**1. История компании**

маркетинговый коммуникация услуга конкурентоспособность

Агентство маркетинговых коммуникаций «РеклаМедиа» основана в 1999 г. на базе РА «Деловая почта» (1995–1999 гг.) и входит в группу компаний, работающей на рекламном и издательском рынках Юга России с 1993 г. Также является структурным подразделением Корпорации RMG – Russian Management Group (рекламный, издательский, полиграфический бизнес, ритейл, новые технологии охраны и навигации).

В группу компаний входят: ООО «ЮТД» (издание газет «Южный Торговый Дом», «Краснодарский Торговый Дом», «Торговый Дом – Кавказ и Ставрополье», «Торговый Дом – Нижнее Поволжье», «Торговый Дом – Недвижимость», портал торговой информационной системы www.tis.ru), ООО Издательский Дом «RMG» (еженедельник «ТелеКом – Техника для профи», портал www.technograd.com), ЗАО «Типография №1», ООО «Новая типография» (полиграфическое предприятие).

Представительства группы компаний работают во всех крупных городах ЮФО. АМК «РеклаМедиа» является ассоциированным членом АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) и действительным членом ТПП России.

**2. Услуги**

**1. Рекламные кампании**

РА «РеклаМедиа» предлагает системный подход к проведению рекламной кампании. Специалисты компании помогут спланировать и реализовывать регулярную рекламную деятельность с учетом особенностей бизнеса. Богатый опыт проведения рекламных кампаний на самых различных сегментах рынка позволяет агентству проектировать оптимальные системы рекламного воздействия на потребителей с детальной проработкой каждого этапа:

* Креатив;
* Дизайн;
* Тестирование рекламы;
* Размещение рекламы;
* Отчет о размещении;
* Оценка эффективности рекламы.

**2. PR-акции**

Существует несколько определений термина public-relations (PR). Наиболее полно смысл этого термина отражает определение, говорящее о том, что PR – это искусство общения, убеждения и, как следствие, взаимопонимания. В более узком смысле PR – это мероприятия, направленные на продвижение и защиту образа (имиджа, престижа) компании, ее услуг и товаров.

Компания предлагает услуги по проведению PR-мероприятий, как в Южном Федеральном Округе, так и за его пределами. Агентство обладаем необходимыми технологиями и связями для успешного осуществления PR-мероприятий.

## Компания предлагает услуги по следующим направлениям:

* разработка полномасштабной стратегии маркетинговых коммуникаций;
* деятельность в центре и регионах;
* связи со СМИ;
* PR для торговых марок (брендинг);
* разработка корпоративного имиджа;
* внутренний PR (компании и дилеры);
* создание и размещение рекламных статей;
* организация пресс-конференции;
* «promotion»: от небольших проектов до общенациональных кампаний;
* спонсорство;
* конференции, праздники, вечеринки;
* организация выставок;
* конкурсы и церемонии награждения;
* корпоративные издания и программы по увеличению роста продаж;
* мероприятия на местах продаж.

PR-мероприятия могут быть как разовые, так и проводиться постоянно.

**3. Медиапланирование, размещение в СМИ**

Медиапланирование – планирование эффективного размещения рекламы.

Для оптимального распределения рекламного бюджета необходимо осознать, кто является потенциальным потребителем вашей продукции. Но не всегда конечный потребитель является непосредственным покупателем, т.е. вашей целевой аудиторией. Например, ребенок может любить сладости и ириски, но решение о покупке чаще всего принимают родители, поэтому, прежде всего, необходимо представить весь процесс принятия решения и соответственно направлять рекламное воздействие. Затем, в зависимости от целей рекламной кампании, мы подберем наиболее подходящие рекламные носители – пресса, наружная реклама, радио, телевидение. Для каждого определим те, которые обеспечат максимальный охват вашей целевой аудитории, и необходимое воздействие (количество повторов).

И, наконец, очень важный этап – оптимизация размещения. Исходя из необходимого охвата и воздействия, сравниваем различные варианты размещения и выбираем наиболее экономичный.

Так осуществляется процесс медиапланирования. Так происходит максимизация эффективного воздействия. Любой человек, умеющий мыслить, сделает это сам, но есть ли у Вас на это время? Как известно, оно – это самое время – деньги!

