

Мысли глобально
Действуй локально

Нужно больше клиентов?

ЦМК «Стратегия» предлагает услуги по организации рекламных кампаний любой степени сложности. В нашем рекламном агентстве вы сможете заказать полное рекламное обслуживание своей фирмы. В Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» работают профессионалы, которые подготовят для вас маркетинговое обоснование рекламной кампании, проведут необходимые исследования, создадут концепцию, изготовят и разместят все виды рекламных обращений к клиентам.

Не довольны уровнем прибыли?

Имея солидный опыт в собственном бизнесе, мы умеем смотреть на проблемы глазами клиентов. Мы понимаем, что в каждом деле в первую очередь важен результат, поэтому предлагаем комплексные решения, направленные на достижения максимального эффекта. Специалисты **Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия»** разработают стратегию позиционирования вашей компании, и проведут полное рекламное обслуживание, экономно используя ваш бюджет.

Солидный опыт сотрудников нашего рекламного агентства позволяет с уверенностью гарантировать вам наилучшие результаты проведенной кампании и максимальную отдачу.

Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» – **это осознанный выбор!**

Нужно больше клиентов? Недовольны уровнем прибыли?

Найти новых клиентов

■ Изготовим

- ▶ Рекламные кампании A1
- ▶ PR B1
- ▶ Брендинг C1
- ▶ Копирайтинг D1
- ▶ Дизайн E1
- ▶ Медиа F1

■ Разместим

- ▶ Масс Медиа G1
- ▶ Общественный транспорт H1
- ▶ BTL I1
- ▶ Event J1
- ▶ Мультимедиа K1
- ▶ Выставочные стенды L1
- ▶ POS материалы P1
- ▶ Директ маркетинг Q1
- ▶ Наружная реклама R1
- ▶ Спецпроекты S1
- ▶ Сувениры T1
- ▶ Полиграфия U1
- ▶ Промоформа V1
- ▶ Реклама в регионах W1

Удержать и увеличить прибыльность существующих

■ CRM системы X1

О компании

В Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» работают только профессионалы, посвятившие много лет своей жизни рекламному рынку. Мы отдаем предпочтение узким специалистам из каждой области, которые досконально знают тематику своего направления. Поэтому, сотрудничая с нашим агентством, вы можете ожидать самых подробных консультаций, понятного объяснения того, или иного выбора, чего бы дело ни касалось: дизайна, креативного подхода, материалов и т.д. Мы никогда не скажем вам: «Так будет лучше, потому что я лучше знаю». Вы вправе требовать ответа на любой возникший вопрос, и мы подробно объясним вам что к чему, и почему одно решение выгодней другого. А выбор все равно останется за вами.

Вы можете обращаться к нам за консультациями, или полностью отдать вашу фирму нам на рекламное сопровождение. Вы можете интересоваться каждым пунктом, а можете вообще не вспоминать о заказанной работе, пока она не будет выполнена. И качество при этом ничуть не поменяется!

Миссия

Миссия Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» - это «Комплексное решение вопроса позиционирования компании на ее рынке». Мы берем на себя не просто выполнение отдельных разрозненных заказов, а комплексно работаем на положительный имидж вашей компании.

Для того, что создать образ вашего бренда, донести информацию до ключевых клиентов, партнеров и сотрудников вашей компании, использовать только самые эффективные в вашем случае рекламные коммуникации, сохранить бюджет и оптимальным образом потратить каждый рубль, обращайтесь в Рекламное агенство полного цикла «Стратегия». Мы знаем, как сделать вас еще успешней!

Наши преимущества

Основное преимущество нашей компании – это взгляд на бизнес глазами клиента. Мы не станем навязывать вам то, что вам не нужно. Мы не будем напрасно тратить ваш бюджет, но и не станем экономить там, где это может негативно повлиять на результат.

В нашей базе десятки специалистов из разных областей рекламной индустрии. У каждого за плечами огромный опыт, и каждый мыслит в пользу своего клиента. Наши сотрудники любят свое дело и работают с удовольствием.

Среди наших партнеров – только проверенные, опытные профессионалы. Мы имеем доступ к крупнейшим производственным компаниям и имеем возможность изготавливать рекламную продукцию из самых современных и высокотехнологичных материалов.

Служба контроля качества

Основная идея нашей компании – это взгляд на бизнес глазами наших клиентов. Именно поэтому мы будем вам очень благодарны, если вы будете сообщать обо всех возникающих у вас проблемах в Службу контроля качества. Мы тщательно разберем каждый возникший вопрос и постараемся как можно оперативнее найти на него решение.

Кроме того, вы можете поделиться с нами вашими предложениями по улучшению существующих условий работы с клиентами, качества наших продуктов и услуг, предложить новые идеи развития.

Ни одно предложение мы не оставляем без внимания. А особо ценные идеи могут трансформироваться для вас в значительные бонусы при заказе наших услуг!

Спасибо за ваше внимание!

Рекламные кампании

Сейчас, когда потребители устали от навязчивой рекламы ненужных им товаров, задачей производителя является не просто попытаться донести до клиента нужную информацию, но сделать это в том месте, в то время и таким образом, чтобы клиент сумел ее воспринять. Чтобы получить экономический эффект от размещения рекламы, необходимо

произвести немало подсчетов, основываясь на маркетинговых данных. После этого составить грамотную стратегию и медиаплан, и только потом приступить к производству и размещению рекламы.

Специалисты нашего агентства помогут вам создать действительно работающую рекламную кампанию!

Маркетинговые исследования рынка и стратегии

Исследование рынка необходимо для тех, кто привык работать, основываясь не только на интуиции и собственном мнении, но и на профессиональных данных о своих покупателях. Очень часто не совсем правильная оценка целевой аудитории, емкости рынка, или уровня конкуренции впоследствии стоит бизнесменам слишком дорого.

Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» помогут вам провести исследование рынка: анкетирование, фокус-группы, глубинные интервью и другие виды исследований, проанализировать полученные данные и выработать верную стратегию.

Мы проводим следующие виды исследований рынка:

Количественные:

- Анкетирование (составление анкеты, тиражирование, проведение опроса, анализ результата, предоставление количественных данных). Анке-

тирование может быть проведено как в лабораторных (телефон, Интернет), так и полевых (улица, торговый центр и др.) условиях.

Качественные:

- Фокус группы;
- Глубинные интервью;
- Таинственный покупатель.

Специалисты нашего агентства помогут вам определить цели и задачи проводимого исследования рынка, выбрать наиболее эффективный вид, предоставят опытных интервьюеров и аналитиков. По результатам исследования будет разработана маркетинговая стратегия, согласно которой и сформируется концепция продвижения вашей

компании. Мы предоставим вам самые подробные планы развития вашего бизнеса, предупредим о возможных опасностях и угрозах, расскажем о том, на какие ключевые преимущества стоит опираться вашей компании. Исследование рынка и маркетинговое планирование – это не те вещи, на которые можно не обращать внимания. Не экономьте на составлении стратегии, иначе, возможно, в дальнейшем вам придется платить гораздо больше.

Медиапланирование

Как обеспечить необходимый охват целевой аудитории вашим рекламным сообщением? Как сделать так, чтобы его не просто увидели, но и запомнили? Что нужно для того, чтобы отклик на вашу рекламу был не меньше необходимого? Как сэкономить, но при этом достичь аналогичных результатов? Решить все эти вопросы поможет профессиональное медиапланирование.

Медиапланирование – это планирование размещения ваших рекламных сообщений на различных площадках и в СМИ. На первый взгляд может показаться, что все довольно просто, однако это совсем не так. Профессиональное медиапланирование может комбинировать в себе сразу множество рекламных средств, добываясь этим си-

нергетического эффекта. В эффективном медиаплане реклама должна быть разнесена по времени и средствам коммуникаций так, чтобы достичь максимального результата при минимальных затратах бюджетных средств.

Наши медиапланеры помогут вам:

- Определить цели и задачи рекламных коммуникаций;
- Просчитать наиболее эффективный рекламный бюджет при заданных вами ограничениях;
- Определить размеры и состав аудитории рекламных средств, выбрать наиболее подходящие;
- Составить план размещения рекламных сообщений по времени и средствам коммуникаций;
- Сделать прогноз на количество откликов на размещенные объявления.

