

Давайте поговорим о невероятном?
О рекламе которая **не отнимает**
деньги, а приносит

Агентство по исследованиям и продвижению
«Группа 12»
Коммерческое предложение/**презентация**
2016г.

Почему **80% рекламы** малого
бизнеса его разоряет?

Часто вам кажется, что ваша реклама так плохо работает, потому что она **действительно** плохо работает!

Причины очень просты

В более чем 80% случаев вам только кажется что рекламой вы привлекаете новых клиентов. Чаще всего реклама **не даёт компании ничего!** Вдумайтесь – ничего!

Так в чем же дело? Почему сегодня в 80% случаев* компании за счет своей рекламы не могут привлечь новых клиентов?

* Примерно столько компаний нам сообщили, что откровенно недовольны своей рекламой. И это при том, что реклама **не имеет достоверных показателей эффективности**, вполне возможно, что эти компании увидев такие данные, вообще перестали бы рекламироваться!

Для этого давайте рассмотрим
рекламу в образах информационного
оружия, да и **оружия вообще ;)** ?

Первая составляющая часть вашей
рекламы – это вид
информационного оружия которым
вы пользуетесь

Из чего вы предпочитаете «стрелять» по своим клиентам?

«Систем залпового огня»?



«Артиллерии»?



«Минометов»?



«Пулеметов»?



«Автоматов»?



«Пистолетов»?



Или пользуетесь «ножами»?



