной спешки согласований и некачественной юридической экспертизы. Менеджер не может дать полную реальную оценку соответствия законодательству, но это сделает юрист. Попросите финальные макеты рекламных материалов, если их готовило другое агентство, а вы отвечаете за проект только частично. Проверьте, не будет ли у вас и клиента проблем из-за чужих ошибок.

Приведите, пожалуйста, основные ошибки рекламных агентств с точки зрения законности в проведении рекламных акций.

Самая распространенная ошибка - это сначала напечатать стикеры с защитным слоем с промо-кодом для акции, а только потом фи-

> “Ценность агентства будет в том, чтобы не просто отказать в реализации нелегальной схемы, а предложить достойную законную альтернативу, если это, конечно, возможно.“

нализировать или формировать полные правила акции. Всегда нужно идти от общего к частному, а не наоборот. Выше я прописала поэтапную работу над акцией, которая поможет составить тайминг реализации и придерживаться его с клиентом.

Дайте несколько советов как проанализировать запрос клиента относительно законности?

Каждое агентство обязано следить за изменениями в рекламном законодательстве и смежных областях.

Если нет возможности держать юриста в штате, нужно сотрудничать с юридическими компаниями.

И не бойтесь сказать «НЕТ», ведь мы не просто исполнители, но и эксперты в своей области. Это важно помнить всегда.

Организация и юридическое сопровождение:

GProjects
Стимулирующие рекламные акции

- стимулирующих мероприятий
- розыгрышей призов
- публичных конкурсов
- подарок за покупку
- тест-драйвов
- онлайн-игр

Услуги агентства GPROJECTS

- Юридическое сопровождение
- Бухгалтерское сопровождение
- Организационная поддержка
- IT-разработки, дизайн, креатив
- Комуникация с участниками
- Поддержка в соц. сетях

Тел.: +7 (495) 642-24-90
Моб.: +7 (925) 177-98-30
E-mail: info@gprojects.ru

Бесплатная консультация

Адрес: г. Москва, Таможенный пр-д, д. 6, БЦ "Софья центр"

Роман Кореневский,
Руководитель
РА «Пилот»
(г. Ростов-на-Дону)

Идеальный менеджер - опыт VS страсти!

Итак, в жизни каждого агентства, рано или поздно, наступают моменты, когда остро становится вопрос ротации менеджерского состава. Что делать? Где искать нового менеджера? hh.ru?

Опытного или перспективного супервайзера? Менеджера другого агентства? Думаю, этот вопрос задает себе каждый руководитель регионального агентства, как минимум 1 раз в год.

Не то что бы в промо большая текучесть кадров, наверное, обычная, как везде, но абсолютно точно, эти процессы накладывают особый отпечаток на оперативные процессы – человеческий фактор рулит!

И вот мы становимся перед делемой, брать человека с большим опытом работы координатором или брать, еще вчерашнего, а может быть и настоящего, но хорошо зарекомендовавшего себя промоутера или супервайзера, который, ко всему прочему, еще и обладает огромным желанием и сверх мотивацией? Конечно, у опытного менеджера, все карты в руках. Не нужно ничего объяснять, не нужно досконально контролировать все процессы. Казалось бы, о чем тут говорить!?

Но, лично я, считаю по-другому. Как только я слышу о многолетнем опыте, я сразу говорю, что это является, скорее Вашим недостатком, чем преимуществом. Дело в том, что агентств, делающих упор на качество работы всего 2-3 на город миллионник, а остальные, очень часто, «отбывают номер» и лично мне, гораздо проще научить всему менеджера, который имеет большой опыт в качестве промоутера или супервайзера и, при этом, имеет положительную историю, нежели переучивать, выработанную годами практику. И, тем более, задать ту планку критериев качества, которой соответствует наше агентство. Конечно, это не легкий путь. Будущего менеджера нужно многому научить, показать на личном примере, поработать с ним в «полях», поездить с ним в командировки. Но, поверьте, друзья, если Вы все правильно сделаете, результат не заставит себя долго ждать и рано или поздно, Вы заметите, как Ваш подопечный превратится в настоящего профессионала своего дела! И вот тогда, Вы поймете, что инвестировать знания в своего менеджера – это значит инвестировать в будущее агентства!

С Уважением, Кореневский Роман
РА «Пилот» г. Ростов-на-Дону
12 лет отличного пилотирования на рынке BTL/Event услуг
#BTL #Event #РостовнаДону #Пилот #РАПилот

+7(863)240-63-71
rostov@pilot-btl.ru
www.pilot-btl.ru

Найдите BTL-агентство по городам

«КАРТА BTL»

www.btlmag.ru/btl

Разместите свое BTL- агентство !

Сибирский федеральный округ РФ

Данный округ включает в свой состав следующие субъекты Российской Федерации:

Республика Алтай,
Алтайский край,
Республика Бурятия,
Забайкальский край,
Иркутская область,
Кемеровская область,
Красноярский край,
Новосибирская область,
Омская область,
Томская область,
Республика Тыва,
Республика Хакасия

Ваш BTL -партнер по данному региону России: GP Siberia

ОБ АГЕНТСТВЕ:

GP Siberia с 2008 года реализует проекты любой сложности в потребительском, торговом и событийном маркетинге. Более 1000 эффективных рекламных акций на территории Дальнего Востока, Сибири и р.Хакасия. Большая территория покрытия, система онлайн-отчетности, быстрый запуск акций.

Головной офис:
г.Красноярск, ул.Урванцева, 15 пом.76.
Тел. +7 3912 17-99-01
+7 913-043-86-78
gp_far.siberia@gp-g.ru
www.gp-g.ru

Мария Мартиновская
Директор дивизиона Восточная Сибирь и Дальний Восток GP Siberia

Когда смотришь на карту России, понимаешь, что почти ½ всей территории – это Сибирь и Дальний Восток, а бОльшая половина Сибири – это Восточная Сибирь. Именно на этих бескрайних территориях площадью более 15 млн км2 мы изо дня в день успешно реализуем проекты любой сложности и масштаба. Рекламное агентство GP Siberia основано в 2008 году и входит в состав национального маркетингового холдинга полного цикла Good People Group. Наши офисы расположены в городах Красноярск, Новосибирск, Абакан, Иркутск, Хабаровск.

Фото из архива GP Siberia

Мы оказываем полный спектр рекламных услуг в потребительском, торговом и событийном маркетинге, также разрабатываем и реализуем интегрированные маркетинговые акции. Имеем большой опыт в ведении крупномасштабных мерчандайзинговых проектов.

