

Мысли клиента на главную тему

**Анастасия Комарова,
Директор
«Умного Рекламного Агентства»**



Каждый день мне на почту и в социальные сети приходят вопросы: «А как вы считаете, Господин Заказчик читает BTLmagazine?», «Вот мы с вами, коллеги, обсуждаем-обсуждаем, а что на самом деле думают по этому поводу наши клиенты?».

Вопрос действительно интересный. Я решила выяснить, что на самом деле думают о нас – рекламных агентствах – заказчики. На тему этого выпуска журнала «Качество как бонус», я пообщалась с Анной Ерохиной, руководителем группы торгового маркетинга BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE GMBH (ООО «БСХ Бытовая техника»).

Какими услугами BTL агентств Вы пользуетесь (организацией какого вида промоакций)?

Исходя из накопленного опыта работы на рынке бытовой техники, а также проведенного анализа с помощью внешних партнеров наиболее эффективными для достижения поддержания и увеличения sell-out в рознице, является комплекс следующих мероприятий: присутствие консультантов в рознице, демонстрация, дегустации, кросс промо. Применение тех или иных активностей, обусловлена присутствием бренда BOSCH в разных категориях малой бытовой техники.

Довольны ли Вы качеством предоставляемых Вам услуг?

Ежегодно мы проводим анализ рынка промо агентств, выбирая лучшее, так как

заинтересованы, что бы наши инвестиции были максимально эффективными. К сожалению, в процессе реализации того или иного проекта мы сталкиваемся с определенными сложностями, которые быстро решаются.

Каковы, на Ваш взгляд, основные «проблемные места» BTL агентств? На что агентствам стоит обращать больше внимания?

Непонимание бизнеса клиента, продукта, и рынка.

Как Вы проверяете работу своих подрядчиков: проводите проверки собственными силами или предпочитаете аудит силами других, конкурентных агентств?

Как собственными силами, так и силами третьих лиц.

Сталкивались ли Вы с ситуациями полного

непрофессионализма или некачественной работы агентства? Какие вы видите способы искоренить в профессиональном сообществе такие недобропорядочные кадры?

Такие ситуации крайне редки, но, к сожалению, они имеют место быть. Мы максимально быстро устраняем пробелы с помощью других партнерских агентств, а с недобросовестными и непрофессиональными подрядчиками прекращаем отношения.

Что для Вас наиболее значимо в сотрудничестве в BTL агентством?

Стоимость услуги, география покрытия, опыт работы с рынком бытовой техники. Это главные критерии.

Дайте рекомендации нашим читателям: каким агентством нужно быть, к чему нужно стремиться, чтобы заполучить в свои заказчики таких именитых клиентов как Bosch?

Понимание бизнеса клиента и хорошее предложение.



Умное Рекламное Агентство

Более 100 филиалов и партнерских агентств в более чем 75 городах РФ

**BTL, Event,
креатив,
реклама в сми,
полиграфия, post, pr
audio/video/photo - production**

**Наши контакты:
info@cleverra.ru
www.cleverra.ru
8-903-13-14-789**