## Размещение в СМИ

Отдел работает по редакционным расценкам с сохранением всех прайсовых условий и предлагает следующие услуги:

* Размещение во всех рейтинговых СМИ на эксклюзивных условиях!!!
* Проведение РК во всех регионах России
* Размещение в районных газетах Ростовской области
* Изготовление аудио-видео-роликов
* По завершению РК мы предоставляем периодические издания, эфирные справки и отчетные бухгалтерские документы

**4. Полиграфия, сувениры**

На сегодняшний день «РеклаМедиа» предлагает широчайший спектр услуг и технологий по изготовлению печатной продукции, среди которых: печать срочных и небольших тиражей, многостраничной и листовой продукции, изготовление нестандартных и уникальных изделий.

Виды производимой агентством «РеклаМедиа» полиграфической продукции можно разделить на следующие категории:

## Рекламная полиграфия:

Листовки, плакаты, буклеты, проспекты, стикеры.

## Многостраничные издания:

Каталоги, брошюры, корпоративные издания.

## Календари:

Квартальные календари, календари-домики, перекидные настольные, настенные и карманные календари.

## Деловая полиграфия:

Визитные карточки, фирменные бланки, блокноты, конверты, различные виды папок, приглашения и открытки.

## Прикладная полиграфия:

Упаковка, этикетка, вкладыши для CD, билеты, афиши.

## P.O.S. – рекламные материалы в местах продаж:

Диспенсеры, мобайлы, гирлянды, флаги, шелфтокеры, ценники, воблеры, монетницы, ростовые фигуры, пакеты.

Рекламное агентство «РеклаМедиа» – это официальный дилер крупнейших российских оптовых операторов рынка сувениров, что позволяет решать срочные задачи в области обеспечения рекламно-сувенирных кампаний любой фирмы.

Компания предлагает своим клиентам:

* все виды нанесения на любых изделиях;
* широчайший выбор сувенирной продукции по каталогам;
* сувениры для контактов различного уровня (промо-сувениры, бизнес-сувениры, VIP-подарки);
* выгодные цены благодаря наработанным деловым связям;
* изготовление эксклюзивных сувениров.

Руководствуясь в своей работе в первую очередь интересами клиента, «РеклаМедиа» гарантирует высокое качество изготовленной продукции, оптимальные цены и сроки исполнения заказов, видя в таком подходе залог своего успеха.

**5. Исследования**

**Основные направления исследования:**

* изучение реальных и новых рынков;
* изучение товарных марок, брендов;
* исследование потребителей и потребительских аудиторий;
* изучение потенциальных клиентов, дилеров и посредников;
* изучение эффективности рекламы;
* тестирование рекламной продукции;
* исследование средств массовой информации;
* тестирование различных продуктов.

**Состав выборки:**

* **Репрезентативная выборка** – мини-модель генеральной совокупности населения изучаемого города (региона, страны); от 500 до 1000 человек для г. Ростова-на-Дону.
* **Целевая выборка** – мини-модель части населения, которая соответствует определенным критериям (потребители товара, марки, определенная демографическая или доходная группа). Целевая выборка может представлять из себя мини-модель целевой группы или целевой аудитории рекламы; от 100 до 300 человек для г. Ростова-на-Дону.

**6. Реклама в интернете**

Для проведения эффективной рекламной кампании в интернете необходимо разработать и разместить в сети как минимум сайт-визитку, как максимум интернет-магазин. Это необходимо для предоставления потенциальным пользователям сайта более подробной информации о деятельности вашей компании, либо продвигаемого товара или услуги.

## Разработка сайта

На данный момент наиболее популярными видами сайтов являются: сайт визитка, корпоративный сайт, интернет-магазин и промо-сайт.

**Сайт визитка** больше подходит небольшим компаниям, он менее затратный в плане разработки и дальнейшего обслуживания, как правило это 1–10 текстовых страниц. Цена от 25 000 рублей.

**Корпоративный сайт** более крупный, от 10 страниц, содержит новости компании, вакансии, каталог продукции либо услуг, календарь мероприятий, необходимые интерактивные формы взаимодействия с пользователями, закрытие разделы для дилеров, постоянных клиентов и прочие необходимые функции в зависимости от надобности и пожеланий заказчика. Цена от 35 000 рублей.

**Интернет-магазин** – это сложный каталог продукции с возможностью точного подбора товара по названию, артикулу, цене, цвету, характеристикам, сравнение похожих товаров и формирования заказа в корзину с помощью интерактивных форм. Обычно кроме каталога продукции сайт оснащается дополнительным функционалом: опросы, регистрация пользователей, форум, e-mail рассылки, поиск по сайту, и прочее. Цена от 50 000 руб.