Вторая составляющая вашей рекламы –
это ваши **информационные снаряды.**

Информация которую вы
предпочитаете заряжать в вашу
информационную пушку

Мы все знаем, что чем сильнее
оружие тем дороже оно стоит

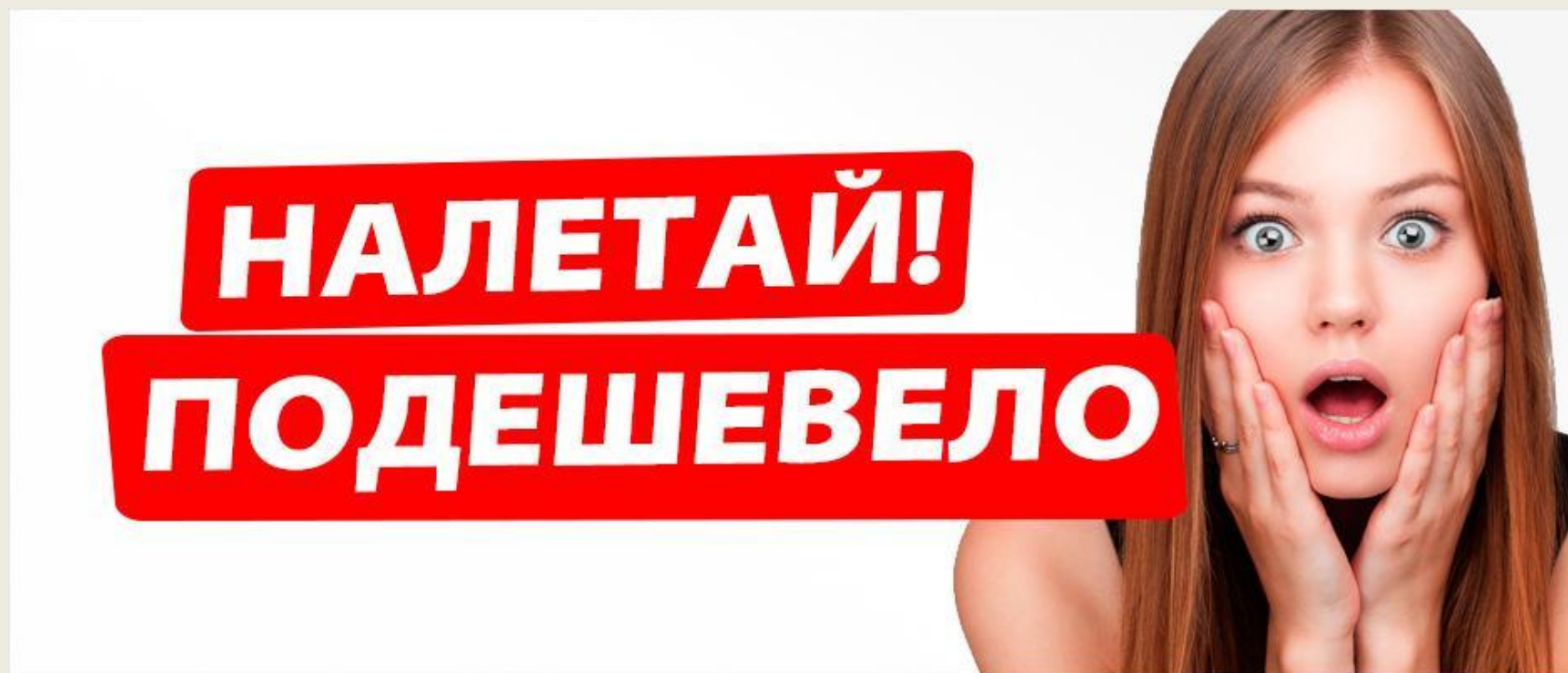


Также мы знаем, что чем дешевле снаряд,
тем меньше его эффективность*



* У него может быть малая убойная сила, он может быть бракованным, он может быть холостым или с отсыревшим порохом. **Поэтому вам и продали его дешево.** Он может быть Б/У или это может быть просто муляж.

В рекламе регулярно происходит очень странное дело:
мы заряжаем в арендованное нами ДОРОГОЕ
информационное оружие ни к чему **негодные снаряды!**



И каждый раз не понимаем почему оно не
выстреливает!

Всё просто! Вы стреляете ТЕМ ЖЕ САМЫМ уже кем-то ИСПОЛЬЗОВАННЫМ патроном которым до вас в **вашего клиента** «выстрелили» тысячи компаний!



КУПИ 2 ВЕЩИ

3-я вещь В ПОДАРОК!

ІВІПТХ

Который раз за последний месяц вы видите подобную «рекламу»?

The banner features a yellow background with a red vertical bar on the left containing the text 'ІВІПТХ'. The main text 'КУПИ 2 ВЕЩИ' is in large red letters. Below it, three red shopping bags with the 'DI sport' logo are shown, with the third bag highlighted by a white starburst effect. The text '3-я вещь В ПОДАРОК!' is written in red below the bags. A white callout box with a green border on the left contains the text 'Который раз за последний месяц вы видите подобную «рекламу»?'. The background has a subtle pattern of small white stars.

Поэтому в основном компании не зарабатывают с помощью рекламы, но только на неё тратят!

Наиболее частый результат с рекламой содержащей УТП



Наиболее частый результат стандартной витринной рекламы*



*Тысячи компаний не сумев с помощью рекламы привлечь новых клиентов в итоге разоряются

Объективный закон рекламы как информации который, как ни странно ;) действует и на вашу компанию

Результативность рекламного хода снижается от частоты его использования, эффект размазывается по всем кто его использует. Чем больше ваши предложения похожи на предложения других, тем меньше вашему потребителю заметно, что вы вообще делаете ему какое-то предложение. Поэтому вам **приходится повторять** его часто, снижая ещё больше его результативность. Замечали этот эффект?

Не вкладывайте в такую рекламу свои деньги, не думайте, что дорогостоящая реклама на ТВ в «прайм тайм» спасёт вас от разорения, если у вас нет хорошего предложения. И наоборот, если вы **внедрите своё особое предложение** пусть даже в маленькое количество голов, вы обогатитесь!

Признаки того, что ваш информационный «снаряд» не выстрелит и вы зря потратите свои деньги:

- Вы думаете что **рекламу сделать просто**
- Вы будете писать ее сами или вам сделает её ваш **знакомый занедорого** или бесплатно
- Вы будете **копировать** её у ваших конкурентов
- Вы **не понимаете** почему ваше предложение должно быть интересно клиенту
- Вы будете писать **про скидки**
- Вы не можете сказать **в чём отличие** вашего предложения от тысяч предложений ваших конкурентов