Заказывая медиапланирование в Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия», вы можете быть уверенными в том, что наши специалисты найдут для вас самое выгодное и эффективное решение!

Public Relations



PR, или связи с общественностью – один из базовых элементов маркетинговых коммуникаций. Стратегии составления pr компаний помогают предприятиям создать на рынке положительный имидж и прийти к успеху. Сейчас только в Москве существует более сотни pr агентств, потому что клиенты понимают, насколько важна эта составляющая в их бизнесе.

Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» поможет вам создать эффективные pr кампании и построить выгодные коммуникации с клиентами, сотрудниками, партнерами, СМИ и даже госструктурами. Мы умеем выделять и выгодно преподнести по настоящему значимые события в деятельности вашей фирмы.

Мы организуем для вас пресс-мероприятия, проведем аудит вашей деятельности, представим ваши пресс-релизы по широкой базе СМИ. И главное, мы научим вас, как правильно общаться с вашими контактными аудиториями, для того, чтобы о вашей компании заговорили.

Понятие брендинга вошло в нашу профессиональную жизнь не так давно, но уже стало одним из основополагающих моментов в работе любого бизнес-предприятия. Брендинг – это одно из основных последствий глобальной конкуренции, роста количества предприятий и мировой экономики. В условиях конкурентного рынка только хорошего качества продукта становится недостаточно для того, чтобы надолго расположить к себе клиента. Сегодня обязательным атрибутом любого товара должен быть его бренд – та идея, которую он несет, тот посыл и образ жизни, который он отражает. Брендинг – это несомненно настоящее искусство, которое, однако, измеряется в конкретных цифрах: количестве лояльных клиентов, прибылях и убытках компании. Эффективный брендинг – это создание целого набора атрибутов, отражающих ценности целевой группы, поддержание и развитие этого образа в товаре.

Специалисты нашей компании помогут вам разработать и воплотить в жизнь концепцию вашего товара. Мы создадим ваш уникальный образ и выразим его в названии, фирменном стиле, логотипе, персонаже вашего бренда.

Нейминг, ЛОГОТИП

Нейминг и разработка логотипа – два ключевых атрибута работы над брендом товара. Восприятие торговой марки на слух и зрительно во многом может повлиять на принятие решение о покупке и на ее запоминаемость.

Нейминг – это разработка названия компании, ее товаров и услуг. Профессиональные технологии нейминга включа-

ют в себя работу со словообразованием, иностранными языками, семантический, морфологический анализ, анализ провозглашаемых ценностей и многое другое. После составления списка вариантов, имя будущего продукта проверяется на возможность патентной регистрации и тестируется на целевой аудитории. Таким образом, клиент может быть твердо уверен в том, что выбранное название отражает именно те ключевые ценности, которые ему хотелось бы донести до потенциальных покупателей.

Разработка логотипа – это создание графического товарного знака компании. Логотип во многом влияет на восприятие имиджа предприятия, создание его образа. Разработка логотипа призвана выделить товар среди конкурирующих марок, сделать его запоминающимся. В то же время, логотип не должен выделяться из фирменного стиля, и должен нести общую идею бренда. При разработке логотипа ориентируются как на визуальный образ изображения, так и на ассоциации с товарами, или услугами, выпускаемыми производителем.

Специалисты Центра Маркетинговых коммуникаций «Стратегия» предложат вам уникальное название, отражающее все ключевые особенности и основную идею фирмы, или товара, и создадут логотип, в полной мере согласующийся с фирменным стилем. Примеры наших работ вы можете посмотреть в разделе Портфолио.

Фирменный СТИЛЬ

Фирменный стиль – это информационно-визуальная система, помогающая компании подчеркнуть свою уникальность при помощи таких атрибутов, как логотип, шрифт, цветовая гамма, графические элементы и прочее. Фирменный стиль

используется для идентификации торговой марки компании. Фирменный стиль, разработанный профессионалами, способствует формированию доверия среди потребителей, повышает узнаваемость компании, создает ее неповторимый имидж.

Единый фирменный стиль должен использоваться не только на упаковке продукции компании. С ним должны быть согласованы элементы дизайна сайта, оформление документации как внешнего, так и внутреннего характера, этот же стиль должен применяться и в рекламе. Традиционно, в едином фирменном стиле должны оформляться:

- Корпоративные и личные визитные карточки сотрудников;
- Бланки для деловых писем;

- Конверты;
- Папки для документов;
- Рекламные буклеты и листовки;
- Форма промоутеров;
- Фирменный транспорт;
- Стенды, витрины;
- Сайт, презентации и др.

Правила использования элементов фирменного стиля, их совокупность, сочетание цветов, советы по размещению элементов дизайна прописываются в специальном руководстве и включаются в брендбук. В дальнейшем, при работе с любыми дизайнерами, вы сможете предоставить им данное руководство, которого они должны будут придерживаться, чтобы сохранить ваш фирменный стиль.

Дизайнеры нашего агентства разработают и предложат вам на выбор несколько вариантов фирменного стиля, согласно предоставленному техническому заданию. После утверждения основных параметров, мы предоставим вам брендбук с базовым, или расширенным набором элементов фирменного стиля.

БРЕНДИНГ

Нейминг, логотип
Фирменный стиль
Фирменный
персонаж
Ребрендинг
и рестайлинг



Фирменный персонаж

Фирменный персонаж представляет собой постоянный образ компании (ее «лицо»), и изображается в виде какого либо существа: человека, животного, или мифического сказочного героя. Вспоминаются Кролик Квики, Мойдодыр «Миф», Мистер Пропер, Крошки Сорти, динозаврик «Дино» и многие другие. Фирменный персонаж разрабатывается с целью создания у целевой аудитории устойчивой ассоциации с компанией, поэтому при его разработке необходимо учитывать те черты, которые фирма стремится вложить в свой образ.

Сегодня, когда на рынке уже существует достаточное количество узнаваемых фирменных персонажей, довольно сложно изобрести персонажа совершенно уникального. Но в то же время, это – одна из основных задач его создания. Образ, используемый в качестве «лица» компании, должен не только подходить ей по стилю,

но и быть абсолютно уникальным, не вызывающим ассоциаций ни с чем другим (если только фирма не стремится к этому намеренно, пытаясь получить прибыль на известности конкурирующей марки, как пример – зайчики «Энерджайзер» и «Дюрасел»).

Области применения фирменного персонажа весьма широки: он может использоваться как герой рекламных роликов на телевидении и в печати, применяться при полиграфии рекламных материалов, в некоторых случаях изображаться на упаковке продуктов и даже на самих продуктах. Игрушки, изображающие фирменный персонаж – замечательный элемент различных промоакций, особенно у детских товаров.

Дизайнеры нашей компании подходят к созданию фирменного персонажа с большой ответственностью. Мы внимательно слушаем ваши пожелания и концепции, предложим свои, создадим несколько вариантов фирменных персонажей, которые могут быть исполнены, как в 2D, так и в 3D формате. И обязательно подберем для вас то «лицо» фирмы, которое будет наилучшим образом отражать ваш стиль и понравится вашим клиентам!

Ребрендинг & Рестайлинг

В жизни любой компании и любого продукта рано или поздно наступает тот момент, когда его жизненный цикл подходит к концу, и начинается фаза спада. Одним из способов «реанимировать» товар, и направить его на новый виток жизненного цикла, является ребрендинг. Ребрендинг – это изменение основной концепции бренда, его идеи, при изменении стратегии. Это может быть смена целевой аудитории, придание новых ценностей товару для существующих клиентов и др. Проведение ребрендинга необходимо и тогда, когда вы уверены в том, что изначально при формировании концепции бренда была совершена ошибка.

Рестайлинг – один из элементов ребрендинга. Рестайлинг предполагает изменение фирменного стиля предприятия, его логотипа, персонажа. Цели рестайлинга могут соответствовать целям ребрендинга, а могут быть более поверхностного плана, не затрагивающими общую концепцию бренда. К примеру, придание логотипу современного вида.

Специалисты ЦМК «Стратегия» помогут вам определиться с целями проведения ребрендинга и рестайлинга, выявить прошлые ошибки (в том случае, если они были) и создать ключевые элементы нового стиля вашей компании.



