**РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО**

**1. Что такое рекламное агентство?**

В юридическом смысле слова рекламное агентство не является агентством, то есть посредником.

Рекламные агентства выступают в роли комитентов по отношению к средствам массовой информации.

Рекламное агентство покупает время или печатную площадь у средств массовой информации на свой страх и риск, а вовсе не в качестве Вашего рекламного агента. Вы не вступаете ни в какие юридические отношения со средствами массовой информации. Вы имеете дело только с конкретным рекламным агентством.

Сущность коммерческой деятельности рекламного агентства в России заключается в том, что оно продает Вам время или печатную площадь для рекламы Вашего предприятия в средствах массовой информации по более высокой цене, нежели та цена, по которой рекламное агентство само приобрело права на эфирное время и печатную площадь средств массовой информации.

Иными словами, за 30 секунд телевизионной рекламы своего предприятия Вы платите рекламному агентству, например, 10 млн.руб. При этом те же самые 30 секунд телерекламы обходятся данному рекламному агентству в 8,5 млн.руб. То есть рекламное агентство выступает в роли оптового покупателя эфирного времени на телевидении (радио) или печатной площади в прессе, которые затем продаются отдельным фирмам или частным лицам.

Рекламное агентство предлагает своим клиентам не просто эфирное время или печатную площадь для размещения своей рекламы, но и различные виды платных и бесплатных услуг, связанных с подготовкой их рекламы. Об этом далее пойдет речь в данной брошюре.

**2. Услуги, предоставляемые рекламным агентством**

Одно рекламное агентство может весьма существенно отличаться от другого, поэтому довольно сложно говорить в целом о тех видах услуг, которые предлагают различные рекламные агентства.

Каждое рекламное агентство ориентировано на обслуживание своего круга клиентов, стремится к достижению своих коммерческих целей и предлагает своим клиентам соответствующие виды услуг.

В связи с этим в данной брошюре дается достаточно обобщенный образ рекламного агентства. Речь идет в первую очередь об основополагающих принципах его деятельности. Что же касается более частных вопросов, то в этом смысле различные рекламные агентства могут быть непохожи друг на друга.

Рекламное агентство выполняет следующие основные функции:

поиск клиентов;

создание первоначального варианта рекламной продукции, включая оформление и компьютерный (или машинописный) набор текста;

выбор канала распространения рекламы (средства массовой информации) и бронирование печатной площади для рекламы Вашего предприятия;

производство, размещение и контроль за выходом в свет рекламы Вашего предприятия; оформление необходимых бухгалтерских документов.

В дополнение к отмеченным выше основным функциям рекламное агентство может предложить своим клиентам следующие виды услуг:

проведение маркетингового исследования;

подготовка телевизионной рекламы;

проведение мероприятий, направленных на стимулирование сбыта;

подготовка и проведение рекламной кампании за рубежом;

налаживание связей с общественностью и создание хорошей деловой репутации Вашего предприятия;

подготовка и проведение различных мероприятий в сфере маркетинга.

В каких из перечисленных выше видов услуг Вы испытываете наибольшую потребность? Укажите необходимые Вам виды услуг, включая также те виды услуг, которые не были упомянуты выше.

Давайте рассмотрим основные функции рекламного агентства, а также их значение для Вашей предпринимательской деятельности.

**3. Поиск клиентов и работа с ними**

Как правило, первый контакт с клиентом устанавливает сотрудник рекламного агентства, ответственный за прием клиентов и работу с ними.

Задача этого сотрудника рекламного агентства заключается в том, чтобы выяснить существующие потребности и пожелания клиента и организовать выполнение его заказа силами сотрудников данного рекламного агентства. Этот сотрудник впоследствии представит Вам рекламный проект, подготовленный агентством, для ознакомления, внесения необходимых изменений и одобрения его окончательного варианта.

Первая встреча с сотрудником рекламного агентства, ответственным за прием клиентов и работу с ними, как правило, бывает бесплатной. Но если Bам потребуется более обстоятельная и продолжительная консультация, в этом случае может встать вопрос о необходимости ее оплаты.

После первой предварительной беседы у Вас может возникнуть потребность встретиться с другими сотрудниками рекламного агентства, занимающимися вопросами создания рекламной продукции и ее размещения в средствах массовой информации.

