

Рекламные посредники.  
Рекламные агентства и рекламные холдинги.

# Рекламные агентства

*Рекламные агентства* – организации,

- предоставляющие услуги по разработке стратегии и тактики рекламных кампаний,
- создающие рекламную продукцию и
- размещающие ее в средствах распространения рекламы, в частности на телевидении

# Классификация рекламных агентств

## □ По спектру предоставляемых услуг:

- Агентства полного цикла
- Креативные агентства
- Медийные агентства (медиапланирование+медиабаинг)
- BTL агентства

## □ По медиа:

- Агентства, работающие в сфере интернет
- Агентства, работающие в сфере прессы
- И т.д.

## □ По типу организации:

- Индивидуальные
- Сетевые

## □ По происхождению:

- Российские
- Международные

## Рекламные холдинги

- **Рекламно-коммуникационный холдинг** – группа компаний, специализирующихся на различных видах рекламных услуг
- Централизация и консолидация рекламного рынка
- Диверсификация рекламного сервиса – комплексное обслуживание клиентов
- Постоянные скупки и слияния
- Роль мировых сетей рекламных агентств

# Крупнейшие креативные рекламные агентства в России

- Инстинкт
- BBDO
- Saatchi & Saatchi
- Leo Burnett
- Grey
- Publicis
- Родная речь
- JWT
- Lowe Adventa
- Maxima
- NFQ

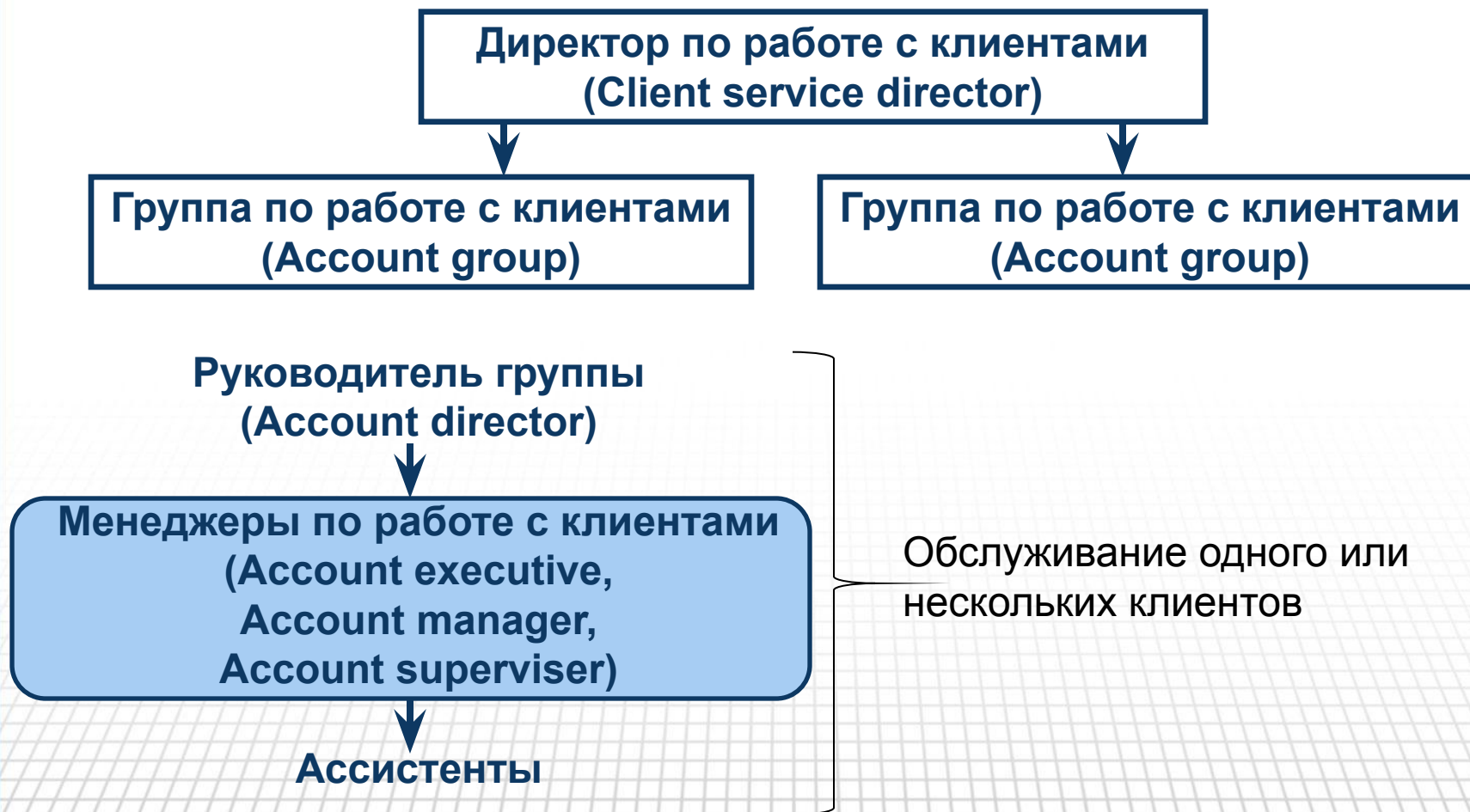
# Крупнейшие группы медийных рекламных агентств в России