СОРУрайтинг

В понятие «копирайтинг» входит написание различных рекламных текстов. От совсем коротких (слоган, девиз), до полноценных и развернутых произведений (тексты каталогов, описания товаров, пресс-релизы для печатных СМИ и т.д.). Очень часто представителям компаний кажется, что вопрос копирайтинга не является достаточно сложным, и заниматься копирайтингом могут даже непрофессионалы. К сожалению, в большинстве случаев, эта позиция себя не оправдывает. Просто красивый, литературно оформленный текст, и текст, работающий в заданном направлении – это совершенно разные вещи.

Основной задачей копирайтера, в отличие от обычного журналиста, или писателя, является создание продающего текста. При этом он не должен быть навязчивым, раздражать потребителя явной рекламной составляющей, и состоять из традиционных, привычных фраз.

Копирайтеры, так же как и специалисты прочих профилей, могут специализироваться на отдельном формате. Кому-то лучше всего удаются слоганы и девизы, они могут вложить в короткую фразу весь экономический посыл фирмы к рынку. Другие специализируются на пресс-релизах для прессы, досконально зная, как должен быть составлен текст, чтобы он заинтересовал представителей СМИ.

В нашем агентстве вы сможете найти специалистов по любому из указанных профилей. Копирайтеры, работающие с нами, имеют огромный опыт в области создания слоганов, написания рекламных текстов, пресс-релизов, сценариев и др.

Слоган, хэдли́н, девиз

Создать слоган не так просто, как кажется на первый взгляд. Короткая, емкая фраза должна содержать в себе глубокий посыл рынку. То же касается и хэдли́на, и девиза. Для того чтобы

создать слоган, хэдли́н, или девиз, необходима длительная работа. Для начала копирайтер обязательно должен попросить клиента предоставить техническое задание. Оно может быть составлено в произвольной форме, или согласно анкете, предоставленной копирайтером. В техническом задании указывается род деятельности компании, ее позиционирование, имидж на рынке, идея сообщения, которое должно быть отправлено потребителям. Затем копирайтер должен внимательно изучить слоганы конкурентов, чтобы в его решении не было ничего похожего. Слоган должен четко дифференцировать конкретную фирму от других.

Прежде чем делать заказ на копирайтинг, необходимо четко понимать, что же именно вам нужно, и в чем разница между девизом, слоганом и хэдли́ном.

Девиз – это короткая, легко запоминающаяся фраза рекламного характера, передающая рынку основное сообщение компании.

Слоган – аналогичная девизу рекламная фраза, передающая рынку основной посыл по конкретному продукту, или рекламной кампании фирмы.

Хэдли́н – короткая, емкая фраза, используемая для конкретной рекламы (к примеру, заголовок рекламной статьи, постера).

Очевидно, что исходя из этого, к разным материалам должны применяться разные требования. Если с хэдли́ном, и даже слоганом позволительны креативные эксперименты, то над девизом компании нужно серьезно подумать, ведь он принимается на долгий срок и может оказать серьезное влияние на развитие вашего бизнеса.

Рекламный текст

Писать тексты непросто. Писать рекламные тексты непросто вдвойне. Причем, с каждым днем эта сложность только увеличивается.

В сегодняшнем сверхнасыщенном информа-

ционном пространстве, где практически каждый хочет что-то вам продать, многие рекламные сообщения воспринимаются потребителями с недовольством и недоверием. Поэтому все те агрессивные фразы, которые отлично работали одно или два десятилетия назад, сегодня напротив стали отталкивать потенциальных клиентов. Уже давно посылы типа: «Только у нас», «Самый лучший», «Позвоните нам именно сейчас» если и продолжают работать, то далеко не на все сто. А некоторые из них даже ограничиваются законодательно, и их использование может привести вас к неприятностям.

Работающий рекламный текст сегодня в первую очередь должен быть интересен потребителю. В нем необходимо соблюдать баланс полезной информации и рекламного сообщения. Читатель ни в коем случае не должен почувствовать навязчивости и давления. В то же время рекламный текст призван стимулировать клиента к совершению покупки, или принятию какого-либо решения, которое может быть как краткосрочным, так и направленным на длительную перспективу.

Копирайтеры нашей компании имеют солидный опыт в написании рекламных текстов всех жанров. Мы можем помочь вам в написании текстов для рекламных буклетов, каталогов, наружной рекламы. В нашем агентстве есть специалисты по написанию сценариев, текстов для рекламных кампаний в Интернете и др. Выяснив ваши стратегические задачи, мы постараемся создать для вас уникальный, эффективный рекламный текст, благодаря которому ваши цели будут достигнуты в кратчайшие сроки.

Пресс релиз

Для многих бизнес сфер, связи с общественностью являются наиболее действенным методом маркетинговых коммуникаций. Один из инструментов которого – рассылка пресс-релизов. Многие полагают, что пресс-релиз можно писать в свободной форме, и поручают

это задание штатным менеджерам. Однако далеко не каждый штатный сотрудник, пусть даже это бренд менеджер компании, способен создать действительно работающий пресс-релиз, способный заинтересовать представителей прессы.

Основная сложность при создании пресс-релиза заключена в том, что этот документ необходимо готовить одновременно для двух аудиторий. Для ваших конечных потребителей (или другой группы, которой адресовано послание), и для сотрудников печатных СМИ, которые и будут решать: интересно, или не интересно ваше сообщение их аудитории, стоит, или не стоит его публиковать. И если ваше сообщение покажется им недостаточно ярким, четким, или своевременным – в публикации вероятнее всего откажут.

При написании пресс-релизов существует блок основных правил, и много профессиональных хитростей, которыми обладает каждый копирайтер. Среди базовых правил можно отметить следующие:

– Пресс-релиз размером не должен превышать одной страницы.

– В нем четко должна прослеживаться фабула: «Что? Когда? Где? С какой целью?»

– Пресс-релиз чаще всего пишется официальным языком. Т.к. фактически это «письмо журналистам». Издание потом самостоятельно подкорректирует его стиль для публикации.

– Пресс-релиз должен иметь привлекательный, яркий заголовок.

– В конце пресс-релиза необходимо указывать область деятельности компании, информацию о продукте и контактные данные.

Копирайтеры **Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия»** помогут вам создать профессиональный пресс-релиз, который наилучшим образом отразит ваши ключевые идеи для аудитории и заинтересует представителей СМИ.

ДИЗАЙН

Что такое рекламный графический дизайн? Это и наука и искусство одновременно. Сочетание креативных подходов, знания секретов маркетинга, профессиональных дизайнерских приемов, позволяет нам создавать настоящие шедевры рекламного графического дизайна.

Мы можем предложить вам:

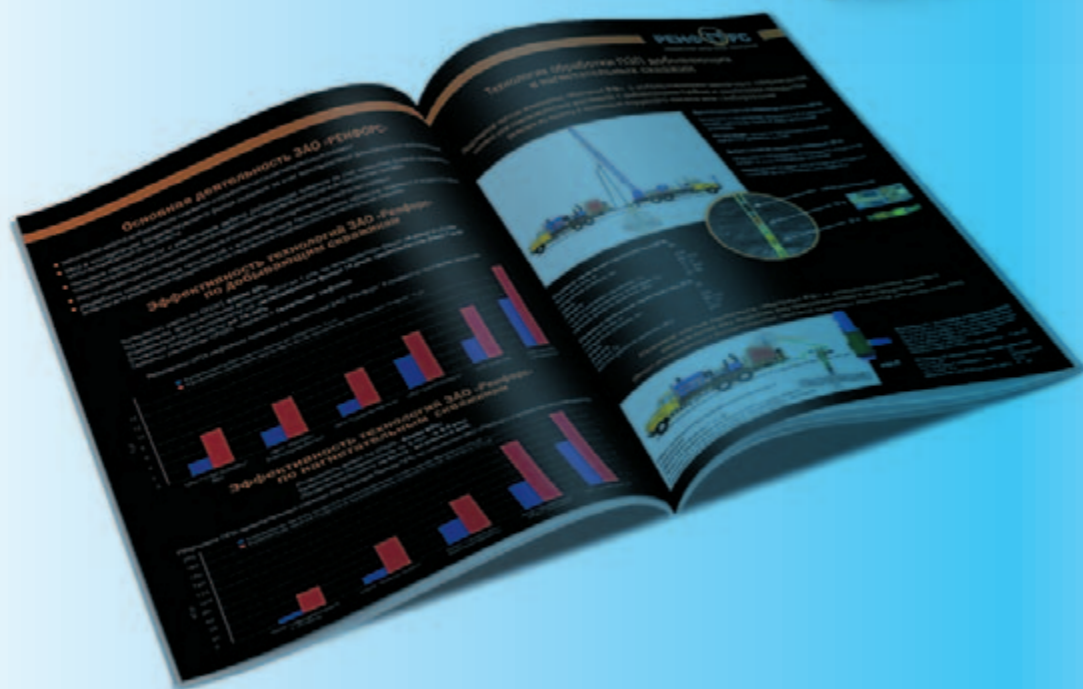
- Графический дизайн наружной рекламы для всех видов носителей;
- Графический дизайн ros-материалов;
- Графический дизайн полиграфии (листовки, буклеты, каталоги и др.)
- Графический дизайн многостраничных изданий (годовые отчеты, презентации, корпоративные журналы);
- Графический дизайн упаковки для вашей продукции;
- Web-дизайн (от крупных порталов до промо-сайтов).