**4. Создание рекламной продукции**

Как правило, в рекламном агентстве есть специальное подразделение, которое занимается созданием визуальной концепции рекламы: ее содержания и формы.

Это подразделение рекламного агентства придумывает рекламный сюжет, готовит текст и необходимые иллюстрации.

После одобрения Вами первоначального варианта рекламного проекта или рекламной кампании в целом, подготовленной рекламным агентством, наступает черед завершающего художественного оформления Bашего рекламного проекта.

Если требуется компьютерный или машинописный набор сравнительно короткого рекламного текста, некоторые рекламные агентства делают это бесплатно. Разумеется, если речь идет, например, о подготовке реклам-ного буклета объемом 32 машинописные страницы, тогда, конечно, может встать вопрос об оплате.

Плата за художественное и компьютерное оформление Вашего рекламного объявления, как правило, начисляется на основе стоимости одного часа работы, умноженного на необходимое количество времени. Если Вы сами подготовите свое рекламное объявление, Вам все равно придется заплатить за этот вид работ рекламному агентству.

Первоначальный вариант рекламного объявления готовится с учетом специфики выбранного Вами канала распространения рекламы. Так, например, может потребоваться разное оформление рекламы Вашего предприятия в зависимости от того, каким способом Bы будете распространять свою рекламу: в прессе, по почте, с помощью наружной рекламы и т.д.

Даже если Вы собираетесь использовать для этих целей прессу, рекламное объявление для публикации в местной газете и рекламное объявление для публикации в специализированном журнале будут оформляться по-разному.

Следующий шаг — выбор подходящего канала распространения рекламы Вашего предприятия с помощью сотрудников рекламного агентства.

**5. Выбор канала распространения рекламы**

Сотрудники рекламного агентства должны помочь Вам:

выбрать оптимальный канал распространения рекламы (средство массовой информации);

забронировать эфирное время или печатную площадь для Вашего рекламного объявления.

Выбирая подходящий канал распространения рекламы, необходимо иметь представление о Ваших потенциальных клиентах, чем они руководствуются, совершая покупки, что влияет на то, когда и с какой периодичностью следует давать Ваши рекламные объявления и т.д.

От вышеперечисленных факторов, а также от имеющихся в Вашем распоряжении денежных средств будет зависеть размер или объем текста в Вашем рекламном объявлении. С этим также будет связана краткость публикаций Вашего рекламного объявления.

Сотрудники рекламного агентства могут составить план рекламной кампании Вашего предприятия с помощью определенного канала или каналов распространения рекламы. Если Вы одобрите этот план, сотрудники рекламного агентства проведут все необходимые переговоры с руководством соответствующих средств массовой информации и забронируют необходимое количество эфирного времени или печатной площади.

На самом деле для того, чтобы подготовить план проведения рекламной кампании, забронировать и оплатить необходимое количество эфирного времени или печатной площади, требуется затратить немало сил и свободного времени. Если Вы имеете дело с серьезным и надежным рекламным агентством, от Вас потребуется только оплата оказанных Вам услуг в заранее оговоренном объеме.

В принципе всю работу, связанную с подготовкой и проведением рекламной кампании, Вы сможете проделать самостоятельно, но даже, если Вы имеете определенные навыки в данной области и достаточное количество свободного времени, Вам не избежать почтовых и административных расходов.

**6. Производство, размещение и контроль над выходом в свет рекламы Вашего предприятия**

В рекламном агентстве, как правило, есть сотрудники, которые занимаются производством, размещением в средствах массовой информации и контролем за выходом в свет рекламы Вашего предприятия.

Речь идет о следующих моментах:

составление текста рекламного объявления;

компьютерный набор рекламного объявления;

его художественное оформление;

тиражирование;

подготовка фотогравюр.

Все эти виды услуг рекламное агентство предоставляет за определенную плату.

Если данное рекламное агентство занимается еще и изданием листовок, брошюр, рекламных проспектов и других рекламных печатных материалов, этим также будут заниматься те же самые сотрудники рекламного агентства. Естественно, Вам придется оплатить все расходы, связанные с подготовкой и изготовлением этих печатных материалов.