**Промо-сайт** – данный вид сайта необходим для проведения рекламной кампании какого-либо товара или услуги. Как правило, сайт разрабатывается по технологии, с богатыми мультимедиа возможностями (звук, анимация). Это наиболее затратный вид сайта, в плане отношения его первоначальной разработки и времени его существования (длительность промо-акции). Цена договорная, в зависимости от задачи.

## Размещение сайта в интернете (Хостинг)

После успешной разработки сайта необходимо разместить его на сервере, находящимся на хостинг-площадке и подключить к нему уникальное имя – его адрес (Домен).

## Реклама в интернете

**Существует несколько способов рекламы в интернете.**

Первый – более долгосрочный, выведение сайта по определённым ключевым словам на первую страницу поисковой системы. Для расчёта цены и сроков необходимо составить список ключевых слов, по которым вы желаете продвигать сайт в поисковой системе. Внимание: в дальнейшем существует опасность исчезновения сайта с первой страницы, в случае, если сайту не оказывается постоянная поддержка специалистов.

Баннерная реклама на крупных ресурсах сети (региональных или общероссийских). Достигается быстрый результат, но производятся высокие затраты.

Яндекс. Директ – это инструмент для размещения контекстных рекламных объявлений на страницах Яндекса и на сайтах-участниках его Рекламной сети. Вы платите только за реальных посетителей вашего сайта! Ваша реклама появляется на первой странице выдачи результатов в правом столбце. На позицию тут влияет только цена за клик, которую вы назначите самостоятельно для объявления. Чем выше цена за клик, тем выше будет ваше объявление.

Для интернет-магазинов существует сервис Яндекс. Маркет. С его помощью товары, представленные в интернет-магазине, будут автоматически размещаться в каталоге товаров Яндекс. Маркет, где покупателей намного больше, чем в любом интернет-магазине.

**7. Наружная реклама**

Из множества сегментов огромного круга рекламных коммуникаций компания уделяет большое внимание одному из важных видов деятельности – наружной рекламе.

Наружная реклама – это широкая область бизнеса, которая помимо своих прямых задач по продвижению на рынок товаров и услуг способствует созданию и поддержанию внешней стороны корпоративной культуры и имиджа компании.

Сегодняшний день предлагает всё новые и новые технологии изготовления, поэтому для успешного ведения дел нам необходимо четко улавливать новые веяния и тенденции. Однако суть рекламных задач остается неизменной: создание яркого, запоминающегося образа компании и формирование у потребителей устойчивого спроса на предлагаемую продукцию. Вместе с этим мы стараемся продвигать идеи, которые привлекают внимание своей индивидуальностью и глубоким осмыслением, и только укрепляют уважение к производителю.

Спектр услуг компании в сегменте «Наружная реклама» достаточно обширен и не ограничивается несколькими наименованиями продукции.

Мы предлагаем Клиентам полный комплекс работ: от дизайна и изготовления до последующего обслуживания любых объектов наружной рекламы. Причём статус Клиента на рынке не играет роли – будь это маленький магазин или огромный концерн – компания одинаково внимательно относится ко всем нюансам своей работы.

Создание дизайна, разработка макетов ЛЮБЫХ изделий наружной рекламы.

## Изготовление наружной рекламы

Наружную рекламу условно можно разделить на две составные части: реклама на зданиях и реклама на улицах.

**Наружная реклама на зданиях:**

* рекламные фризы (световые и несветовые);
* световые короба (лайтбоксы);
* объёмные буквы различной конструкции и со всеми типами свечения;
* панель-кронштейны (типовые и эксклюзивные);
* вывески (с внутренней и внешней подсветкой);
* реклама с открытым и закрытым неоном;
* крышные рекламные установки;
* полноцветные плакаты (баннеры) для улиц, выставок и офисов;
* брандмауэрные панно (брандмауэры);
* комплексное рекламное оформление фасадов;
* внутренние и уличные таблички всех видов;
* и т.д.

На выполняемые работы предоставляется гарантия сроком на одного до трех лет. В течение этого периода все гарантийные работы осуществляются бесплатно.