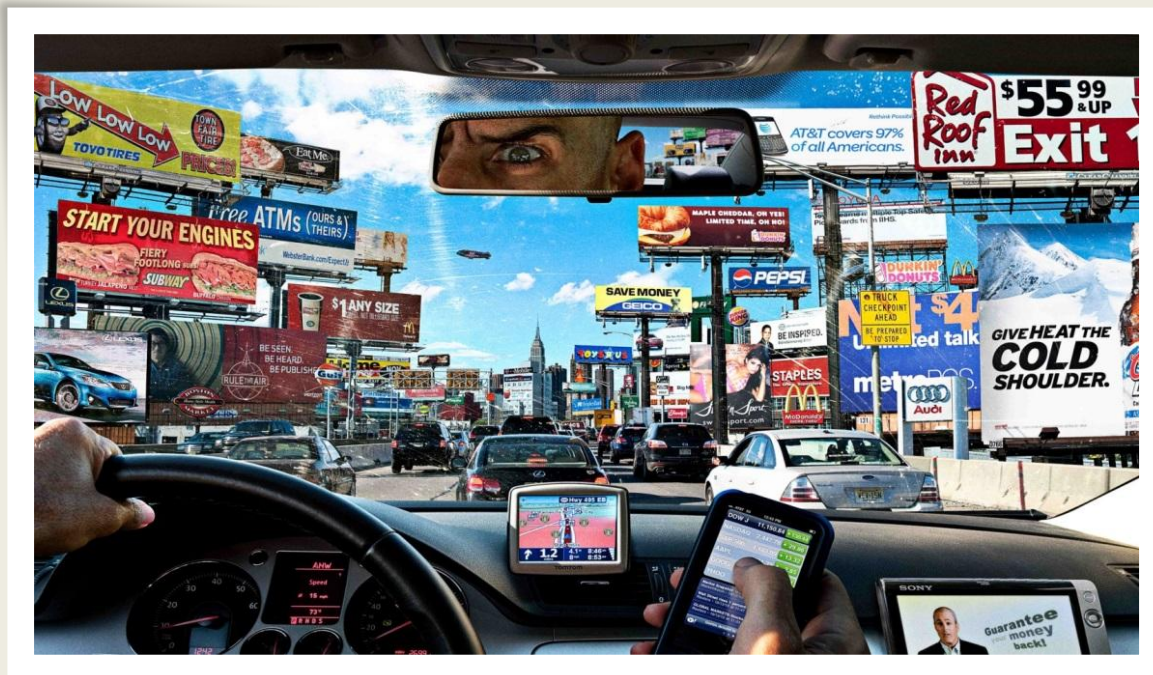
Как сделать качественную рекламу и чем она отличается от рекламы которая не выстрелит:

Качественная реклама - содержит Особое предложение

1. Стимул к созданию такой рекламы «обычная реклама не дает результат!»
2. Создание такой рекламы стоит отдельных денег или ресурсов
3. Проводятся спец. исследования и находятся особенности целевой аудитории
4. Создается Уникальная (это значит, что её больше ни у кого не будет) и привлекательная рекламная идея. Она внедряется в новое позиционирование
5. За внедрение и результат полностью отвечают те кто это сделал

Квази реклама - повсеместная стандартная витринная реклама

1. Стимул к созданию такой рекламы «пусть будет хоть какая-то реклама!»
2. Создание такой рекламы стоит дешево или не стоит ничего
3. Реклама пишется или самой компанией, или копируется у конкурентов, или пишется РА которое занимается производством рекламных носителей
4. Реклама не содержит идеи, ни на чём не основывается и не содержит ни одного отличия
5. Никто ни за что не отвечает



Вероятно, прямо сейчас вас очень взволновал один вопрос.

Как ваша реклама может отличаться от рекламы тысяч ваших конкурентов, если у вас **абсолютно идентичные** товары или услуги?!

Может!

А при такой огромной конкуренции
уже и должна!

Специализируясь на такой рекламе, мы знаем **разницу** и отвечаем за результат*!



* Внимание! Мы знаем, что разрабатываем рекламу которая работает! Поэтому каждому нашему клиенту мы даем гарантию. Для того чтобы реклама сработала в полную силу, требуется время. Если **через 3 месяца** наша реклама не приведет к увеличению ваших клиентов, мы возвращаем вам всю сумму. Это указано в нашем договоре. Поэтому в самом неблагоприятном случае, вы просто получите незабываемый опыт ;)

О какой рекламе мы постоянно
говорим?

Малому бизнесу который **хочет** расти

Пора различать рекламу

1. Существует **реклама для всех**. Она съедает бюджеты компаний и даёт очень скромные результаты

2. И существует реклама которую **используют успешные компании**

И дело конечно не в стоимости используемых рекламных носителей

Обе рекламы различается только **одним** фактором

В рекламе успешных компаний **обязательно** содержится...

Уникальное торговое предложение

Что такое УТП и как оно работает?

Компания «Tontine» (Австралия)

Производят подушки.

Цель: увеличить объем продаж на 30%.

Решение: На каждой подушке поместили срок годности в виде штампа. И запустили в общество идею о том, что подушки не вечны. Была организована грамотная рекламная компания. По телевидению перед сном показывали рекламу о том, что творится внутри старых подушек на микроуровне (клещи, паразиты). А с утра из телевизора доносилось следующее: «Доброе утро! Вам хорошо спалось? А вы не разбудили экосистему в своей подушке?» и далее шло обозначение проблемы и способы её решения.