С каждым годом спрос на наши услуги растет даже при отсутствии крупных рекламных кампаний нашего агентства. GP Siberia рекомендуют! Как результат – растет количество проектов и заказчиков. В пуле наших клиентов и партнеров Coca-Cola HBC Russia, М.Видео, Beiersdorf, Johnson&Johnson, Hochland, Shiseido, Philips и многие другие, а также некоторые федеральные рекламные агентства.

> “GP Siberia рекомендуют! Как результат – растет количество проектов и заказчиков.“

Фото из архива GP Siberia

Фото из архива **GP Siberia**

Мы постоянно развиваемся и открыты к новым горизонтам, поэтому в планах есть открытия новых офисов в Улан-Удэ, Магадане и Норильске – на эти сложные и интересные территории к нам поступает много запросов. А мы с радостью беремся за трудные задачки!

Размеры штата GP Siberia позволяют нам предлагать каждому клиенту индивидуальные условия работы, а клиентский менеджер под отдельный проект давно уже наш «must have». Главное для нас – быть уверенными в качестве предоставляемых услуг и развивать бизнес наших клиентов, ведь мы гордимся нашими достижениями и дорожим своей репутацией.

GP Siberia – ваше оптимальное решение!

“Размеры штата GP Siberia позволяют нам предлагать каждому клиенту индивидуальные условия работы, а клиентский менеджер под отдельный проект давно уже наш «must have».“

South Advertising Group

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО СОЧИНЕНИЕ

Евгения Тонких,
Директор
РА «Сочинение»
(г.Сочи)

«КарнавалЛето» в Сочи - BTL акция городского масштаба

Стремление многих рекламодателей очевидно – за одну акцию достичь максимального результата в продвижении бренда. Реализовать это возможно разными путями, но каждый из них: аренда площадки, найм большого числа аниматоров, массовый сэмплинг - наверняка станут весьма затратными. Однако в Сочи сумели некоторые аспекты этой работы реализовать в масштабах города при весьма умеренном бюджете.

За все время проведения всевозможных акций в городе, рекламное агентство «Сочинение» организовывало большое разнообразие BTL мероприятий, но самым выдающимся и запоминающимся всегда становилось участие в большом общегородском празднике, который уже четвертый раз проходит в Сочи – городском карнавале.

2017 год стал, в этом смысле, весьма знаковым. Статистика показала, что в празд-

ничном шествии приняло участие более 3000 человек, 30 анимированных платформ предприятий, а зрителей, которые собрались посмотреть этот бурлеск фантазии и эмоций – более 50000! Масштабно, что и говорить!

Среди тех, кто неоднократно принимает участие в Карнавале, были многие предприятия, которые частенько прибегают к услугам рекламного агентства «Сочинение». Самый известный среди них – Сочинский Мясокомбинат. В этом году предприятие отмечает почетный 80-тилетний юбилей, и представление потенциала комбината было решено совместить с массовой BTL-акцией.

Общей темой карнавала в Сочи стала идея: «Не прошляпь свое лето!» Нужно было анимировать свое предприятие в типичную одежду с обязательным элементом гардероба туриста – шляпой. Рекламное агентство «Сочинение» предложило Сочинскому Мясокомбинату эксклюзивную идею – «Царский двор».

Фото из архива РА «Сочинение»

Была проведена уникальная работа по созданию образов российского царского двора с детализованной атрибутикой: костюмы по образцу 18-19 веков, анимированная платформа в виде царского застолья, даже корону установили на прообраз кареты – автомобиль. Аниматоры представляли двойную идею: группа вельмож в традиционных нарядах прошлых веков дополняли образ «царицы» и двора, которые были расположены за анимированным и украшенном столом с деликатесами от Сочинского Мясокомбината. За этой группой следовало молодое поколение аниматоров в стилизованных шляпах с образцами той же продукции Сочинского Мясокомбината. Самое уникальное – и шляпы, и продукция, и даже анимированный стол были …искусственные! Достичь такого сходства и реальности позволило уникальное пластмассовое производство от рекламного агентства «Сочинение», мастерство дизайнерской и монтажной группы.

Эффект превзошел сам себя. Зрители массово фотографировались на фоне колонны, ахали и охали, поражаясь ирреальности ситуации и красоте костюмов, оригинальности идеи. Причем, традиционной акции по сэмплингу партнеры решили не проводить, потому что сама идея «работала» гораздо сильнее любого заурядного сэмплинга.

Как высказались впоследствии и заказчики – представители Сочинского Мясокомбината, и представители власти, зрители: это было самое удивительное и самое интересное преставление за всю историю Карнавалов. Недаром Приз Главы Сочи за самую оригинальную колонну на Карнавале в Сочи был вручен, догадываетесь кому? Верно – Сочинскому Мясокомбинату!

Но главный успех – уникальное представление рекламодателя в идее «царская еда – каждому» - сработало на 100%. Даже после карнавального шествия многие

> “Это было самое удивительное и самое интересное преставление за всю историю Карнавалов.“

зрители подходили к аниматорам колонны, не веря в реалистичность костюмов, шляп с колбасными изделиями и продолжая делать сотни и сотни фото. Практическая идея акции – создание позитивного отношения к бренду было достигнуто. Фотографии тысячами разойдутся впоследствии через социальные сети и в репортажах СМИ по всем регионам России увозя с собой главное – огромный позитив и памятное название – «Сочинский Мясокомбинат».

> “Даже после карнавального шествия многие зрители подходили к аниматорам колонны, не веря в реалистичность костюмов, шляп с колбасными изделиями и продолжая делать сотни и сотни фото.“

Рекламные кампании на Черноморском побережье

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО СОЧИНЕНИЕ

- BTL
- EVENT
- Sales-promotion
- Trade-promotion
- Корпоративные мероприятия
- Наружная реклама на пляжах

www.олимпийскийпарк.рф
www.btlsochi.ru
vk.com/ra.sochinenie
facebook.com/sochinenie
@sochi_promo

Контакты:
8 800 234 26 03
8 918 404 09 26
8 967 317 88 76
г. Сочи
переулок Горького 22, 1 этаж

e.tonkikh@btlsochi.ru
n.matveeva@btlsochi.ru
a.tihomirova@btlsochi.ru

South Advertising Group

ПРЕДСТАВИТЕЛИ BTL-УСЛУГ В ГОРОДАХ РФ

Представляем вашему вниманию рекламные агентства, размещенные в разделе *«Карта BTL»* на нашем сайте: www.btlmag.ru.
Надеемся, что поможем тем самым найти адекватного подрядчика по городам России!