## Реставрация и обслуживание рекламы

Любое изделие, особенно технически сложное, требует в процессе своей эксплуатации проведения работ по его техническому обслуживанию. Продукция наружной рекламы не является исключением. Поэтому одним из направлений работы компании является предоставление услуг по постгарантийному обслуживанию рекламных установок. Агентство способно выполнить работы как по частичной реставрации «вывески» или её отдельных частей, так и произвести полную замену рекламоносителя.

## Рекламное оформление корпоративного автотранспорта

Реклама на корпоративном транспорте является дополнительным и очень важным фактором в цепи мероприятий по продвижению услуг компании.

Размещая рекламу на машинах компания, значительно увеличивает круг своих потенциальных Клиентов. Ведь количество «контактов» потребителей с Вашей рекламой, учитывая интенсивность движения, близко к космическим цифрам.

Кроме того, размещение рекламы на автомобилях положительно сказывается и на общем имидже компании – владельце авто.

## Цифровая широкоформатная и интерьерная печать

Компания изготавливает полноцветную продукцию любой сложности и размеров.

Наши широкоформатные струйные принтеры способны наносить полноцветное изображение с качеством до 1440 dpi на следующие материалы:

* Баннерная ткань ПВХ (баннер);
* самоклеющаяся виниловая плёнка;
* строительная сетка;
* холст;
* скролерная бумага;
* постерная бумага;
* бумага с клеевой пропиткой.

**Послепечатные работы:** установка люверсов, изготовление «карманов» и проклейка швов.

## Размещение рекламы

Десятилетний опыт работы в наружной рекламе даёт возможность успешно организовывать и проводить для клиентов рекламные кампании любой сложности и продолжительности.

Устоявшиеся и проверенные временем партнёрские отношения с большинством собственников рекламных мест позволяют осуществлять размещение рекламной информации клиентов:

* на придорожных щитах (биллборды и суперсайты) в Ростове и Ростовской области;
* на брандмауэрных панно;
* на магистральных арках;
* на транспарантах-перетяжках.

**8. Дизайн, пре-пресс**

## Графический дизайн

Графический дизайн понятие универсальное. Под него можно подвести множество совершенно различных областей дизайн – индустрии. Ведь в целом дизайн – это процесс выбора и организации графических компонентов с целью достижения определенной цели, которая может быть либо эстетической, либо иметь функциональную подоплеку, а зачастую преследовать обе эти цели. Наверное, любой графический дизайн, оперируя невербальными, визуальными символами, может оказывать огромное влияние на аудиторию.

Для нас графический дизайн это не просто красивая картинка, это полноправная наука со своей философией и историей, если хотите, в которой пересекаются искусство художника и расчётливость аналитика.

## Дизайн полиграфии

Рекламная полиграфия одно из очевидных и легкодоступных средств для успешного продвижения товаров и услуг на любой рынок. Это особый мир, особый жанр, со своими правилами и традициями. Основной принцип полиграфии – это грамотное сочетание изображения и текста, что, в общем-то, и есть дизайн.

По большому счету, вторым важным шагом в популяризации товаров, услуг или самого бренда, после создания фирменного стиля является изготовление огромного объема рекламной продукции: от ручек, календарей и рекламных модулей до POS-материалов и аудио-, видеороликов для рекламы в СМИ.

Чтобы при формировании рекламной стратегии не было проблем с несовпадением стилей, дизайна, исполнения различных рекламных материалов (например, торговую марку разрабатывают одни люди, сайт делают другие, а буклет – третьи), наше агентство «РеклаМедиа М.К.» предлагает весь пакет дизайнерских услуг.

Вся Ваша реклама будет выполнена одними и теми же людьми, что обеспечит узнаваемость ваших рекламных материалов.

## Предпечатная подготовка и обработка (пре-пресс)

**Агентство так же оказывает услуги:**

* верстка статей и текстов;
* сканирование и обработка фото и слайдов;
* ретуширование и реставрация растров;
* увеличение фотографий;
* векторизация растровых изображений и многое другое.

**9. BTL, Event – менеджмент**

## BTL

* Аудит ТТ (аудит торговой точки);
* Рек-джобинг (разработка и организация программ, направленных на увеличение продаж товаров в гипермаркетах, при помощи временного персонала – рек-джобберов);
* Мерчендайзинг;
* Direct marketing;
* Промоушн (Consumer promotion, Trade promotion);
* Флеш-моб, провокационный маркетинг;
* Презентации, пресс-конференции;
* Семинары, форумы;
* Корпоративные мероприятия;
* Свадьбы, дни рождения, юбилеи;
* Открытия, «закладка первого камня&raquo.