**7. Оформление необходимых бухгалтерских документов**

В рекламном агентстве, как и на любом другом предприятии, есть специальные сотрудники, которые занимаются оформлением различных бухгалтерских документов. Они готовят все необходимые для оплаты счета, включая оплату услуг использованного канала распространения рекламы Вашего предприятия. Те же сотрудники обязаны следить за тем, чтобы Ваше рекламное объявление появилось вовремя, в соответствующем виде и в запланированном средстве массовой информации.

Мы рассмотрели различные виды услуг (платных и бесплатных), которые обычно предоставляются своим клиентам рекламным агентством.

Как правило, услуги рекламного агентства стоят недешево. В принципе Вы можете самостоятельно выполнить многие виды работ, связанные с подготовкой и проведением рекламной кампании, и это обойдется намного дешевле. Вопрос лишь в одном: все ли будет сделано Вами достаточно профессионально?

Некоторые рекламные агентства берут плату за свои услуги не на основе определенных фиксированных расценок, а в зависимости от конкретной ситуации и объема работ, связанных с подготовкой Вашего рекламного объявления.

Вы можете не обращаться за помощью в рекламное агентство. Если Вы решите заниматься подготовкой и проведением своей рекламной кампании самостоятельно, Вам придется выполнить весь тот объем работ, о котором шла речь выше.

Укажите, какие виды работ, связанных с подготовкой Вашего рекламного объявления, Вы бы могли выполнить самостоятельно — конечно, если у Вас для этого достаточно свободного времени.

**8. Специалисты в области рекламы**

В мире рекламы происходят постоянные изменения. Развитие различных рекламных агентств может идти по пути специализации их деятельности, более узкого разделения труда, или, наоборот, предоставления комплекса услуг и т.д.

Так, например, различные рекламные агентства могут специализироваться на:

техническом и художественном оформлении рекламных проектов;

бронировании эфирного времени и печатной площади в различных средствах массовой информации;

подготовке к изданию и издании разнообразных рекламных печатных материалов.

Вам следует выяснить, какие именно виды услуг предлагают различные рекламные агентства и что именно Вам больше всего подходит.

Имеет смысл потратить время на поиск одного, наиболее подходящего Вам рекламного агентства, чем потом без конца обращаться за помощью то в одно, то в другое рекламное агентство.

Как один из вариантов — взять на работу специалиста в области рекламы. Он будет заниматься вопросами подготовки и проведения рекламной кампании Вашего предприятия.

Если необходимо, можно воспользоваться услугами сторонних организаций. Как правило, специалисты в области рекламы уже имеют определенный опыт работы по проведению рекламных кампаний и лучше знают, что, как и где нужно рекламировать. Естественно, они будут знать нюансы рекламы, например, деревообрабатывающих станков или станков для бритья.

Почему бы Вам не пригласить на работу — на постоянной или временной основе — специалистов в области рекламы? Если Вы испытываете потребность в такого рода специалистах, Вам помогут различные кадровые агентства. Кроме того, можно обратиться к друзьям или знакомым, не порекомендуют ли они Вам кого-нибудь.

Как вариант — обращение за советом в рекламный отдел местной газеты. Некоторые газеты иногда предлагают бесплатно подготовить рекламное объявление. Газеты обычно идут на этот шаг, если хотят сделать Вас своим постоянным клиентом. Такой возможностью можно воспользоваться в том случае, если Вы собираетесь рекламировать свое предприятие только в этой газете. А если Вы захотите дать точно такое же объявление в других газетах или использовать его для размещения на рекламном щите, у Вас могут возникнуть проблемы в связи с тем, что авторское право на это рекламное объявление будет принадлежать только этой газете. Ее редактор может не разрешить использование подготовленного газетой рекламного объявления в других средствах массовой информации.

К вопросу об авторских правах мы вернемся в брошюре под названием «Некоторые правовые аспекты деятельности Вашего предприятия».

Напишите названия и адреса тех фирм, которые могли бы оказать Вам консультационные услуги по вопросам рекламы.

**9. Выбор подходящего рекламного агентства**

Если, взвесив все «за» и «против», Вы все же решили воспользоваться услугами рекламного агентства, не стоит бежать в первое попавшееся. Принимая окончательное решение, следует учесть множество различных факторов:

местонахождение рекламного агентства;

тип агентства;

опыт работы в области рекламы;

количество и состав сотрудников;

качество работы.

