Управление интегрированными digital-проектами

Илья Ванявкин, продюсер GRAPE

GRAPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

Москва, 2010
www.grape.ru

О чем мы будем говорить

Интегрированные проекты – сложные комплексные проекты с участием специализированных агентств, работающих напрямую с Заказчиком (Creative, Digital, BTL, Media, PR)

Мы обсудим:

- **особенности таких проектов**
- **лучшие практики и рекомендации по их использованию**

Особенности

Плюсы:

- Синергия различного опыта
- Каждый эксперт в своей области
- От идеи до реализации – одни и те же люди

Минусы:

- Каждое агентство тянет одеяло на себя
  - «сладкие» бюджеты
  - профессиональные конфликты (креатив)
- Качели (туда-сюда)

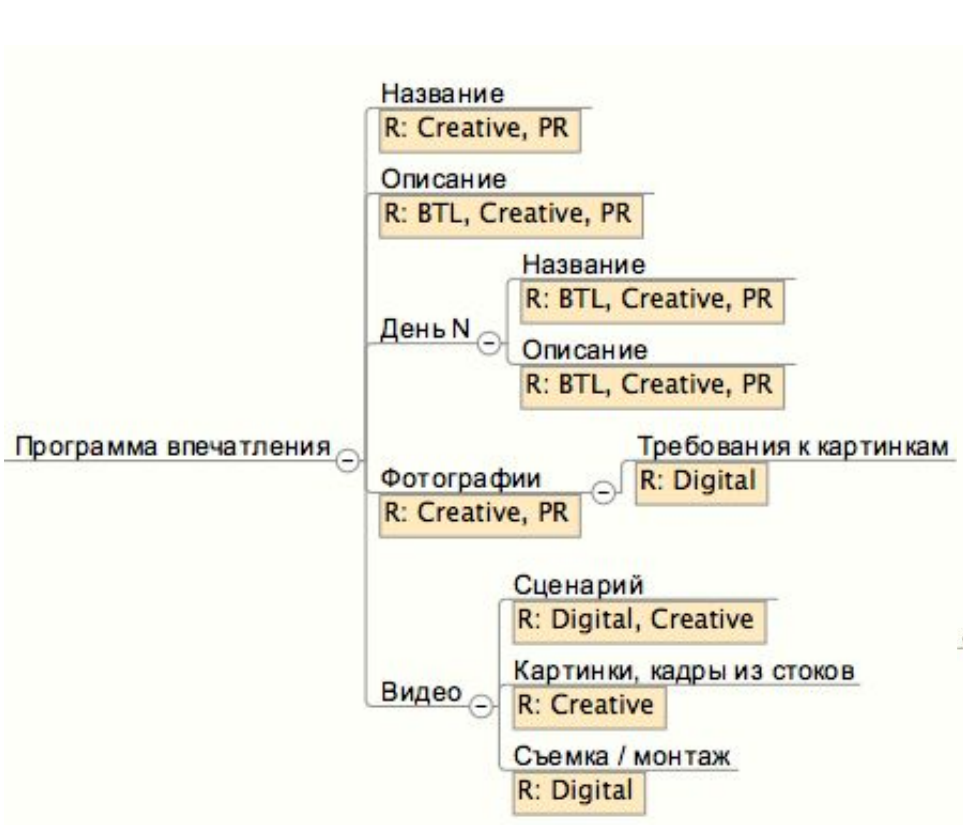
Матрица ответственности проекта

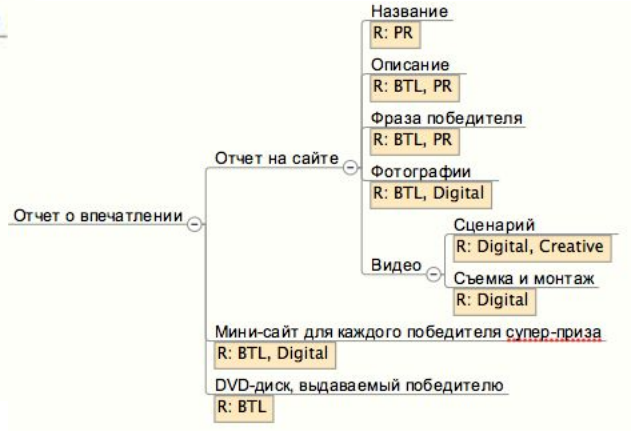
A -- Accountable
S -- Support
I -- Informed
C -- Consult
K -- OK (Approve)