Успешных вам проектов и плодотворного сотрудничества!

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Москва			
Nice Promotion	www.nicepro.ru	info[dog]nicepro.ru	8 (495) 665-05-95
НАРИ	www. nari.ru	nari[dog]nari.ru	8 (499) 703-03-76
GProjects	www.gprojects.ru	info[dog]gprojects.ru	8 (495) 642-24-90
Креон	www.creonagency.ru	info[dog]creonagency.ru	8 (499) 372-32-31
Active group	www.active-group.ru	info[dog]active-group.ru	8 (495) 12 067 12
DAKSA	www.daksa-btl.ru	hello[dog]daksa-btl.ru	8 (495) 508 0298
ХОРОШИЕ ЛЮДИ	www.horoshie-ludi.ru	info[dog]horoshie-ludi.ru	8 (495) 740 02 02
Мы	www.btl-me.ru	client[dog]btl-me.ru	8 (499) 653-61-50

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ BTL-АГЕНТСТВО

CREON

Смотрите успешные кейсы 2016 года на сайте

creonagency.ru

Daksa BTL
рекламное агентство

ПЕРСОНАЛ НА ВЫСТАВКУ
РАЗДАЧА ЛИСТОВОК
ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНОВ И ТОЧЕК ПРОДАЖ
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАЗДНИКОВ
ПРОВЕДЕНИЕ ДЕГУСТАЦИЙ
АНКЕТИРОВАНИЕ
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

БОНУСНАЯ ПРОГРАММА
«Приведите клиента получите деньги».
ДЛЯ ПАРТНЕРОВ
скидка 10%
ПРИ ПОВТОРНОМ ОБРАЩЕНИИ.
ФОТО ВИДЕО
отчет

11123, г. Москва, Шоссе Энтузиастов, д.31, стр. 39 4 этаж (на лифте 2), офис 3

РАБОТАЕМ ПО ВСЕЙ РОССИИ

+7 (495) 508-02-98
hello@daksa-btl.ru

Хорошие Люди

BTL - АГЕНТСТВО

13 лет успешного опыта!

12 филиалов по всей стране

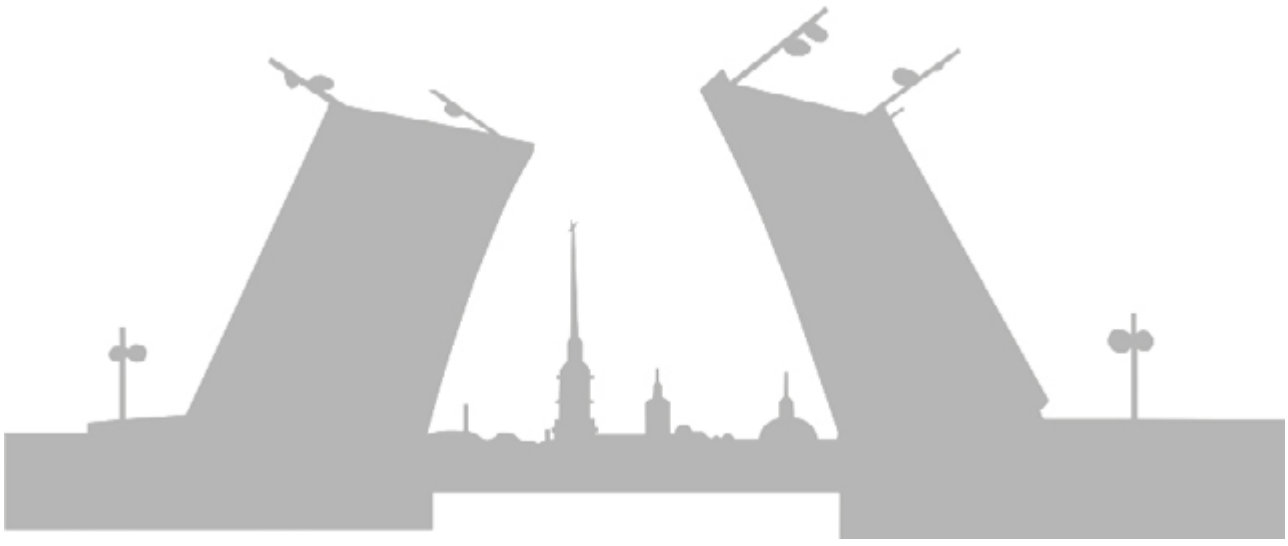
Нам доверяют лидеры рынка!

ВХОДИТ В НАЦИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ХОЛДИНГ GP GROUP

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Санкт - Петербург

ADVERTISING AGENCY SCS GROUP	Успех	www.aa-success.ru	Info[dog]aa-success.ru	8 (812) 980-03-12
BTL-PITER	BTL-PITER	www.btl-piter.ru	btl-piter[dog]mail.ru	8 (812) 454-53-73
Акварель	Акварель	www.aquarell.spb.ru	info[dog]aquarell.spb.ru	8 (812) 327-42-81
level UP	Level Up	www.ra-levelup.ru	info[dog]ra-levelup.ru	8 (812) 612-21-41
NS	Nord Star	www.nord-star.spb.ru	manager[dog]nord-star.spb.ru	8 (812) 985-75-52