**Команда (более 300 человек, каждый из них прошел специализированный тренинг):**

* промоперсонал;
* девушки и молодые люди модельной внешности;
* мерчендайзеры;
* аудиторы;
* рек-джоберы;
* многочисленная база ведущих, танцевальных и шоу-коллективов для развлекательных мероприятий.

Компания работает в Ростове-на-Дону и в городах ЮФО. Налажены контакты со всеми супермаркетами, гипермаркетами и сетевыми магазинами Ростова-на-Дону. Готовы предложить работу промоперсонала на всех центральных улицах города, в парках отдыха, а также в ночных клубах, кафе и ресторанах.

«Рекламедиа.МК» предлагает свежую идею: она заключается в организации цепочки парадоксальных, ярких, необъяснимых событий, которые выделят данную кампанию на фоне других многочисленных акций, проходящих в городе.

**10. Стратегическое планирование**

В современных условиях практически любая коммерческая структура уже с первых дней своего существования вынуждена инвестировать средства в маркетинговую коммуникацию.

Основной целью такой активности является осознанное изменение поведенческих стереотипов целевого потребителя в нужную для рекламодателя сторону, например, совершение пробной покупки или замещение одной потребляемой марки другой, – не что иное, как изменение привычной модели поведения.

Природа наделила человека способностью думать и поступать вариативно. И реклама успешно эксплуатирует это человеческое качество. Наши поступки, мысли и чувства зависят от множества внутренних и внешних факторов, одним из которых является непрерывный информационный поток, постоянно сопровождающий жизнедеятельность современного общества. Значительная часть этого информационного потока – разнообразная реклама.

Технология стратегического планирования брендовой коммуникации учитывает не только характеристики продукта и рыночные данные, но также и психологические особенности целевого потребителя. Это позволяет выявить «концепцию» потребления, понять, каким образом продукт / услуга / бренд вписывается в образ жизни целевой аудитории, предугадать возможные реакции на различные рекламные сообщения. Сделать рекламное сообщение более значимым для потребителя и, следовательно, более эффективным в аспекте влияния на его поведение – это проникнуть в суть потребностей, предвидеть и создавать их.

Стратегическое планирование брендовой коммуникации сформировалось как технология в 1960-е годы в Великобритании и довольно быстро обрело широкую популярность. Сегодня большинство рекламных агентств с успехом применяют эту технологию для создания и усиления эмоциональной связи между продуктом / услугой и потребителем.

Стратегическое планирование вносит смысл, понимание и ощущение в процесс создания рекламы. Это необходимо для того, чтобы вооружить и вдохновить творческую группу на создание идей, которые вовлекут потребителя в общение с брендом и укрепят его желание совершить покупку и быть причастным к продукту / услуге / бренду.

**11. Креатив-разработки**

Агентство маркетинговых коммуникаций «РеклаМедиа» – это команда высококлассных профессионалов, знающих и любящих свое дело. Все дизайнеры имеют художественное образование и колоссальный опыт работы в сфере графического дизайна. Копирайтеры и креаторы – специалисты с дипломами филологических, журналистских и рекламных факультетов лучших российских ВУЗов. Сотрудники «РеклаМедиа М.К.» имеют богатый опыт работы в сфере креативных разработок и дизайна и продолжают свое движение к совершенству в этих сферах, постоянно улучшая свои навыки и обогащая знания.

«РеклаМедиа.МК» не стоит на месте и старается всегда идти в ногу со временем. Поэтому компания может предложить не только несомненно качественные проекты, выполненные мастерами своего дела, но и креативные разработки, созданные с учетом современных тенденций и новых технологий.

На сегодняшний день компания предлагает следующие услуги в сфере графического дизайна:

* Разработка фирменного стиля
* Разработка логотипа
* Рекламная полиграфия
* Создание иллюстраций
* Комплексные решения

Компания делает все возможное, чтобы дизайн, создаваемый мастерами, будь то логотип, фирменный стиль или иллюстрация, можно было назвать произведением искусства.

## Также компания предлагает и креативные разработки:

* Создание и продвижение бренда
* Разработка рекламных стратегий
* Концепции рекламных кампаний
* Разработка названий и слоганов
* Разработка сценариев видео- и аудио-роликов
* Идеи мероприятий и промо-акций

Креативные разработки также создаются командой профессиональных и опытных копирайтеров и креаторов. Благодаря творческому подходу к работе, найдем яркое, новое и неожиданное решение любых поставленных перед нами задач, а также предложим свежие и необычные идеи для рекламы Вашего бизнеса, воплотив их в рекламных концепциях.