В задачи рекламного дизайна входит не

только создание красивой картинки, но и передача основного посыла фирмы, работа на узнаваемость бренда. И специалисты нашего агентства отлично с ними справляются.

Полиграфический дизайн

К дизайну полиграфии можно отнести дизайн таких коммуникационных средств, как листовки, каталоги, буклеты и т.д. Чем же дизайн полиграфии отличается от прочих видов дизайна? Ответ очень прост: он должен стимулировать потребителя на покупку. Как этого добиться знают только специалисты,



которые помимо теоретических знаний основ дизайна полиграфии, обладают еще и значительным опытом в этой сфере.

Все предметы, которые мы приобретаем, мы приобретаем не просто так. Они должны нам помочь достичь чего-либо. Стать красивей, сильнее, умней, повысить уровень своего престижа в обществе, понравиться кому-либо, быстро ездить, вкусно кушать, наслаждаться красотой и многое, многое другое. Основной секрет

эффективного дизайна полиграфии – это умение показать потребителю то, что если он купит данный предмет – то добьется желаемого эффекта.

Подобный посыл крайне важен для дизайнера каталогов, фирменных буклетов, прочих рекламных предложений. Ведь образами часто можно добиться большего эффекта, чем словом. Словам можно не доверять, а образы невольно проникают в подсознание. Особенно это касается компаний, предпочитающих удаленную торговлю по каталогам. Неправильно созданный образ, и клиент предпочтет конкурентное предложение.

Дизайнеры нашего агентства имеют огромный опыт работы с дизайном полиграфии. Зная ваше предложение рынку, они сумеют превратить его в язык образов так, чтобы аудитория целевых клиентов была уверена в том, что при приобретении вашего товара ее мечты осуществляются.

ВЕБ ДИЗАЙН, РАЗРАБОТКА САЙТОВ

При разработке веб дизайна для сайтов необходимо учитывать множество различных моментов. Во-первых, веб сайт – это онлайн-витрина компании, ее презентационный инструмент. Поэтому он не может быть сделан недостаточно аккуратно. Веб дизайн обязан учитывать фирменный стиль компании, и органично вписываться в него. Веб дизайн точно так же призван работать на имидж бренда, поэтому уважающей себя компании иметь сайт любительского уровня просто непозволительно.

Веб дизайн обязан учитывать маркетинговые задачи сайта. Подобные задачи у каждого сайта могут быть различными. Если это сайт-визитка, веб дизайн должен доносить до потребителя основной посыл фирмы, ее ключевую идею. При создании дизайна для сайта-витрины, он должен учитывать особенности каждого продукта и быть разнообразным при соблюдении

единого стиля. Промо-сайт – широкое поле для креативной мысли дизайнера. Имея возможность не отвлекаться на познавательные тексты, дизайнеры создают из промо-сайтов настоящее произведение искусства. Одними из наиболее сложных с дизайнерской точки зрения являются Интернет-магазины, т.к. при их создании необходимо не только использовать элементы корпоративного стиля, но и учитывать особенности онлайн-мерчендайзинга. Ведь размещение товаров на странице сайта подобно размещению товаров на полках магазина. В онлайн-существуют свои принципы и правила эффективной выкладки.

Дизайнеры нашего агентства выполнят для вас любые варианты веб дизайна, с учетом всех маркетинговых составляющих и как можно ближе к пожеланиям клиента.



Предпечатная подготовка рекламных материалов

Допустим, ваше фото сделано, рекламный материал отснят, тексты написаны. Однако все это еще не значит, что рекламное сообщение готово к тиражированию. Для начала необходимо произвести предпечатную подготовку, которая позволит получить наилучшее качество вашей печатной продукции.

Что же входит в процесс предпечатной подготовки? Во-первых, это создание дизайн-макета. В процессе работы дизайнеры должны подобрать и привести в соответствие шрифты, цветовую гамму, графические элементы. Еще один этап - обработка графики, осуществляемая при необходимости. Здесь может быть проведена ретушь фотографий, цветокоррекция, правка некоторых частей. Очень важным при предпечатной подготовке является изменение разме-

ра макета (например, для широкоформатной печати).

В результате предпечатной подготовки заказчик получает набор файлов, содержащий все необходимые элементы: макеты верстки, примеры шрифтов, обработанные графические элементы, цветовые настройки и т.д. В итоге, имея данные файлы, клиент может в дальнейшем заказать печать своего рекламного материала в любом месте, по своему желанию.

В **Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия»** вы можете заказать предпечатную подготовку рекламных материалов для любого вида носителя. Наши специалисты оценят необходимость внесения изменений и осуществят все коррективы для достижения наивысшего качества печатного материала.



Медиа

Производство рекламы – это очень ответственный момент. К сожалению, даже очень креативную и уникальную идею можно испортить некачественным исполнением. Производством рекламы должны заниматься только профессионалы. Сценаристы, операторы, фотографы, актеры, модели, режиссеры. У производства рекламы: съемок видеороликов, звукозаписи, фотосъемки, есть несколько последовательных этапов. Сначала, согласно сценарию, осуществляется сама съемка, или запись, а затем – ее обработка. И толь-

ко после этого рекламный материал приобретает законченный вид. Этап постпродакшена не менее важен чем сами съемки. Именно тогда в отснятый материал добавляются спецэффекты, компьютерная графика, видео сводится со звуком.

ЦМК Стратегия готов вам предложить производство рекламы от создания сценария, до постпродакшена. Обратите внимание на раздел Масс-медиа, где описаны условия размещения вашей рекламной продукции.

ВИДЕОпроизводство

К видеопроизводству относится изготовление корпоративных видеофильмов, учебных материалов, видеопрезентаций, клипов и, разумеется, производство рекламных видеороликов. Каждое из этих направлений отличается своими особенностями. Но несмотря на то, что именно мы снимаем: ролик для телевидения, или фильм о праздновании юбилея вашей фирмы, ко всему мы относимся крайне ответ-

ственно, придавая материалу на выходе

телевизионное качество. Наша компания берет на себя все этапы видеопроизводства:

- Мы выслушаем ваши пожелания и предоставим вам концепции и сценарии будущего ролика, или фильма;

- Мы произведем кастинги актеров и моделей и предложим вам варианты на любой бюджет: от начинающих исполнителей, до звезд театра и кино;

- Мы осуществим съемку в любых условиях: от павильона с шикарными декорациями, до самой экзотической природы;

- Мы сделаем видеомонтаж и постпродакшен любой степени сложности: захватывающие спецэффекты, компьютерную графику, которые сделают ваш ролик сверхсовременным.

Кроме того, возможно создание видеороликов или фильмов с эффектами анимации/мультипликации, и даже полностью анимированных/мультипликационных

фильмов. Наши художники предложат вам персонажей с любым характером, выполненных в актуальном стиле.