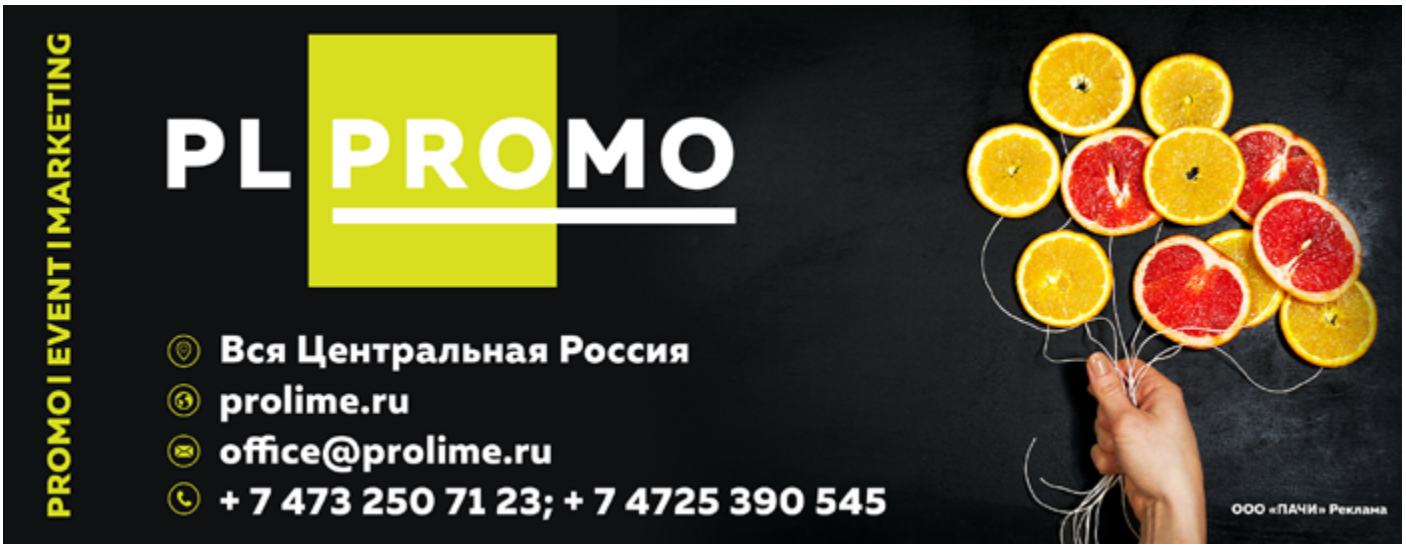


НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Абакан			
Flourish	www.flourish19.com	flourish19[dog]mail.ru	8 (929) 318-99-89
Арзамас			
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78
Архангельск			
Карелия промо	www. kareliapromo.com	info[dog]superpromo.ru	8 (8142) 630-107
Проспект Промо	www.prospectpromo.ru	marina[dog]prospectpromo.ru	8 (8182) 47-28-38
Астрахань			
АМК Абрикос-А	www.abrikos-a.btl-super.ru	direktor_a[dog]inbox.ru	8 (8512) 210-097

Балахна			
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78
Барнаул			
Promo Republic	amc-pr.ru	amc_pr[dog]mail.ru	8 (3852) 253-351
BTL-агентство «ПИОНЕР»	btl-pioneer.ru	btl_pioneer[dog]mail.ru	8 (3852) 698-694

PROMO REPUBLIC
АГЕНТСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Барнаул, ул. Пролетарская, 76, (Офисный центр \\\"Пилот\\\"), 8 этаж
www.amc-pr.ru
amcpromorepublic
AMKPromoRepublic
@promo_republic
Телефон: 8(3852) 253-351
Электронная почта: amc_pr@mail.ru

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Березники			
Эврика	промо-березники.рф	Eurikabrz[dog]yandex.ru	8 (919) 488-56-82
JOB-TIME	-	jobtimebrz[dog]gmail.com	8 (992) 226 68 48
Белгород			
АМК «PL»	www.prolime.ru	office[dog]prolime.ru	8 (804) 333-14-04
Чеширский кот	www.btl-kot.ru	btl.kot[dog]gmail.com	8 (905) 171-36-96
Dialog	-	dialogbelgorod[dog]yandex.ru	8 (980) 520-41-60



Благовещенск			
BTL-KHABAROVSK	www.btl-khabarovsk.ru	btl-khabarovsk[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72
Брянск			
Эпатаж	epatage-pr.tiu.ru	-	8 (4832) 518752
Бузулук			
ProMarket	промору.рф	pm-btl[dog]mail.ru	8 (3532) 45-80-49
Владивосток			
Реклама Медиа	www.reklamed.ru	info[dog]reklamed.ru	8 (423) 244-62-44
Владикавказ			
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 755-02-57

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Владимир

Профессионал	www.professional33.ru	professional[dog]mail.ru	8 (930) 746-02-12
ЦАУ	-	cau33_btl[dog]inbox.ru	8 (4922) 602-060
Ю-PR	www.youagency.ru	btl[dog]youagency.ru	8 (4922) 60-33-69

Волгоград

Эксперт	www.promo-volga.ru	expert[dog]expert-volga.com	8 (8442) 26-22-70

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Вологда			
Карелия промо	www. kareliapromo.com	info[dog]superpromo.ru	8 (8142) 630-107
BTL-VOLOGDA	www.btlvologda.ru	btlvologda[dog]mail.ru	8 (8172) 22-44-59
Воронеж			
TooLs	www.mar-center.ru	event[dog]mar-center.ru	8 (473) 333-53-04
Грозный			
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Дзержинск			
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78
Екатеринбург			
Пятница	www.friday-btl.ru	friday[dog]friday-btl.ru	8 (343) 310-20-77
ИНКАПРИ	www.inkapri.com	inkapri[dog]inkapri-ural.ru	8 (343) 287 00 25
АРТ «Респект»	-	art_respekt[dog]list.ru	8 (913) 635-28-28
Иваново			
Реал Профит	www.real-profit.ru	simunina[dog]real-profit.ru	8 (4932) 24-21-62
Би-Ти-Эль Иваново	btl.itown.info	nikitina.oksana[dog]inbox.ru	8 (4932) 30-45-48
Ижевск			
Размер	www.ra-razmer.ru	office[dog]ra-razmer.ru	8 (3412) 918-127
Живая реклама	www.liveadv.ru	info[dog]liveadv.ru	8 (902) 475-89-59
Йошкар-Ола			
Мастерская рекламы «ArtProFy»	www.12artprofy.ru	artprofy[dog]yandex.ru	8 (902) 744-89-89
Иркутск			
Лаборатория бизнес решений	www.btllab.ru	promolab[dog]mail.ru	8 (3952) 29-83-84
GP Far East	gp-g.ru/filials/gp-far-east/	gp_far.east[dog]gp-g.ru	8 (913) 043-86-78
Калининград			
Карелия промо	www.superpromo.ru	info[dog]superpromo.ru	8 (8142) 630-107
Топ-Медиа	www.top-media.pro	v.kalacheva[dog]top-media.pro	8 (4012) 37-77-86

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Казань

Виват	www.vivat-m.ru	info[dog]vivat-m.ru	8 (843) 292-18-43

VIVAT
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

Организация промо-акций в Татарстане и Поволжье

Консультации
Лифлетинг
Анкетирование
Флешмобы
Дегустации
Семплинг

Казань, ул. Худякова, 3
+7 (843) 292-31-18
info@vivat-m.ru

5 лет Опыт работы
230 успешных проектов
Отлаженная работа персонала
300+ База промоутеров

Калуга

ProCent	www.pr-cent.ru	hello[dog]pr-cent.ru	8 (919) 037-06-09

proCent
100% вашего успеха!