Давайте рассмотрим влияние всех этих факторов.

Во-первых, местонахождение. Вряд ли Вы захотите ездить в другой конец города для того, чтобы обсудить ряд вопросов со своим консультантом в области рекламы. Так, например, Вы можете отправиться из Ясенево в Жулебино только в случае крайней необходимости.

Конечно, если Вы находитесь в небольшом населенном пункте, Вам все-таки придется ездить в более крупный населенный пункт (например, районный или областной центр), чтобы обсудить со специалистами все интересующие Вас вопросы.

Во-вторых, тип агентства. Существуют различные рекламные агентства: крупные и мелкие, комплексные и специализированные. Крупные рекламные агентства, как правило, работают с крупными заказчиками и с большой неохотой берутся за выполнение заказов предприятий малого бизнеса.

В то же время некоторые крупные рекламные агентства имеют филиалы, обслуживающие в первую очередь малые предприятия.

Может быть, Вас устроило бы в большей степени какое-нибудь небольшое рекламное агентство. Однако в этом случае следует убедиться в том, что данному рекламному агентству окажется по силам выполнение нескольких заказов одновременно.

Опыт работы в области рекламы — это очень важный фактор. Вы должны убедиться в том, что данное рекламное агентство имеет необ-ходимый опыт работы, связанный с рекламой аналогичных Вашим товаров или услуг. Для этого Вам нужно пообщаться с сотрудниками данного рекламного агентства и посмотреть образцы производимой ими рекламной продукции.

Очень важен личный фактор. Вы должны убедиться в том, что сотрудники агентства хорошо понимают, что от них требуется, вызывают Bаше доверие и желание вновь обратиться к ним. Деятельность в области рекламы предполагает сугубо индивидуальный подход.

Если Вы не находите общего языка с сотрудниками рекламного агентства, Ваша будущая рекламная кампания может оказаться неудачной.

И, наконец, качество работы. Вы должны отслеживать, что и как делают сотрудники рекламного агентства. Однако в данном случае от Вас потребуется известная деликатность и такт. Ни в коем случае нельзя перейти определенную грань во взаимоотношениях — между Вами и сотрудниками рекламного агентства должны установиться доверительные партнерские отношения.

Если Вас не устраивает ни одно рекламное агентство, лучше всего не вступать с ними ни в какие деловые отношения. Может быть, стоит попробовать подготовить и провести рекламную кампанию Вашего предприятия самостоятельно.

**10. Условия соглашения**

Вам необходимо обсудить с директором рекламного агентства определенные моменты Вашего соглашения:

необходимые виды услуг;

смета расходов на рекламу;

дополнительные виды услуг;

авторские права на рекламную продукцию;

график взаимодействия с сотрудниками агентства;

рамки консультационного обслуживания со стороны агентства;

срок действия соглашения с рекламным агентством;

условия расторжения соглашения с рекламным агентством.

Это далеко не все вопросы, которые Вы могли бы обсудить с руководством рекламного агентства.

Конечно, было бы неплохо, если бы текст Вашего соглашения с реклам-ным агентством просмотрел и одобрил профессиональный юрист. Но в принципе это необязательно.

**11. Подведем итоги**

В данной брошюре были рассмотрены различные способы, с помощью которых можно как следует подготовиться к проведению рекламной кампании и мероприятий, направленных на стимулирование сбыта.

Речь шла о возможном использовании:

рекламных агентств;

специалистов по отдельным вопросам рекламы;

рекламных консультантов.

Вероятно, Вы найдете немало фирм, которые изъявят готовность и желание помочь Вам в области рекламы. Главная проблема состоит в том, чтобы выбрать оптимальное рекламное агентство.

Вы должны отчетливо представлять себе, какого рода помощь в области рекламы Вам требуется. Вместе с тем, начиная поиски подходящего рекламного агентства или специалиста в области рекламы, нужно быть готовым к тому, что Ваши представления о рекламной деятельности могут несколько измениться в результате общения с профессиональными рекламными агентами.

Следует иметь в виду, что никто не запрещает Вам заниматься рекламой своего предприятия самостоятельно. Все зависит от того, умеете ли Вы это делать и достаточно ли у Вас свободного времени.