В Центре Маркетинговых Коммуникаций с вниманием отнесутся ко всем вашим пожеланиям, при этом учитывая маркетинговые цели производимого продукта. У нас вы получите необходимые консультации и профессиональное решение поставленных задач.



ФОТОСЪЕМКА

Фотосъемка – процесс творческий. Однако при этом мы не забываем о том, что рекламная фотосъемка призвана решать конкретные экономические задачи. Именно поэтому в нашей фотосъемке креатива ровно столько, сколько необходимо для максимально эффективного решения по увеличению прибыли нашего клиента.

Мы предлагаем вам рекламную фотосъемку различных типов: съемки актеров и моделей, портретные съемки, съемки товаров и упаковки, макросъемки. Среди возможностей нашего агентства – широкий выбор актеров и моделей, различного реквизита и декораций. Для каждой конкретной ситуации мы придумаем и предложим вам самые разнообразные концепции

исполнение фотосъемки.

Разработка концепции – первый шаг к созданию эффективной рекламной фотосъемки. В соответствии с вашими конкретными задачами мы создадим концепции, направленные на повышение узнаваемости товара, увеличение количества продаж, соз-



дание уникального имиджа вашей компании и т.д. Второй шаг – это непосредственно фотосъемка, которую проведут наши специалисты с использованием самой современной профессиональной техники. И последний этап – это обработка фотографий для их дальнейшего использования в рекламе.

В рекламной фотосъемке чаще всего основной целью является максимально привлекательное представление продукта. Наши специалисты имеют солидный опыт в выполнении данных задач. В руках фотографов нашего агентства ваш товар заиграет новыми красками, привлекая к вам новых покупателей и делая старых более лояльными к вашей фирме.



ЗВУКОЗАПИСЬ

В профессиональной звукозаписывающей студии наши специалисты создадут для вас любые материалы: от рекламного радиоролика, до записи вашего корпоративного гимна! В нашем агентстве вы получите полный спектр услуг по звукозаписи:

- Разработку концепции и сценария;
- Разработку музыкальной концепции;
- Привлечение авторов и композиторов;
- Кастинг исполнителей;
- Сведение и мастеринг.

Кроме рекламных роликов для трансляции по радио, вы можете заказать в нашей компании производство джинглов, озвучку презентаций, ролики для торговых центров, озвучку автоответчиков и многое другое. При создании аудиороликов нами используются только лицензионные, или авторские материалы, что исключает проблемы с авторскими правами.

Солидный опыт наших сотрудников и партнеров в области производства аудиороликов позволит вашей компании выделиться на рынке и привлечь клиентов яркой, запоминающейся рекламой.



МАСС МЕДИА



После того, как ваше рекламное сообщение создано, протестировано на целевой группе и одобрено, наступает момент его размещения. Телевидение, радио, пресса, Интернет, размещение рекламы в любых из этих медиа требует солидного организаторского опыта. Размещение рекламы – это задача, для решения которой необходимо умение работать быстро и четко. Конкуренция тоже не стоит на месте, поэтому в любой момент самые выгодные рекламные

площадки могут быть выкуплены именно ими.

После создания медиаплана, в котором прописаны все условия для достижения максимальной эффективности рекламной кампании при заданном бюджете, специалисты по размещению рекламы приступают непосредственно к работе. Они подготавливают договора и выкупают рекламные площади на подходящих носителях в указанные сроки. Стоит ли говорить о том, что реальность часто может отклоняться

от прописанного в плане? Площадки внезапно оказываются заняты, а цены – на порядок выше указанных. Поэтому менеджерам по размещению рекламы приходится в оперативном режиме вносить правки в медиаплан.

Работники нашего агентства обладают всеми необходимыми навыками для эффективного размещения рекламы и всегда получают отличный результат!



ТВ

Размещение рекламы на телевидении можно отнести к наиболее сложным специализациям медиабайера. Существует несколько способов закупки рекламного времени на телеканалах, основными из которых являются:

- Фиксированное размещение;
- Плавающее размещение;
- Размещение по рейтингам.

Наиболее популярным способом на российском телевидении (особенно в регионах) является фиксированное размещение, когда рекламодатель просто покупает у канала определенное количество времени для показа своего ролика. Это способ, несомненно, хорош своей прозрачностью, однако рекламодатель при этом берет на себя все риски по выбору эффективного для его целевой аудитории времени показа.

Плавающее размещение основывается на принципе «остаточного времени», т.е. время показов закупается в оперативном режиме, и берется то, которое осталось на данный момент. Размещаться подобным образом можно только через рекламные агентства, имеющие удаленную связь с базой телевизионного канала. Несомненным плюсом такого способа является существенно более низкая стоимость эфиров.

Размещение по рейтингам – наиболее современный, научно обоснованный способ размещения рекламы на телевидении. В его основе лежат социологические данные, полученные путем исследований аудитории и ее поведения. При использовании данного способа, предметом торговли телеканала является не время, а аудитория. И рекламодатель покупает именно те показы, которые заведомо будет просматривать его целевая группа. Плюсом данного метода является большая научная обоснованность, а недостатком – возможность ошибки при неправильном измерении рейтингов и т.д.

Изучив ваши потребности, сотрудники Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» предложат вам наиболее эффективный способ размещения рекламных роликов на телевидении, для оптимального расходования бюджета и привлечения новых клиентов!

FM/AM

Реклама на радио может являться как полностью самостоятельным элементом рекламной кампании, так и элементом, размещаемым в комплексе с другими медиа-ресурсами, к примеру, телевидением. Одним из основных плюсов радиорекламы является то, что радио многие люди слушают на порядок чаще, чем смотрят телевизор, или читают прессу. В современном мобильном мире радио сопровождает нас в дороге, дома, на отдыхе. Таким образом, у вашей рекламы увеличивается возможность быть услышанной.

Обычно, у радиостанций присутствует четкое позиционирование на определенную аудиторию. Это означает, что вы можете без особых исследований выбрать именно те волны, которые предпочитают слушать ваши целевые клиенты. Это может быть активная молодежь, офисные служащие, женская аудитория, бизнес аудитория, или люди среднего возраста и пенсионеры. Разместив вашу рекламную радиокампанию на выбранной радиостанции, вы напрямую обратитесь к своим потенциальным покупателям.

Менеджеры Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» подберут наиболее подходящие радиостанции для рекламы вашего продукта, с учетом ограничений бюджета. Радиореклама – это наиболее эффективный инструмент при небольших затратах.



Пресса

Согласно многим статистическим исследованиям, на сегодняшний день реклама в прессе по эффективности и уровню затрат стоит на втором месте после телевидения. У рекламы в прессе масса преимуществ:

Относительно невысокие затраты при охвате большой аудитории;

Возможность эффективного таргетинга; Вероятность охвата большей аудитории, чем тираж газеты, или журнала, т.к. прессу свойственно передавать из рук в руки;

Возможность использования современных графических приемов и средств для выделения вашего продукта.

Вы можете разместить в прессе модульное, или строчное объявление. Строчное объявление – это простой текст, в котором можно описать ваши продукты и преимущества. Такая реклама в основном служит информационным целям. Хороша она и при скромном бюджете рекламодателя.

Размещая модульное объявление, вы можете использовать любую графику: фото, рисунки, коллажи. Модульные рекламные объявления часто используются

для имиджевой рекламы, особенно, если они размещаются в журналах глянцевого формата. Размер модуля может быть разным – от полного разворота, до 1/8 или 1/16 полосы. В зависимости от ваших задач и размера рекламного бюджета можно выбрать наиболее подходящий вариант. Работая с рекламой в прессе, можно более точно рассчитать уровень воздействия вашей рекламы, т.к. здесь реже возникают ошибки в оценке количества и качества аудитории, как, например, при оценке телерейтингов.

Реклама в прессе – один из наиболее эффективных видов рекламы, с которым специалисты нашего агентства работают с большим удовольствием, обладая солидным профессиональным опытом.



И Н Т Е Р Н Е Т

Интернет является одной из самых молодых рекламных площадок в мире, завоевавшей немалую популярность. На сегодняшний день, Интернет среда многими воспринимается как некий «параллельный мир», где люди работают, общаются, знакомятся, проводят досуг. Немудрено, что ценность подобной площадки действительно велика. Интернет-реклама - это особое направление, которое развивается во многом по аналогии с оффлайновым миром, и в то же время обладает своими уникальными параметрами.