Основные преимущества «РеклаМедиа М.К.» перед другими агентствами:

Обращаясь в лабораторию кретива и дизайна «РеклаМедиа М.К.», компания сразу же контактирует с непосредственным исполнителем работы.

Такой подход значительно ускоряет процесс разработки, позволяет ставить четкие задачи перед исполнителем, а в результате – обратившаяся компания получает именно то, что заказывала. Также можно избежать длительных переговоров с исполнителем через менеджера, в ходе которых зачастую информация искажается или вовсе теряется. Вдобавок, компании не придется переплачивать за так называемую менеджерскую работу и платить вознаграждение агентству. Компания платит только за качество и за сдачу проекта в срок.

У агентства нет «шаблонных» решений. Для каждого клиента делается что-то новое, самобытное и эксклюзивное.

«РклаМедиа.МК» предоставляет широкий спектр услуг в сфере рекламы, брендинга и дизайна, поэтому компании не приходится обращаться в несколько рекламных агентств. Все необходимое от идеи рекламной кампании и слогана до сценария мероприятия можно заказать в лаборатории «РеклаМедиа М.К.».

# 12. Размещение наружной и интерьерной рекламы

**Компания предлагает различные рекламоносители:**

* Щиты 3х6
* Призматроны
* Сити-форматы
* Перетяжки (растяжки)
* Брендмауэры.

Эффективность наружной рекламы чрезвычайно высока, если ее использовать грамотно и обосновано. Наружная реклама работает на пассажиропоток, автомобилистов, а также пешеходов, с ее помощью можно охватить весь город.

Размещая щит 6х3 компания получает 18 кв. м рекламной площади, а если разместить **призматрон**, вы получите те же 18 кв. м **динамичной** рекламы за счет вращения призм.

Реклама на **перетяжках** еще более функциональна, так как это двухсторонний рекламоноситель. Высокая степень воздействия на транспортные и пешеходные потоки, находится в поле зрения водителей.

Если цель фирмы получение большей эффективности при низких затратах, то выгодно использовать **рекламу на транспорте**. Этот вид рекламы безусловно привлекает внимание за счет своей динамичности (движения по городу). Подобрав правильный маршрут, фирма получат максимальный охват аудитории.

**Интерьерная реклама** не менее эффективный способ.

К интерьерной рекламе можно отнести такие виды размещения, как: размещение в супермаркетах, кинотеатрах, торговых центрах, реклама в лифтах, размещение на щитах, находящихся рядом с входной дверью в подъезд. Массовый охват аудитории + возможность подробно рассказать о товаре или услуге.

Агентство «РеклаМедиа.МК» поможет добиться максимальной отдачи от размещения рекламы, подберет наиболее эффективные рекламоносители.

**13. Спецпроект – остановочные комплексы**

Формат размещения наружной рекламы на крышах остановочных комплексов является сравнительно новым и молодым на рынке наружной рекламы. Однако в то же время такого вида реклама является серьезной альтернативой как популярным биллбордам 6х3 м, так и уличным растяжкам.

Реклама располагается непосредственно на крышах или фасадах крыш остановочных павильонов. Павильоны могут быть торгово-остановочного типа либо просто остановочного типа без торгового ларька. Размер «рабочего поля» рекламной поверхности унифицирован и по всей адресной программе составляет 8х1 м.

## Цена

Стоимость других популярных рекламоносителей выше. Так, в среднем, щиты 6х3 стоят в 2 – 2,5 раза дороже, а растяжки в 1,5 раза дороже.

## Целевая аудитория и места дислокации

Во-первых, поскольку реклама размещается на крыше остановок, то она как нельзя лучше работает на пассажиропоток – на людей, проезжающих мимо остановок в транспорте; во-вторых, большинство остановок расположены на перекрестках и рядом со светофорами, где нередко собираются автомобильные пробки, а следовательно реклама работает и на водителей. В сравнении – растяжки, расположенные над дорогой, работают только на водителей и на пассажиров авто, сидящих спереди. Из проезжающего транспорта они практически не видны. Более того, водитель и пассажир успевают рассмотреть растяжку, если она расположена на перекрестке, где светофор, либо замедленно движение. Остальные растяжки остаются просто незаметны, поскольку водитель авто на скорости проезжает мимо, концентрируя внимание на дороге. То же касается и щитов – большинство расположены на дороге, где нет светофоров и интенсивное движение – ни водитель, ни пассажиры просто не успевают сконцентрировать внимание. Остановка же, являясь неким местом концентрации людей, соответственно работает и на прохожих, и на ожидающих транспорт.