			Customer's Seniors	Customer's Juniors	Process owner	Creative	BTL	Media	Digital	PR
Coordination	Strategy		A							
	Process				A					
	Execution			A						
Strategy	Communication Platform (owning & developing)		A+K	S	I	S	S	S	S	S
	Integration into GAME plan		K	A	I	S	S	S	S	S
	High level content	Creative platform	K	I	I	A	I	I	I	I
		Set of activations	K	S	I	C	A	I	I	C
		Media strategy	K	I	I	C	I	A	S	C
		PR strategy	K	I	I	C	C	I	S	A
	High level activations phasing		K	S	S	C	A	C	I	C
	Alignment of content from all agencies		A+K	S	I	S	S	I	S	S
Execution	Activation	Specific activations development	K	C	S	C	A	I	I	C
		Programs implementation & logistics	I	K	S	I	A	I	S	S
		PR content generation	C	K	S	C	S	I	I	A
	Advertising	ATL production	K	S	I	A	I	S	I	I
		Online, incl viral production	K	S	I	S	I	S	A	I
		Trade channel development	K	S	I	A	I	I	I	I
		ATL placement	K	S	I	I	I	A	I	I
		Online placement	K	S	I	I	I	A	A	I
		Channel execution	K	A	I	I	S	I	I	I
	WEB	Site development & technical maintenance	K	S	S	S	S	I	A	I
		Web content management & generation	I	S	I	C	C	I	A	K
		Content analysis & adjustment	C	K	I	C	C	C	A	C
		Web currency management	C	K	S	I	A	I	S	I
		Database technical maintenance	I	K	S	I	I	I	A	I
		Database CRM	K	S	S	C	A	I	S	C
	PR & virals	Offline PR incl online "mirrors" of paper editions	C	K	I	C	I	C	S	A
		Digital PR incl communities and viral advertisiting	C	K		S	S	S	A	S
		Offline viral & WOM	C	K		C	A		S	S
Process	Single integrated CPS		K	S	A	S	S	S	S	S
	Sub-project CPS		I	K	C	A	A	A	A	A

GRAPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

Детализируем ответственность





Со стороны клиента

1st junior brand-manager:

- Digital (excl. content)
- Creative, Media (KV/POSM, TV, OOH, Press, Internet)

2nd junior brand-manager:

- BTL (incl. trade activations, pre- and post-announcements)
- PR support
- Content

Process Owner – на чьей стороне?

Что он делает:

- Проводит регулярные общие status-meetings
- Ведет общий тайминг, фиксируя все изменения
- Контролирует сроки выполнения работ агентствами
- Выявляет риски и потенциальные проблемы

Что помогает Process Owner'у?

- Еженедельные отчеты от каждого агентства:
  - что сделано за отчетную неделю
  - что запланировано, но не сделано
  - что запланировано на следующую неделю
  - потенциальные риски и проблемы
  - формальные изменения параметров проекта
- Готовность агентств к конструктивному обсуждению возникающих проблем

А зачем нам столько сложностей?

- «Хочешь сделать хорошо – сделай это сам»
- Прямой диалог с разными агентствами дает в итоге:
  - ничего не теряется на пути «стратегия – идея – реализация»
  - более качественный результат с точки зрения потребителя
  - эффективно задействуем максимум каналов коммуникации
  - более качественная обратная связь для бренд-менеджеров «что работает, а что нет»
  - Больше подарков на Новый Год :)

Вопросы?

Илья Ванявкин, продюсер

i.vanyavkin@grape.ru

+7 (495) 789-45-27