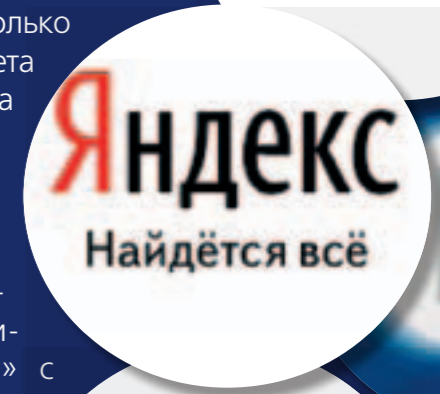
Во-первых, если аудитории прочих рекламных средств можно только прогнозировать путем исследований, то данные об аудитории Интернет ресурсов собираются в настоящее время и являются абсолютно реальными. Используя Интернет рекламу, вы платите не за прогнозы, а за реальных посетителей из вашей целевой аудитории.

Во-вторых, у Интернет рекламы есть удивительная способность охвата заинтересованных потребителей. Используя информационные технологии, она умеет подстраиваться под конкретного человека, и «показывается» ему, только убедившись в его заинтересованности.

Среди основных методов Интернет рекламы существуют:

- Контекстная реклама (в результатах поисковой выдачи, на сайтах партнерах);
- Баннерная реклама (баннеры на страницах сайтов, «выплывающие» баннеры).

Вот два основных средства Интернет рекламы. Так же как и в прессе, вы можете использовать в Интернете либо текстовые, либо графические объявления. Но здесь выбор зависит не столько от вашего бюджета (по стоимости оба варианта примерно одинаковы), сколько от ваших целей. Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» с удовольствием подскажут вам, какой вариант Интернет рекламы выбрать, и подсчитают планируемую отдачу от нее при наличии любого рекламного бюджета.





ОБЩЕСТВЕННЫЙ ТРАНСПОРТ

Относительно новым видом рекламы, популярность которого стабильно растет, является реклама на транспорте. Развитию этой сферы во многом способствует постоянный рост населения всех городов, развитие и расширение транспортной

системы, появление новых видов пассажирского транспорта. А также увеличение количества времени, которое современные люди проводят в дорогах. Реклама в метрополитене, на поездах и наземном транспорте, использование ави-

алиний для рекламы своего продукта – все эти площадки помогают современным рекламодателям охватить максимальное количество целевых клиентов, путешествующих по своему городу и по всему миру.



Метро

Сложно поспорить, что московское метро на сегодняшний день - один из наиболее загруженных видов общественного транспорта. Пассажиропоток московской подземки постоянно возрастает. Соответственно возрастает и аудитория потенциальных клиентов для рекламодателей. В среднем, жители и гости столицы проводят в метро до трех часов в день. За это время они сталкиваются с десятками рекламоносителей,

и изучают информацию на них довольно пристально – ведь чем еще себя занять в дороге, в отсутствие книги или плеера.

Среди основных видов рекламных площадок в метро можно отметить:

- Реклама в вестибюлях и переходах метро (настенные, напольные, дверные стикеры, щиты, перетяжки и др);
- Реклама на эскалаторах (щиты вдоль эскалаторов, стикеры);

- Звуковая реклама в метро (у эскалаторов);
- Реклама на стенах станций;
- Реклама в вагонах метро.

При этом, любой из вышеперечисленных носителей может быть использован как для проведения имиджевых кампаний, так и для информирования клиентов о новых продуктах, или услугах.

Наземный транспорт

Благодаря тому, что рекламу на наземном транспорте видит гораздо большее количество людей, чем обычную наружную рекламу, ее по праву можно назвать одной из наиболее эффективных.

Из-за того, что транспорт постоянно перемещается по городу, рекламу, нанесенную на автобусы, троллейбусы и трамваи, видит сразу несколько аудиторий: пассажиры наземного транспорта, пешеходы и водители, проезжающие мимо. В связи с этим, необходимо учитывать, что реклама на наземном транспорте (в отличии, к примеру, от рекламы в метро) может быть нацелена

на и на целевую аудиторию с высоким доходом, к которой могут быть отнесены те самые водители. К тому же, таргетировать аудиторию рекламы на наземном транспорте можно и по его маршрутам, выбирая более, или менее престижные районы.

Значимым положительным качеством наружной транзитной рекламы является и соотношение качества с ценой. По весьма доступным ценам, вы можете получить очень солидный охват.

Реклама на наземном транспорте может быть разных типов: наружная и внутренняя. Наружная наносится непосредственно на корпус автобусов, троллей-

бусов, или трамваев. Существует несколько видов ее нанесения: прямоугольник по корпусу, более широкое нанесение, возможно даже с захватом окон, нанесение в виде «обертки», когда транспортное средство как бы «заворачивается» в объявление целиком.

Реклама в салонах наземного транспорта аналогична рекламе в метрополитене. Она в основном нацелена на аудиторию среднего класса. В Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» вам помогут выбрать необходимый вид рекламы на транспорте, соответствующий вашим целям и бюджету.

Железная дорога



По количеству пассажиров, пригородные поезда московского региона можно сравнить со столичным метрополитеном. Похожими же социальными характеристиками обладают и их пассажиры. Однако тут есть и свои особенности. Среди пассажиров пригородных поездов чаще всего можно заметить дачников – их время с весны до поздней осени, и жителей ближайшего Подмосковья, работающих в столице. Согласно этим данным, используя рекламу в пригородных поездах, можно сделать очень четкое обращение к своей це-

левой аудитории. Прекрасный эффект дает реклама садово-огородных принадлежностей, дачной мебели и прочей атрибутики загородной жизни. Эффективна и реклама товаров средней ценовой категории, но позиционирующихся как элемент некоторого престижа. Жители окрестностей с удовольствием приобретают товары, «пользующиеся популярностью у москвичей». Реклама в поездах дальнего следования также довольно эффективна. Несмотря на то, что пассажиропоток, а следовательно, и охват аудитории, там го-

раздо меньший, зато длительность контакта не имеет аналогов. Ваша реклама в любом случае будет попадаться на глаза всем пассажирам на протяжении всех дней поездки, поэтому не забудьте вашу торговую марку и будет довольно сложно.

Организовать рекламную кампанию в поездах дальнего и ближнего следования, высчитать маршруты вашей целевой аудитории и наиболее эффективные варианты вам помогут менеджеры **ЦМК «Стратегия»**.

Авиация



Авиареклама – это один из нетривиальных и весьма интересных видов транспортной рекламы. Среди рекламных носителей на борту самолета можно отметить:

- Стикеры на панелях, подголовниках, багажных полках и т.д.;
- Нанесение логотипа на пледы, очки и другую атрибутику в самолете;
- Размещение информации на билетах, конвертах для билетов, посадочных талонов и т.д.;
- Размещение рекламы в журналах для пассажиров;

Распространение каталогов, периодических изданий, буклетов вашей компании на борту судна. Реклама в самолетах подходит для продвижения товаров и услуг класса luxury, т.к. клиентами авиалиний обычно бывают довольно состоятельные люди. Длительность контакта с рекламой в полете также довольно велика, особенно если рекламный материал располагается на подголовниках, или панелях. Все это в комплексе делает авиарекламу замечательным способом продвижения элитных товаров.

Если ваша компания предлагает на рынок продукты для состоятельных людей, предлагает элитные услуги и нуждается в продвижении своего имени – специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» помогут вам в проведении эффективной рекламной кампании.



Аббревиатурой BTL, или *below the line*, принято называть все те виды маркетинговых коммуникаций, не подходящие под определение непосредственно рекламы. Согласно известной легенде, когда-то, планируя свой рекламный бюджет, компания Procter&Gamble подсчитала все то, на что затрачивались основные средства (телевидение, радио, наружная реклама), и, подведя черту, подписала внизу цифру, которая от этого бюджета осталась. Именно эти средства пошли на промоушн – то, что осталось под чертой, то есть – *below the line*.