1. Publicis / PGM
  - Starcom MediaVest
  - ZenithOptimedia
2. WPP / Group M
  - Maxus
  - MindShare
  - Media Edge: CIA
  - MediaCom
3. Omnicom / OMD
  - Optimum Media OMD
  - Media Direction OMD
4. ADV
  - Media Planning Group
  - Initiative Media
  - Universal Media
5. AEGIS Media/OKS

# Рекламное агентство полного цикла



## Схема отдела по работе с клиентами





# Схема креативного отдела



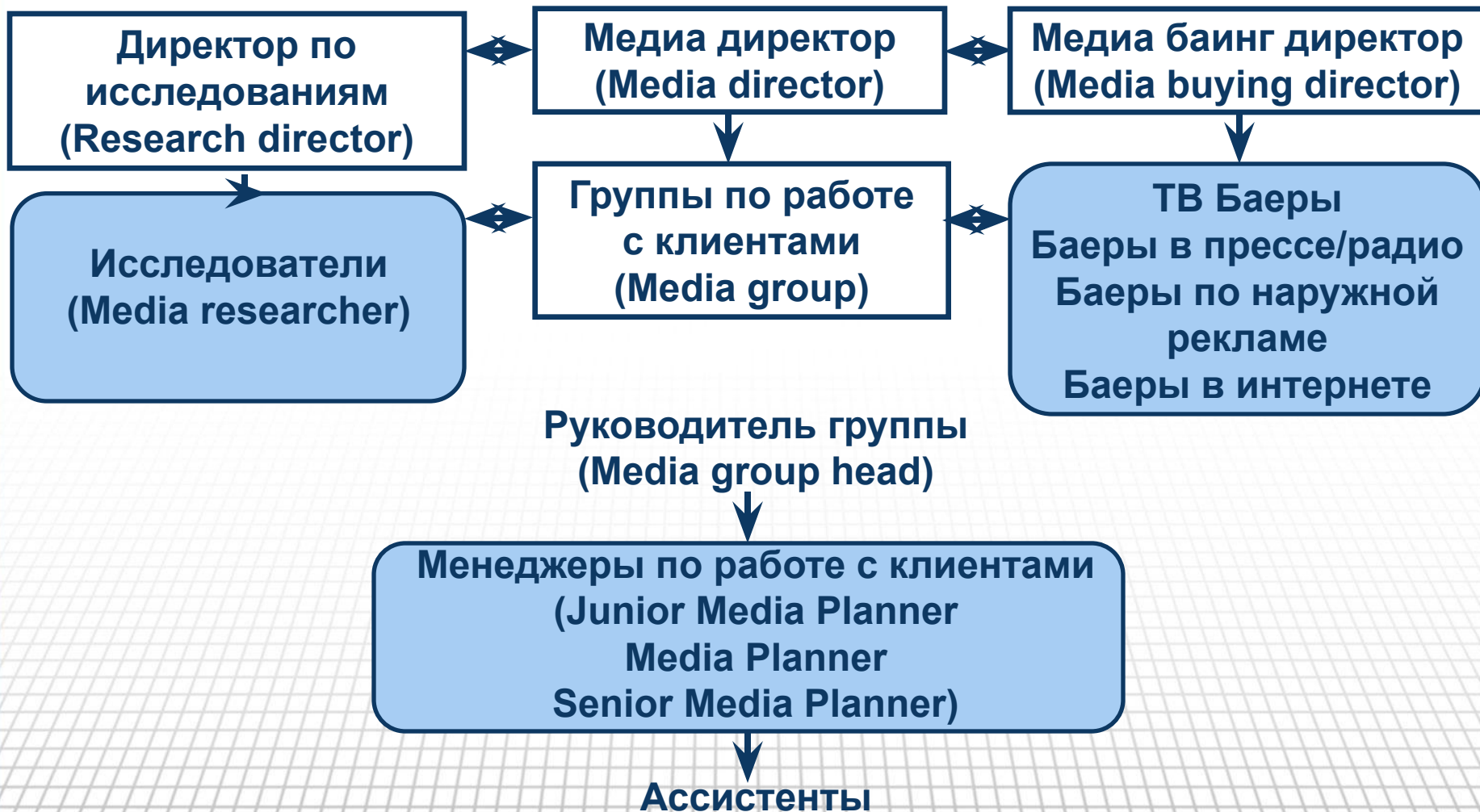
Рабочие пары:

Копирайтер + Арт директор

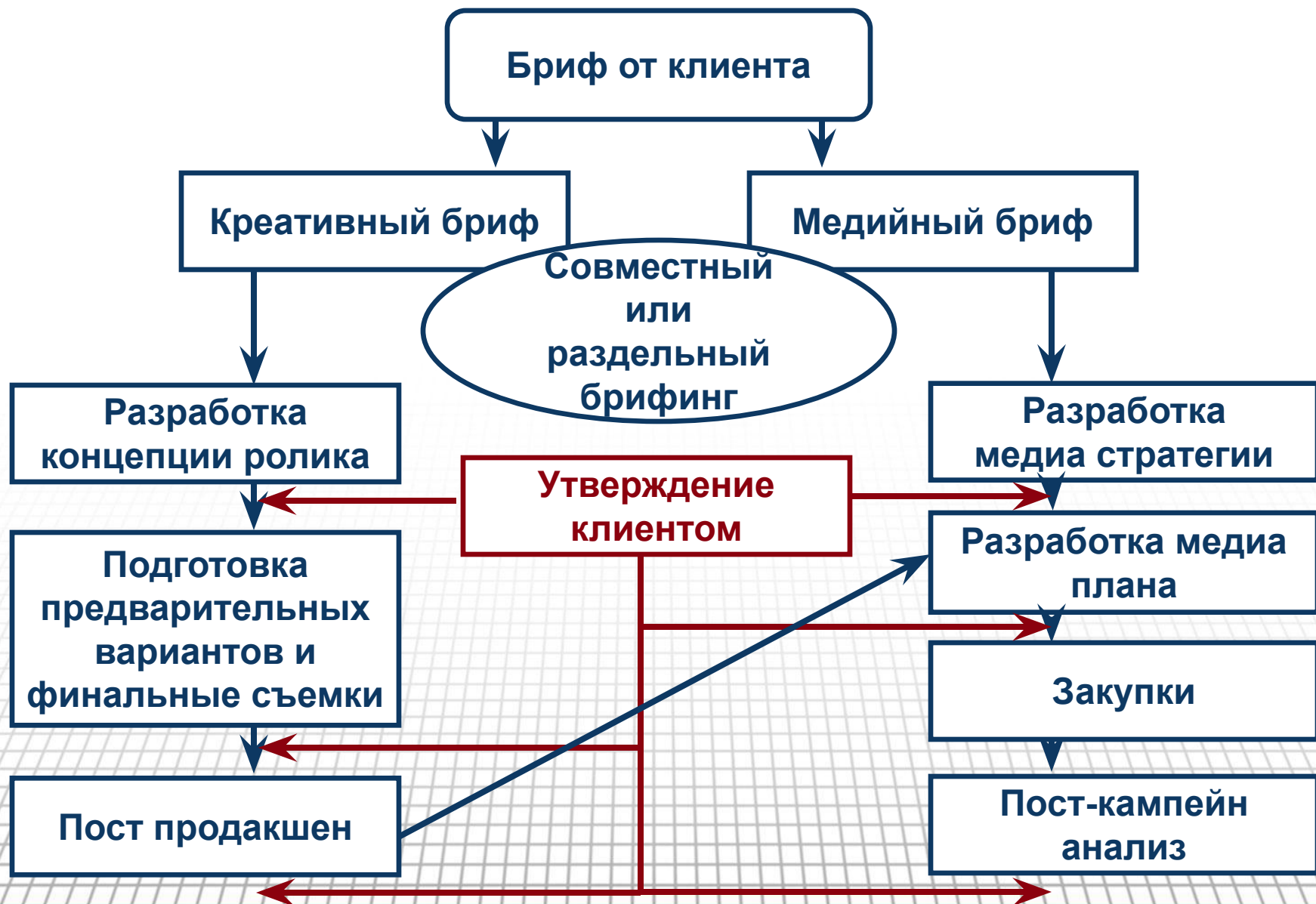


Дизайнеры, корректоры, операторы и т.д.

## Схема медийного отдела



# Схема работы рекламного агентства



# Разработка рекламной стратегии и тактики

- Определение цели рекламной деятельности
- Анализ ситуации на рынке
  - Динамика развития рынка
  - Количество конкурентов, их доли на рынках
  - Место рекламодателя среди конкурентов, его преимущества и слабые стороны
  - Анализ рекламных затрат игроков в категории
  - Анализ рекламных стратегий и креативных разработок конкурентов
- Анализ ресурсов рекламодателя
  - Качества продукта и его позиционирование
  - Развитие бренда и его характеристик
  - Материальные ресурсы (ролик)
  - Финансовые ресурсы (бюджет)
- Определение возможности достижения цели и разработка плана рекламной кампании для ее достижения

# Разработка рекламной продукции

- Разработка креативной идеи
  - Разработка сценария телевизионной рекламной продукции
  - Создание «аниматиков»
  - Тестирование рекламной продукции
  - Съёмки окончательного варианта
  - Пост продакшен
  - Подготовка к эфиру (наложение необходимых титров), нарезка хронометражей
- 
- Вариант: адаптация не русскоязычного ролика

## Размещение рекламы

- Переговоры с агентствами-селлерами / телеканалами
- Заключение договорных отношений с агентствами-селлерами / телеканалами
- Закупка рекламного инвентаря
- Анализ отчетности по прошедшей рекламной кампании
- Согласование штрафов/компенсаций

Вопросы?