## Новизна

За последние 10–15 лет растяжки и щиты 6х3 настолько примелькались, что воспринимаются как часть городской архитектуры. Новые же нестандартные рекламоносители, такие как остановочные комплексы, привлекают к себе внимание именно новизной.

## Эффективность

За все время реализации проекта по размещению рекламы на остановках все клиенты получили большой эффект, в некоторых случаях даже более высокий чем ожидаемый, что доказывает эффективность рекламоносителя.

маркетинговый коммуникация услуга конкурентоспособность

**3. Миссия компании «РеклаМедиа.МК»**

Миссия рекламного агентства полного цикла «РеклаМедиа.МК» – создание нематериальных активов, способствующих повышению дохода компании. В результате эти активы работают на благо компании, что подтверждает эффективность деятельности рекламистов.

Совмещение универсальных, проверенных временем и абсолютно новых приемов, идей, а также медиа-каналов вовсе не является залогом успеха. Это и есть успех.

Агентство «РеклаМедиа.МК» не стоит на месте и старается всегда идти в ногу со временем. Поэтому может предложить не только несомненно качественные проекты, выполненные мастерами своего дела, но и креативные разработки, созданные с учетом современных тенденций и новых технологий.

**4. Партнеры**

* «РеклаМедиа.МК» сотрудничает со многими компаниями:
* газета «Южный Торговый Дом»
* газета «Краснодарский Торговый Дом»
* газета «Торговый Дом – Кавказ и Ставрополье»
* газета «Торговый Дом – Нижнее Поволжье»
* газета «Торговый Дом – Недвижимость»
* портал торговой информационной системы www.tis.ru
* еженедельник «ТелеКом – Техника для профи»
* портал www.technograd.com
* ЗАО «Типография №1»
* ООО «Новая типография»
* Радио7

**5. Клиенты**

* «Пласт-Сервис»
* «Сен-Гобен Изовер»
* «Автоконнекс-ЮФО»
* «ГЛОНАСС-навигатор»
* сеть чайных магазинов «Унция»
* сеть салонов «Связной»
* «Абсолютные решения»
* «Апрель-интер»
* «Грузовозофф»
* «Salamander»
* «СанРайз»
* «Информатика»
* «Мауэр Груп»
* «ДонЭнергоСбыт»
* «Центр – Инвест»
* «Донская Металлургическая компания»
* ТД «Рикос»
* «Мотель-Трейдинг»
* ТД «Атлантида»
* «Роскабель»
* «Русский проект»
* «Вест»
* «Нирлан-Новосел»
* «Инвестиционный консультант»
* «Техносат»
* «Винс-авто»
* «Росинтур»
* «Полярис» – сеть фирменных магазинов
* производственные предприятия ОАО «Ростсельмаш»
* фабрика «Элегант»
* Шахтинский авиационный завод
* Ростовский завод плавленых сыров
* Intel
* Microsoft
* продукты «Век»
* КБЕ-оконные технологии
* краски «Текс»
* обувь «Монарх»

**6. Структура «РеклаМедиа.МК»**

**Ген. Директор**

**Отдел дизайна Отдел СМИ Отдел наружной рекламы**

**Отдел BTL Отдел полиграфии Финансовый отдел (бух-а)**

**Функции работников:**

**Должностные обязанности менеджера по рекламе:**

* Организует работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о преимуществах качества и отличительных свойствах рекламируемых товаров или услуг.
* Осуществляет руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний.
* Разрабатывает планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определяет затраты на их проведение.
* Участвует в формировании рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности.
* Осуществляет выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления.
* Определяет конкретных носителей рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание.
* Изучает рынок сбыта и покупательский спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц, на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы по профессии, возрасту, покупательной способности, полу.
* Организует разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы.
* Осуществляет контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию продукции или услуг.
* Организует связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности.
* Анализирует мотивацию спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги, организует изучение потребностей покупателей и определяет направленность проведения рекламных кампаний.
* Поддерживает необходимые связи с другими структурными подразделениями предприятия, учреждения, организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий, привлекает к решению поставленных задач консультантов и экспертов, приглашает к участию в рекламе широко известных и популярных лиц, заключая с ними договоры на коммерческой основе.
* Осуществляет руководство подчиненными сотрудниками.