Почему?

Люди десятилетиями используют свои подушки. А за это время там действительно поселяется целая экосистема из бактерий, которые питаются человеческой органикой. Люди получили от компании шокирующую информацию, оголившую насущную проблему. И одновременно способ её решения. Компания «Tontine» была единственной, кто ставил срок годности на свои подушки. И до сих пор Вы часто замечаете на подушках срок годности?

Результат: продажи возросли на 345%



А это уже одна из наших* работ



* Нами разработано более 20 рекламных проектов содержащих УТП

Компания «АМОРЕ PIZZA» (Россия, Красноярск)

Доставка пиццы.

Цель: Увеличить количество заказов, выделиться среди множества конкурентов, увеличить прибыль.

Решение: Пицца у всех традиционно ассоциируется с Италией.

Рекламная кампания выстраивалась на простом вопросе: «Зачем вы постоянно заказываете «итальянскую» пиццу? Почему бы вам не заказать пиццу, которую прямо сейчас готовят во Франции?! Закажите пиццу «Le Monde», которую так любят французы!

Рецепт пиццы был увезен нами из известного французского ресторана «Guy Savoy», мы его готовим с французским сыром и по настоящим французским традициям!

Или может, вы хотите поесть особую немецкую пиццу «Deutschland», которую вам подадут в Баварии? А может, вы хотите настоящую пиццу из Греции или Испании ту, которую предпочитают греки, глядя на закат на побережье? Только у нас вместо «итальянской» пиццы вам приготовят и привезут пиццу из 15 стран мира!!

Результат: количество заказов возросло в 6 РАЗ! Запустилось «сарафанное радио». Компания стала очень известной в городе и за 6 месяцев вошла в пятерку лидеров по доставке пиццы в городе.

Закажите **до конца рабочего дня**
разработку Уникального торгового
предложения для своей компании!

На выходе вы получите **готовую рекламу**, под выбранный вами **рекламный носитель**, эффективность которой **принципиально выше** стандартной витринной рекламы ваших **конкурентов**. И **гарантированное** увеличение потока клиентов **В кризисный год**

За что вы платите?

1. За разработку уникальной рекламной идеи которая привлечет тысячи человек и которая будет **только** вашей
2. За создание уникального позиционирования вашей компании на рынке которое будет **только** вашим
3. За подбор под всё это **оптимальных** рекламных носителей исходя из вашей **целевой** аудитории и вашего бюджета
4. За разработку **дизайна** рекламы под вашу целевую аудиторию и **внедрение** вашей новой рекламы

СКОЛЬКО вы платите?

Подходит для микро бизнеса

Вариант №1

Кому подходит:

Маленьким компаниям размером до 3-5 человек, которым необходим мощный и быстрый рывок

Отличие УТП:

Эффективно на короткой дистанции

Жизненный цикл составляет от 6 до 36 месяцев

Отсутствуют предварительные маркетинговые исследования

Стоимость разработки: 20 000 рублей

Время разработки: 7-10 дней

Время запуска: 7 дней

Дизайн рекламы под выбранный рекламный носитель – бесплатно

Подходит для **малого** бизнеса

Вариант №2

Кому подходит:

Компаниям численностью свыше 5-7 человек, с оборотом не менее 500 000 рублей в месяц

Отличие УТП:

Эффективно на длинных дистанциях

Жизненный цикл составляет от 5 лет

Полноценные предварительные маркетинговые исследования и анализ

Стоимость разработки: от 69 000 рублей

Время разработки: 30-45 дней

Время запуска: 7-30 дней

Дизайн рекламы под выбранный рекламный носитель – бесплатно

Ваше решение?

Подождать ещё и опять
оставить всё как есть

Наконец попробовать что-
нибудь изменить

«Сбыт может расти или падать по самым разным причинам. Однако знайте, что там, где ваша реклама запомнилась, число потребителей возрастает. И вовлекла их в потребление ваша реклама, и только реклама!»

Р. Ривз

Звоните нам если раньше ваша реклама по каким-либо причинам **не срабатывала** и с её помощью вы хотите увеличить доходы вашей компании.

Попробуйте рекламу в которой, как мы уже говорили, вы **ничего** не теряете.

Максим Сергеев

Ведущий специалист по исследованиям и продвижению малого бизнеса

сот. +7 913 097 2739

Агентство по исследованиям и продвижению «Группа 12»

E-mail: 12gorod@list.ru