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
www.pr-cent.ru
+7 (919) 037-06- 09
hello@pr-cent.ru
г. Калуга, Луначарского, 57
@procent_btl
procent.BTL

Кемерово

DIRECTIVA	www.directiva.ru	info[dog]directiva.ru	8 (3842) 75-13-99
Studio Event and Branding	www.btl42.ru	btl42[dog]mail.ru	8 (923) 600 6942
Active-PROMO	www.active-promo.org	aktiv-PROMO[dog]yandex.ru	8 (3843) 96-30-07

Кисловодск

Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Ковров

Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78

Краснодар

Promo-Yug Group	www.promo-yug.ru	ak[dog]promo-yug.ru	8 (918) 312-40-76
Рекламный Дом Максима	www.ra-maxima.ru	contact[dog]ra-maxima.ru	8 (861) 242-03-73
B&D Group	www.bd-krd.ru	info[dog]bd-krd.ru	8 (861) 224 12 03
Level	www.level-ag.ru	krd[dog]level-ag.ru	8 (988) 565-61-91
INQUIRY	inquiry-btl.ru	inquiry_btl[dog]aaanet.ru	8 (863) 237-43-61

Кстово

Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78

Курган

MAXPROFIT	www.maxprofit-btl.ru	maxprofit45[dog]gmail.com	8 (919) 588-77-88
BRAVO	www.btlbravo.ru	btlbravo[dog]gmail.com	8 (3522) 620-010
ZUBAREV | EVENT	-	z-event[dog]bk.ru	8 (3522) 620-700
SYNOPTIKA	-	btlsynoptika[dog]gmail.com	8 (3522) 616-200

Красноярск

Clever Com	www.raclevercom.ru	Katrika2005[dog]mail.ru	8 (923) 299-94-36
Седьмая Высота	седьмаявысота.рф	manager[dog]propeller-sib.ru	8 (391) 258-63-53
Bottle agency	www.btlpro24.ru	project[dog]btlpro24.ru	8 (391) 2-955-330
Промо-команда	www.promokomanda.ru	info[dog]promokomanda.ru	8 (391) 211-96-69
GP Siberia	gp-g.ru/filials/gp-siberia/	gp_siberia[dog]gp-g.ru	8 (391) 217-99-01

СЕДЬМАЯВЫСОТА.РФ

Разработка и проведение
УЛЕТНЫХ мероприятий
и ЭФФЕКТИВНЫХ промоакций
в Красноярском крае

marketing event btl
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

т. +7(391)258-63-53

BoTTLe
agency technology

BTL & EVENT
в Красноярске, а также
городах Сибирского
Федерального округа

project@btlpro24.ru 8 (391) 2-955-330

г.Красноярск, ул.Железнодорожников 18В, 8 (391) 211-96-69

ПРОМОКОМАНДА

Промоакции
и Event -мероприятия
в Красноярске и Красноярском Крае

info@promokomanda.ru
vk.com/krspromokomanda

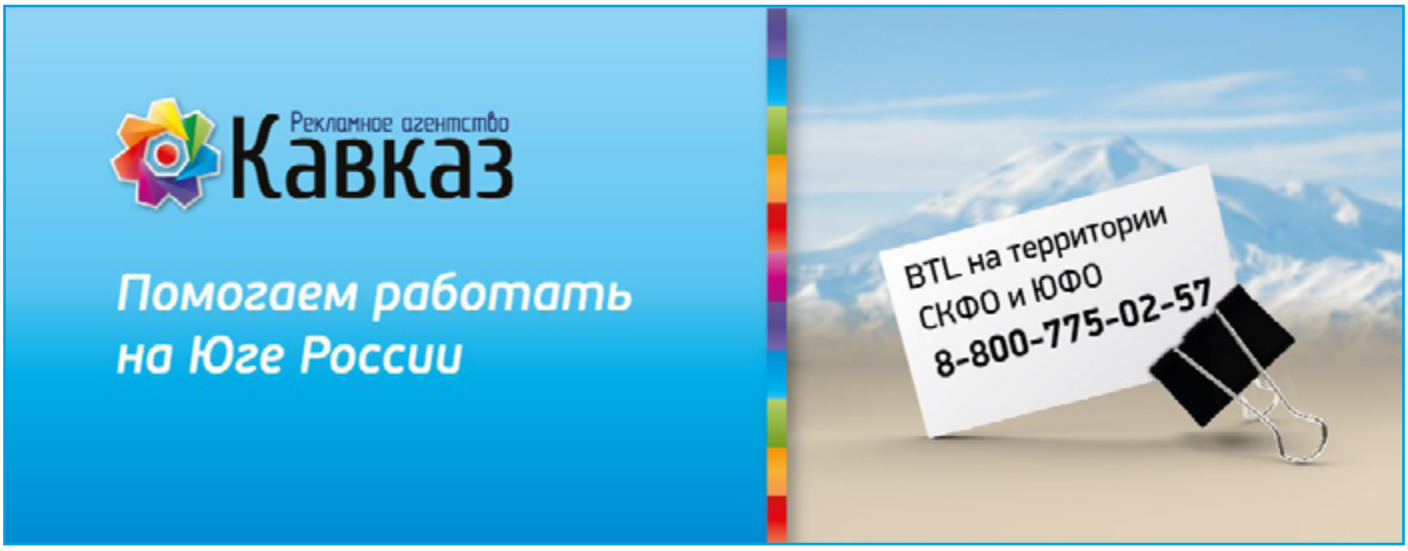
НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Курск			
ProCent	www.pr-cent.ru	pr-cent[dog}yandex.ru	8 (4712) 745-395

Магадан			
BTL-KHABAROVSK	www.btl-khabarovsk.ru	btl-khabarovsk[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72
Магнитогорск			
Паприка	paprika74.ru	gelena_nemtyreva[dog]mail.ru	8 (922) 714-42-18
Майкоп			
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Махачкала			
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Мурманск			
REGION PROMOTION	www.promotions.ru	info[dog]promotions.ru	8 (8152) 426-884
Шестое чувство	www.6senses.ru	info[dog]6senses.ru	8 (8152) 454-966
Муром			
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Нальчик

Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57



Назрань

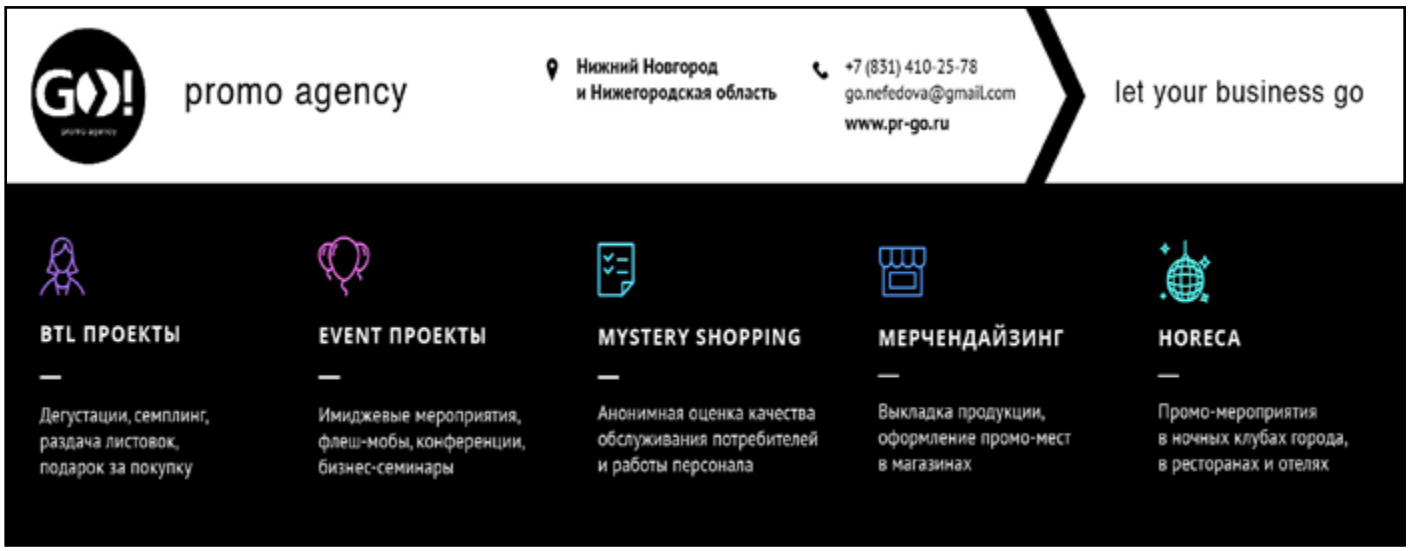
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57

Нижневартовск

Profit	www.pr-profit.ru	nk[dog]pr-profit.ru	8 (992) 316-42-65
ПРОМО-ЦЕНТР	-	promo-center.nv[dog]mail.ru	8 (3466) 55-02-12

Нижний Новгород

Promotrest	www.promotrest.ru	k.karadzhan[dog]promotrest.ru	8 (831) 434-46-50
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78
Центр Продвижения	www.prorek.ru	vmv[dog]prorek.ru	8 (831) 278-93-80
National Team	-	Klishchuk.btl[dog]gmail.com	8 (905) 665-62-49



НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Новокузнецк

BTL-NOVOKUZNETSK	www.btl-novokuznetsk.ru	btl-novokuznetsk[dog]mail.ru	8 (3843) 56-04-68
Инсайт	www.insait.pro	btl[dog]insait.pro	8 (913) 139-70-01
Active-PROMO	www.active-promo.org	aktiv-PROMO[dog]yandex.ru	8 (3843) 96-30-07

Новороссийск

Smile	www.btl93.ru	office[dog]btl93.ru	8 (918) 46-33-459
PR ViB	www.prvib.ru	v[dog]prvib.ru	8 (900) 264-94-90
Малая земля	www.mznovo.com	Info.malaya-zemlya[dog]mail.ru	8 (988) 668-7643

Новосибирск

BTL-NOVOSIBIRSK	btl-novosibirsk.ru	btl-novosibirsk[dog]mail.ru	8 (383) 210-61-33
Маркетинг Лэнд	www.m-land.ru	m-land[dog]m-land.ru	8 (383) 203-32-22
Active-PROMO	www.active-promo.org	aktiv-PROMO[dog]yandex.ru	8 (3843) 96-30-07
АМК «UnityGroup»	www.unitygrp.ru	promo[dog]unitygrp.ru	8 (383) 205-30-15
АРТ «Респект»	-	art_respekt[dog]list.ru	8 (913) 635-28-28
GP Siberia	gp-g.ru/filials/gp-siberia/	gp_siberia[dog]gp-g.ru	8 (391) 217-99-01

Омск

BTL-OMSK	www.btl-omsk.ru	btl-omsk[dog]mail.ru	8 (3812) 97-20-65
Промо Групп	www.promogr.ru	372901[dog]bk.ru	8 (909) 537-37-71
АРТ «Респект»	-	art_respekt[dog]list.ru	8 (913) 635-28-28
АРТ-ДИЗАЙН	www.ad-omsk.ru	s.ulanov[dog]ad-omsk.ru	8 (3812) 53-44-83

Оренбург

ProMarket	промору.рф	pm-btl[dog]mail.ru	8 (3532) 45-80-49
56 Promo	www.56promo.ru	promo.56[dog]yandex.ru	8 (3532) 20-85-25

Орск

ProMarket	промору.рф	pm-btl[dog]mail.ru	8 (3532) 45-80-49
PromoStar	www.promoorsk.ru	anna_orsk[dog]mail.ru	8 (3537) 31-54-53

Орел

Пятница	www.pyatnitco.ru	btl[dog]pyatnitco.ru	8 (9107) 48-53-88
BTL-OREL	www.btl-orel.ru	office[dog]btl-orel.ru	8 (4862) 630-860
BTL-Project Черноземье	www.btl-project.ru	btl-project[dog]ro.ru	8 (953) 478-67-11
Золотое решение	www.btlsolution.ru	marina[dog]btlsolution.ru	8 (920) 087-80-91

Пятница
рекламное агентство
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ
(все кроме свадеб и похорон) а хотя.....
☎ 48-69-88

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Пенза

Pr Profi	www.pr-profi58.ru	s.anashkina[dog]pr-profi58.ru	8 (927) 38-71-668
PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80

Пермь

Живая реклама	www.liveadv.ru	info[dog]liveadv.ru	8 (342) 259 65 27
2 Солнца	www.2solnca.com	promo[dog]2solnca.com	8 (908) 276-79-47
МАЛИНА	www.malinapromo-perm.ru	info[dog]malinapromo-perm.ru	8 (342) 259-28-55