**Должностные обязанности бухгалтера:**

* Вести регистрацию входящих счетов;
* Осуществлять операции по приему и выписке счетов-фактур в
* строгом соответствии с установленными нормативными документами, правилами, вести журналы их регистрации.
* Ежемесячно по оформленным в соответствии с установленным
* порядком счетам-фактурам составлять книги покупок и книги продаж по налогу на добавленную стоимость, сверять их с бухгалтерским учетом.
* Готовить соответствующие документы по встречным проверкам
* налоговых органов.
* Вести оперативную работу с предприятиями по выверке расчетов.
* Выписывать счета по штрафам за несвоевременную оплату счетов за
* оказанные предприятиям услуги.
* Производить регистрацию всей исходящей и входящей в отдел
* документации.
* Осуществлять контроль за ведением делопроизводства в отделе
* согласно утвержденной номенклатуре дел.
* Вести общий справочник клиентуры предприятия.
* Осуществлять по мере надобности обязанности курьера по доставке документов отдела в различные ведомства и организации.

## Должностные обязанности дизайнера:

* Осуществляет своевременное и качественное выполнение художественно-оформительских работ по заказам подразделений предприятия (клиентов).
* Разрабатывает проекты художественного и технического оформления изданий исходя из информации, полученной от непосредственного руководителя или клиента (об адресной аудитории, о цели издания, о сроках выполнения, о требуемом качестве, пр.).
* Составляет эскизы и выполняет работы по художественному оформлению публикаций различного характера (в журналах, книгах, иных изданиях), проектов, отчетов, информационных и рекламных материалов; разрабатывает эскизы упаковки, товарных знаков, пр.
* Консультирует своего непосредственного руководителя (клиента) о принципах и вариантах решения поставленных дизайнерских задач.
* Согласовывает эскизы (проекты) с непосредственным руководителем (клиентом) и подготавливает окончательные макеты информационных изданий (пресс-релизов, объявлений, бюллетеней, ведомостей, прайс-листов, справочников, пр.), идентифицирующих материалов (визитных карточек, этикеток, упаковки, бланков, пр.), справочных изданий (адресных книг, учебных и иных пособий, пр.), художественно-публицистических изданий (книг, журналов, газет, пр.).
* Создает иллюстрации к текстам (рисунки, схемы, графики, диаграммы, пр.), разрабатывает новые шрифты, стили оформления, пр.
* Вносит исправления в проекты художественного и технического оформления по указанию художественного редактора.
* Осуществляет авторский надзор за реализацией художественно-оформительских решений персоналом предприятия (верстальщиками, художественными редакторами, пр.).

**Должностные обязанности генерального директора:**

* Осуществляет руководство в соответствии с действующим законодательством в пределах предоставленной компетенции всеми видами деятельности организации.
* Организует работу и взаимодействие производственных единиц и других структурных подразделений.
* Обеспечивает выполнение задач и целей деятельности организации и всех обязательств перед поставщиками, заказчиками и банками.
* Организует производственно-хозяйственную деятельность организации на основе обоснованного планирования ее материальных, финансовых и трудовых затрат с учетом складывающейся конъюнктуры на рынке товаров и услуг.
* Принимает меры по обеспечению организации квалифицированными кадрами. Способствует наилучшему использованию знаний и опыта работников, созданию безопасных и благоприятных условий для их труда, соблюдению требований законодательства по охране труда.
* Решает все вопросы в пределах предоставленных прав и поручает выполнение отдельных производственно-хозяйственных функций другим должностным лицам – своим заместителям, руководителям производственных единиц, а также функциональных и производственных подразделений организации.

## 7. Методы поиска клиентов

* Составление коммерческих предложений компаниям, исходя из их бизнес-потребностей
* Интернет ресурсы
* Базы данных
* Сайт компании
* Работа менеджеров по продажам

**8. Преимущества и недостатки «РеклаМедиа.МК»:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Преимущества** | **Недостатки** |
| Гибкие цены на услугиОгромный опыт работы в области рекламы. | Большая конкуренция |
| Широкий спектр оказываемых услуг | Текучесть кадров |
| Короткие сроки выполнения услуг |  |
| Персональный подход к клиентам |  |