Основными составляющими BTL являются промоакции. Мероприятия BTL и, собственно, промоакции могут быть направлены на различные целевые аудитории. В основном это собственные партнеры (сотрудники, торговые посредники), и клиенты компании.

При стимулировании методами BTL и промоакциями собственного, или партнерского торгового персонала, традиционно используются следующие виды промоакций:

- Конкурсы среди торговых агентов, с вручением денежных, или других призов;
- Дилерские премии за разовую покупку определенного количества товара;
- Бонусы и зачеты и др.

При использовании методов BTL и промоакций для стимулирования клиентов, используются:

- Лотереи и конкурсы;
- Подарки;
- Ценовое стимулирование;
- Дегустации, семплинг и многое другое.

Наше агентство оказывает услуги по всем видам BTL, осуществляет промоакции, направленные на любую аудиторию.

Принимать участие в выставке для любой компании означает решиться на довольно серьезный шаг. Организация выставки предполагает огромное количество труда, необходимость принятия множества решений, использование организаторских талантов многих сотрудников и большое количество потраченного времени. Для того чтобы ваше время в итоге оказалось потраченным не зря, необходимо обращаться к настоящим специалистам.

Профессионалы Рекламного Агентства полного цикла «Стратегия» помогут вам:

- Создать дизайн стенда и рабочего места;
- Сделать визуализацию;
- Подготовить копирайт раздаточных материалов;
- Создать дизайн, верстку и осуществить печать;
- Создать дизайн и изготовить сувенирную продукцию;
- Подготовить презентацию;
- Выбрать и изготовить подходящий выставочный стенд;

- Заказать и выкупить выставочное место;
- Транспортировать и смонтировать оборудование;
- Осуществить кастинг промоутеров и выполнить множество других мелких и крупных задач, необходимых для успешного участия в выставке.

Но главное – это то, что мы поможем вам создать рабочую концепцию вашей выставки, с тем, чтобы после ее проведения вы подсчитывали прибыль от новых клиентов и удачно заключенных партнерских сделок.



АКВАРИУМЫ

и всё для них

ул. Сальвадора
Альенде, д. 7

Съезд с моста
направо на ул. Зорге

8 (499) 740 63 05
www.aqualogo.ru

АКВА ЛОГО



Семплинг, или раздача образцов – это один из наиболее любимых российскими потребителями видов промоакций. Редко когда увидишь на улице, или в торговом центре промоутера, вокруг которого не стояла бы группа желающих попробовать бесплатный образец продукции. Молодые люди с радостью знакомятся с новыми журналами, домохозяйки берут на пробу новое моющее средство, а девушки, купив гляцевый журнал, первым делом тщательно выбирают оттуда пробники косметики.

Такая народная любовь не случайна. Помимо возможностей ознакомиться с новым продуктом и испробовать его качество, у потребителей сразу повышается и лояльность к данной марке. Ведь в отличие от других видов рекламы, которая только стимулирует к покупке, здесь товар дают бесплатно. Значит, не хотят обмануть.

Эффективность семплинга высока. Но как же сделать так, чтобы не были также высоки и затраты на него? Ведь помимо услуг промоутеров, раздающих образцы продукции, необходимо учесть затраты и на сами образцы этой продукции, которые могут стоить недешево.

В Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» вам предложат разработку специальных мини-упаковок для промоакций, используя которые, вы сможете сэкономить на раздаваемом товаре. Это могут быть уменьшенные варианты стандартных пачек, пузырьков, коробочек, и любой другой тары, с соблюдением всех нюансов фирменного стиля и имиджа вашего бренда.

Мы организуем раздачу образцов вашего товара на улицах, у метро, в супермаркетах, или вкладку его в журналы и прочую соответствующую продукцию.

ДЕГУСТАЦИИ РАЗДАЧА ЛИ СТОВОК МЕРЧЕНДАЙЗИНГ



Дегустации

Дегустации являются аналогом семплинга, только используются для пищевых продуктов, и тех, которые человек потребляет, к примеру, сигарет. Дегустации также пользуются народной любовью и положительно влияют на продажи вашей торговой марки, но только если дегустация организована и проведена грамотно. Ведь у нее есть множество подводных камней.

Проводить дегустацию продукта, если он не в индивидуальной упаковке, следует только у

рекламной стойки, оформленной в соответствии с фирменным стилем, где четко прописана марка продукта. Иначе потребитель может просто не запомнить: как называлось то вкусное, что он сегодня попробовал, и ваши усилия пройдут даром.

Во время проведения дегустации необходимо тщательно следить, чтобы продукт выглядел аппетитно и привлекательно. Если девушки у стойки раздают заветренные кусочки сыра, или потемневшую за день колбаску, это может не только не стимули-

ровать сбыт, но и вызвать стойкие негативные ассоциации.

Ни в коем случае нельзя настаивать на том, чтобы потребитель попробовал ваш продукт. Во многих случаях люди могут достаточно сдержанно относиться к подобной пище, и ваша настойчивость только отвернет их от бренда.

Для того, чтобы избежать подобных неурядиц, вам стоит обратиться в Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия», где специалисты обязательно подскажут вам, как лучше всего провести дегустацию вашего продукта.

Раздача листовок

Раздача листовок, как вид рекламы, имеет под собой довольно длинные исторические корни. С изобретением печати именно массовая раздача листовок широко практиковалась в городах. Таким образом людей оповещали об открытии новых магазинов, новом товаре, или приезде знаменитых артистов.

В современном мире, несмотря на обилие других способов донесения информации до потребителя, раздача листовок не потеряла своей актуальности. Сейчас, для большего привлечения клиентов, раздачу листовок часто сочетают с проведением промоакции. К примеру, при предъявлении листовки, клиент может получить скидку в магазине, или выиграть какой-либо приз.

Чаще всего местом для раздачи листовок выбирают выходы из метро, или непосредственную близость ко входу в магазин, или салон. Основным достоинством раздачи листовок является относительно невысокая стоимость их тиражирования, которая может быть при необходимости максимально снижена и посредством снижения качества полиграфии и печатного материала.

Специалисты Рекламного Агентства полного цикла «Стратегия» подберут для вас наиболее эффективный вариант раздачи рекламных листовок, и адаптируют его под любой бюджет.

Мерчендайзинг

В понятие мерчендайзинга входит комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение продукции, которые осуществляются на территории торговой точки. Результатом мерчендайзинга является повышение спроса на продукцию, желание потребителей выбрать и купить из всего ассортимента именно продвигаемый товар.

В комплекс работ по мерчендайзингу входит работа с торговыми единицами, организация планировки торгового зала, работа с выкладкой товаров, размещение POS-материалов. Каждое из этих направлений представляет собой отдельную отрасль навыков и знаний, работать с которыми обязаны профессионалы.

В нашем агентстве вы можете заказать работы по любому направлению мерчендайзинга. Если вы – торговое предприятие, или открываете свой магазин, мы распланируем для вас схему торгового зала, распределим потоки покупателей, поработаем с атмосферой. Если вы – производитель товара и продвигаете

его в торговые точки – мы разработаем для вас концепции выкладки, набор POS-материалов, предложим супервайзеров для контроля работы мерчендайзеров торговой точки. С Рекламным агентством полного цикла «Стратегия» вам обеспечен только эффективный мерчендайзинг.

EVENT

Несмотря на то, что этот термин появляется и в лексиконе менеджеров, и в деловой прессе все чаще, многие до сих пор не до конца понимают, что же такое, этот самый event.

Event, event marketing, или маркетинг событий – это организация специальных мероприятий, направленных на продвижение торговой марки. Во время проведения event мероприятий, публика оказывается втянута в происходящее, при этом осуществляется тесный эмоциональный контакт с брендом. Поэтому при разработке event мероприятий, необходимо как можно тщательней следовать позиционированию компании, использовать элементы ее фирменного стиля, провоз-

глашать идею бренда. Иначе в итоге может оказаться, что для участников event мероприятия, оно оказалось просто игрой. Возможно веселой и увлекательной, но мало ассоциирующейся с образом продвигаемой торговой марки. А основная задача качественно проведенного event мероприятия – перенести положительные эмоции участников, полученные во время игры, на образ продвигаемой торговой марки.