Петропавловск-Камчатский

BTL-KHABAROVSK	www.btl-khabarovsk.ru	btl-khabarovsk[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72

Петрозаводск

Карелия промо	www. kareliapromo.com	info[dog]superpromo.ru	8 (8142) 630-107

Псков

Карелия промо	www.kareliapromo.com	info[dog]superpromo.ru	8 (8142) 630-107
BTL Boutique	-	yarena[dog]mail.ru	8 (964) 316-98-38
НВКОМ	www.btlpskov.ru	office[dog]btlpskov.ru	8 (8112) 700-348

Пятигорск

Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Ростов-на-Дону

ЮТМ	utm-btl.ru	info[dog]utm-btl.ru	8 (863) 256-82-64
Simple	www.simple-btl.ru	aelikov[dog]simple-btl.ru	8 (863) 230-54-04
Рекламный Дом Максима	www.ra-maxima.ru	contact[dog]ra-maxima.ru	8 (863) 300-10-35
Южный фронт	www.ugfront.ru	ekaterina-ugfront[dog]yandex.ru	8 (863) 2-41-02-31
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Креон	www.rostov.creonagency.ru	rostov[dog]creonagency.ru	8 (863) 310-01-91
Level	www.level-ag.ru	rnd[dog]level-ag.ru	8 (863) 262-05-64
ГК «РИМ»	www.rimra.ru	info[dog]rimra.ru	8 (863) 333-20-82
Пилот	www.pilot-btl.ru	rostov[dog]pilot-btl.ru	8 (863) 240-63-71
BTL and EVENT	-	btl_dina_sh[dog]aaanet.ru	8 (903) 4044543
INQUIRY	inquiry-btl.ru	inquiry_btl[dog]aaanet.ru	8 (863) 237-43-61

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Рязань

HeadLiner	www.h-liner.ru	info[dog]h-liner	8 (4912) 28-06-46
Deluxe	www.btlcenter.ru	a-vs[dog]yandex.ru	8 (4912) 995-336
Active group	www.active-group.ru	info[dog]active-group.ru	8 (495) 12 067 12
TWISTER	www.ra-twister.ru	ra-twister[dog]mail.ru	8(4912)99-60-72

Саратов

PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80

Самара

PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80
Target Group	www.target-group.ru	info[dog]target-group.ru	8 (927) 005-60-96
PetrosTrade	www.petros-trade.ru	petrostrade[dog]gmail.com	8 (800) 700-66-14
AVANGARD	mc-avangard.ru	reklama[dog]mc-avangard.ru	8 (846) 310-02-82
EVA	eva-samara.ru	info[dog]eva-samara.ru	8 (846) 993-80-65

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Севастополь

Крым ProCent	www.pr-cent.ru	crimea.procent[dog]yandex.ru	8 (978) 7193251
BTL - CRIMEA	www.btl-crimea.ru	btl-crimea[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72

Симферополь

Крым ProCent	www.pr-cent.ru	crimea.procent[dog]yandex.ru	8 (978) 7193251
BTL - CRIMEA	www.btl-crimea.ru	btl-crimea[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72
АТК «Креатида»	www.krymreklama.com	mail[dog]krymreklama.com	8 (978) 01-363-11

Сочи

Leto promo group	www.letogroup.ru	ap[dog]letogroup.ru	8 (862) 257-02-57
Рекламный «Дом Максима»	www.ra-maxima.ru	contact[dog]ra-maxima.ru	8 (862) 264-60-94
Сочинение	www.btlsochi.ru	e.tonkikh[dog]btlsochi.ru	8 (800) 234-26-03
PR - Инфо	www.btl-pr.info	info[dog]btl-pr.info	8 (995) 181-24-13

РЕКЛАМНЫЙ ДОМ МАКСИМА
Event|Consumer|Trade
Тел.: +7 (862) 264-60-94, e-mail: contact@ra-maxima.ru
Офисы: Сочи | Краснодар | Ростов-на-Дону

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО СОЧИНЕНИЕ
ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ
8-800-234-26-03 E.TONKIKH@BTLSOCHI.RU
BTLSOCHI.RU ОЛИМПИЙСКИЙПАРК.РФ

BTL EVENT MICE

НАШИ ПАРТНЕРЫ
АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА СОЧИ
Drive News ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
Sochi Olympic Park

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Саров			
Promo agency «GO!»	www.pr-go.ru	go.nefedova[dog]gmail.com	8 (831) 410-25-78
Ставрополь			
Front-Line	www.marketing-fl.ru	zakaz[dog]marketing-fl.ru	8 (800) 200-35-06
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Смоленск			
Приоритет	www.prio-smolensk.ru	btl[dog]prio-smolensk.ru	8 (4812) 68-32-93
Виктория	www.victoriaevents.ru	info[dog]victoriaevents.ru	8 (919) 047-33-31
Старый Оскол			
АМК «PL»	www.prolime.ru	office[dog]prolime.ru	8 (804) 333-14-04
Сургут			
BRAVO	www.btlbravo.ru	btlbravo[dog]gmail.com	8 (3522) 620-010
PROFIT	www.pr-profit.ru	nk[dog]pr-profit.ru	8 (992) 316-42-65
Таганрог			
ЮТМ	utm-btl.ru	info[dog]utm-btl.ru	8 (863) 256-82-64
INQUIRY	inquiry-btl.ru	inquiry_btl[dog]aaanet.ru	8 (863) 237-43-61
Тверь			
ТРИО	www.trio-tver.ru	info[dog]trio-tver.ru	8 (4822) 49-40-53
Тула			
BTL-TULA	www.btl-tula.ru	btl-tula[dog]mail.ru	8 (4872) 71-01-80
АИДА	www.aida-tula.agency	director[dog]aida-tula.agency	8 (4872) 25-01-15

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Тольятти

PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80
ПРОМО СФЕРА	www.promosfera.org	v.lyalina[dog]promosfera.org	8 (8482) 74-64-08

Тюмень

PROFIT	www.pr-profit.ru	nk[dog]pr-profit.ru	8 (992) 316-42-65
Амбер Групп	www.ambergroup.ru	amber_group[dog]mail.ru	8 (345) 263-27-85
«INSIDER group»	insider-group.com	insider-group[dog]bk.ru	8 (3452) 60-12-12
АРТ «Респект»	-	art_respekt[dog]list.ru	8 (913) 635-28-28
АЛЯСКА	event-reklama-alyaska72.ru	ra-Alyaska[dog]yandex.ru	8 (3452) 977-995

Улан-Удэ

BTL-служба «Местные»	www.btlmestnie.ru	shad_ya[dog]mail.ru	8 (3012) 632-142

Ульяновск

PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80
Агентство НОН СТОП	www.a-nonstop.ru	ans[dog]a-nonstop.ru	8 (8422) 67-47-18

Уссурийск

Aris	www.aris-btl.com	sales[dog]aris-btl.com	8 (423) 290-83-03

Уфа

BLAMMO	www.ra-blammo.com	blammo[dog]bk.ru	8 (347) 291-11-14
4P-for promote	www.forpomote.ru	welcome[dog]forpromote.ru	8 (347) 292-49-86
АМК «Эквилон»	www.equilon.ru	elena[dog]equilon.ru	8 (347) 246-888-6
PR1ME	www.primebtl.ru	info[dog]primebtl.ru	8 (927) 927 54 50

PRIME
ADVERTISING BTL • AGENCY
Работаем по всей России
БТЛ услуги
Заказ услуг:
info@primebtl.ru
8 999 622 75 09
8 927 927 54 50

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН
Феодосия			
Крым ProCent	www.pr-cent.ru	crimea.procent[dog]yandex.ru	8 (978) 719-32-51
BTL - CRIMEA	www.btl-crimea.ru	btl-crimea[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72
Хабаровск			
БТЛ групп	www.btlgroup27.ru	office[dog]btlgroup27.ru	8 (4212) 41-51-22
Норма Восток	-	akucherenko-btldv[dog] yandex.ru	8 (914) 544-85-48
GP Far East	gp-g.ru/filials/gp-far-east/	gp_far.east[dog]gp-g.ru	8 (929) 409 87 88
Чебоксары			
Формула	www.formulabtl.ru	formula8[dog]mail.ru	8 (8352) 574-401
Бизнес Проспект	www.biznesprospekt.com	raprospect[dog]mail.ru	8 (967) 470-66-36
ЦМК «MEDIA Trade»	www.ra-mediatrade.ru	mt[dog]ra-mediatrade.ru	8 (8352) 44-19-40
Челябинск			
IDEAFIXGROUP	ideafixgroup.com	btl[dog]ideafixgroup.com	8 (965) 855 71 49
Череповец			
BTL-VOLOGDA	www.btlvologda.ru	btlvologda[dog]mail.ru	8 (8172) 22-44-59
Черкесск			
Кавказ	rakavkaz.ru	info[dog]rakavkaz.ru	8 (800) 775-02-57
Энгельс			
PRomo-studia	www.btl-promostudiya.ru	n_burda[dog]mail.ru	8 (906) 307-86-80

НАЗВАНИЕ	САЙТ	ПОЧТА	ТЕЛЕФОН

Южно-Сахалинск

BTL-KHABAROVSK	www.btl-khabarovsk.ru	btl-khabarovsk[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72

Ялта

Крым ProCent	www.pr-cent.ru	crimea.procent[dog]yandex.ru	8(978) 719-32-51
BTL - CRIMEA	www.btl-crimea.ru	btl-crimea[dog]mail.ru	8 (861) 203-40-72

Ярославль

Эмпайр	www. empire-pr.ru	btl.sergeyz[dog]gmail.com	8 (4852) 26-36-36
Nuance	www. nuance-ac.ru	alena.anenkova[dog]nuance-ac.ru	8 (4852) 93-77-57
Power	www.btl-power.com	welcome[dog]btl-power.com	8 (920) 124 30 20
Дрим Про	www.drimpro.ru	promo[dog]drimpro.ru	8 (4852) 42-77-38
Региональное Рекламное Агентство	www.1-pa.рф	951014[dog]mail.ru	8 (4852) 68-36-34
REAL	www.btl-real.ru	welcome[dog]btl-real.ru	8 (999) 233 13 61
Спрос	www.s-pro-s.ru	spros[dog]s-pro-s.ru	8 (4852)26-65-47

EMPIRE
creative studio
Г. Ярославль, ул. Свободы, офис 210 (2 этаж)
Телефон: +7 (4852) 26-36-36
btl.sergeyz@gmail.com www.empire-pr.ru

NUANCE
АГЕНТСТВО КОММУНИКАЦИЙ
BTL мероприятия
Event мероприятия
Технический мерчендайзинг
г. Ярославль, ул. Чайковского, 62/30 тел.: (4852) 919-917, 937-757
www.nuance-ac.ru info@nuance-ac.ru

РЕЙТИНГ РЕГИОНАЛЬНЫХ РА

ПО ВЕРСИИ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА BTL MAGAZINE
*за 2016**

**** По результатам 2016 года в таблицу выведены 32 агентства согласно их регионам. Все они предоставили наиболее полные анкеты о себе и своей деятельности.***

ЦЕНТР

№	Название РА	Баллы	Город
1	Deluxe	201	Рязань
2	ProCent	195	Курск
3	TooLs	134	Воронеж
4	Золотое решение	126	Орел
5	Nuance	101	Ярославль

СЕВЕРО-ЗАПАД

№	Название РА	Баллы	Город
1	Карелия Промо	205	Петрозаводск
2	Успех	155	Санкт-Петербург
3	Level Up	137,5	Санкт-Петербург
4	НВКОМ	125	Псков
5	Шестое чувство	100	Мурманск

ЮГ

№	Название РА	Баллы	Город
1	Рекламный Дом Максима	237	Краснодар
2	Сочинение	231	Сочи
3	Эксперт	211	Волгоград
4	B&D	134	Краснодар
5	Южный фронт	107	Ростов-на-Дону

ПРИВОЛЖЬЕ

№	Название РА	Баллы	Город
1	AVANGARD	222	Самара
2	4P	215	Уфа
3	Blammo	207,5	Уфа
4	Эквилон	185,5	Уфа
5	PRomo-studia	177	Саратов
6	XXL	172	Уфа
7	Promotrest	164	Нижний Новгород
8	Promo agency «GO!»	158	Нижний Новгород
9	ProMarket	155	Оренбург
10	PromoStar	152,5	Орск

УРАЛ

№	Название РА	Баллы	Город
1	Event аг-во Profit	187	Тюмень
2	IDEAFIXGROUP	133,5	Челябинск

СИБИРЬ

№	Название РА	Баллы	Город
1	Пионер	261	Барнаул
2	Promo Republic	157	Барнаул
3	Промо-команда	133	Красноярск
4	Directiva	117	Кемерово
5	Bottle agency	101	Красноярск