В Рекламном агентстве полного цикла «Стратегия» знают, как правильно организовать любое event мероприятие, для того, чтобы оно принесло ощутимый экономический эффект.

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

К деловым мероприятиям относится организация конференций, семинаров, тренингов и т.д. Очень часто подобные деловые мероприятия делают выездными, т.к. при этом у организаторов и участников появляется ряд дополнительных преимуществ:

На выездных мероприятиях участники могут абстрагироваться от повседневных проблем и полностью посвятить себя изучаемой, или обсуждаемой теме;

На выездных мероприятиях у организаторов появляется возможность обустроить все по высшему разряду, используя ту атмосферу, которая необходима для данного мероприятия;

На выездных мероприятиях можно совместить полезное с приятным, и закрепить полученные знания прогулкой на природе, или посещением магазинов и салонов отеля.

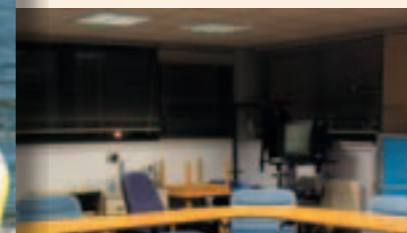
Сотрудники Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» с радостью возьмут на себя все проблемы по организации деловых мероприятий для вашей компании. Переговоры, изготовление раздаточных материалов, заказ оборудования, приглашение участников, бронирование мест и все прочие рутинные обязанности мы выполним сами. Для того чтобы вы смогли сосредоточиться на основной цели вашего корпоративного мероприятия, и как следует к нему подготовиться.

корпоративные праздники, спортивные мероприятия

Проведение корпоративных праздников – задача не менее сложная, чем, например, организация свадьбы. А зачастую даже более сложная. Ведь на корпоративном празднике собираются люди, связанные между собой рабочими отношениями, деловой иерархией. Поэтому многое из того, что можно придумать к свадьбе, или дню рождения родственника, здесь может быть просто недопустимо. При проведении корпоративного праздника необходимо соблюдать этикет фирмы. В то же время, они создаются во многом для того, чтобы сотрудники почувствовали себя более расслабленными, освоились в коллективе, завели новые полезные знакомства.

Соблюдение четкого баланса между двумя этими направлениями – есть задача профессиональной организации и проведения корпоративного праздника.

Сотрудники Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» возьмут на себя все заботы по организации юбилеев компании, дней рождений начальства и сотрудников, празднования Нового года, 23 февраля и 8 марта. Мы четко выдержим ваш корпоративный стиль и привнесем в праздник атмосферу искреннего веселья.



Спортивные мероприятия, или тимбилдинг, в последнее время очень популярны среди работников компаний. Аналогично корпоративным праздникам направленные на сплочение коллектива и установление взаимопониманий, спортивные

мероприятия используют иные посылы и средства. При организации мероприятий по тимбилдингу, упор делается на достижение сплоченности через совместное преодоление сложностей и преград, командную работу.

Доказано, что после прохождения мероприятий по тимбилдингу, команда в начале новой рабочей недели работает более эффективно, творчески подходит к заданиям, показывает высокие результаты.

Наше агентство предлагает вам организацию спортивных мероприятий и тимбилдинг всех современных и классических направлений. Среди которых, несомненно, есть и традиционный «веревочный курс».



Частные мероприятия



Организация частных мероприятий – задача не менее ответственная, чем работа с корпоративными клиентами. А во многом даже более ответственная, т.к. беря на себя организацию частных мероприятий, мы понимаем, что люди доверяют нам свои самые дорогие дни: дни рождения, юбилеи, свадьбы. И если корпоративные клиенты обладают навыками менеджмента, и если что-то пойдет не так, всегда смогут взять управление в свои руки, то частные заказчики иногда без нас просто не справятся. Именно поэтому мы подходим к организации частных мероприятий со всей ответственностью, понимая всю важность этой даты для вас, и всю сложность организации такого трудоемкого процесса для непрофессионала.

А поскольку мы-то как раз профессионалы, то с легкостью возьмем на себе все заботы по организации частного праздника:

- Поиск и аренду банкетного зала;
- Составление меню;
- Оформление зала, заказ цветов и воздушных шаров;
- Печать и оформление приглашений;
- Доставку гостей к месту празднования и обратно и многие другие рутинные мелочи, о которых вам даже необязательно знать.

Достаточно просто готовиться отмечать ваше самое важное событие!



МУЛЬТИМЕДИА

Развитие электронных технологий заставляет нас все время узнавать что-то новое. Несмотря на то, что такие традиционные методы оффлайн-коммуникаций, как почтовые рассылки, реклама на телевидении, или в печатных СМИ, продолжают активно использоваться, уже трудно представить свою жизнь без Интернета и методов продвижения, присущих этой среде. Онлайн-среда сегодня практически является вторым, «параллельным» миром для каждого из нас. И в этом мире действуют те же законы привлечения внимания и работы с потребителем. Флеш-открытки и флеш-игры – одни из инструментов коммуникаций, зарекомендовавших себя как наиболее эффективные в Интернете. Основной особенностью этих средств является практически неограниченная возможность креатива и обязательный позитивный настрой, который они несут вашим клиентам.

Флеш-открытки

Поздравить своих коллег, партнеров и клиентов с праздниками можно не только при помощи традиционных бизнес-сувениров, но и способом, обретающим все большую популярность в наш век высоких технологий. Это электронные флеш-открытки.

Особенную ценность они приобретают, когда вам необходимо в сжатые сроки поздравить большое количество человек. К примеру, всех ваших клиентов, база которых может исчисляться и многими тысячами. Согласитесь, что в таком случае всем им будет довольно сложно выслать какой-то материальный (пусть и недорогой) подарок. А вот послать электронную открытку не составит особого труда. А ведь при использовании креативных решений, такой сувенир может запомниться и понравиться гораздо больше, чем стандартные ручка, или карманный календарик.

Преимущества флеш-открыток в качестве промо-сувенира:

- Отсутствие увеличения издержек при росте базы клиентов. Вы платите только за создание, тиражирование абсолютно бесплатно.
- Возможность применения любого креативного подхода к сюжету: обыгрывание наиболее актуальных и злободневных тем.
- Возможность использования любого стиля, близкого компании: от художественной съемки до мультипликации.
- Отсутствие временного промежутка между датой праздника и датой вручения: вы всегда можете доставить свое поздравление точно в срок.

Флеш-дизайнеры Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» имеют опыт в создании флеш-открыток и эффективно добиваются поставленной цели. Повысьте клиентам настроение, а они повысят ваши объемы продаж!

Флеш-игры

Согласно известному анекдоту, только в России могут выпускаться сборники из серии «100 игр для офиса». Да, это не секрет, играют все. И многие играют именно на работе. Так пусть в это время они хотя бы заряжаются корпоративным духом, играя во флеш-игры с вашим логотипом.

Флеш-игры обычно не надо скачивать и устанавливать, в них можно играть прямо из окна браузера. Традиционные флеш-игры – легкие и незамысловатые и предназначены именно для перерывов между работой. Но, кроме того, флеш-игры – это незаменимый промо-инструмент для стимулирования ваших клиентов и собственных сотрудников. Создав и предложив аудитории интересную игру в вашем фирменном стиле, в которой задействован логотип, или продукт компании, вы можете повысить узнаваемость торговой марки и лояльность потребителей. Флеш-игра может стать отличным способом проведения промо-акции в виде конкурса.

Многие известные компании уже открыли для себя флеш-игры, как замечательный источник новых клиентов и способ повышения узнаваемости бренда. Разместив такую игру на своем сайте, вы можете серьезно увеличить его посещаемость. Пользователи будут возвращаться к вам снова и снова, и незаметно для себя менять отношение к рекламируемому бренду. А при размещении по настоящему интересной и качественной игры, вы получаете еще один источник клиентов, наиболее ценных в условиях современной агрессивности рекламы. Это те пользователи, которым прийти на ваш сайт и поиграть в игру посоветуют их друзья! Однако этот способ коммуникаций подходит не для всех видов бизнеса. Прежде чем размещать игру на своем сайте, внимательно проанализируйте: так ли это отразится на вашем имидже, как вам бы этого хотелось?

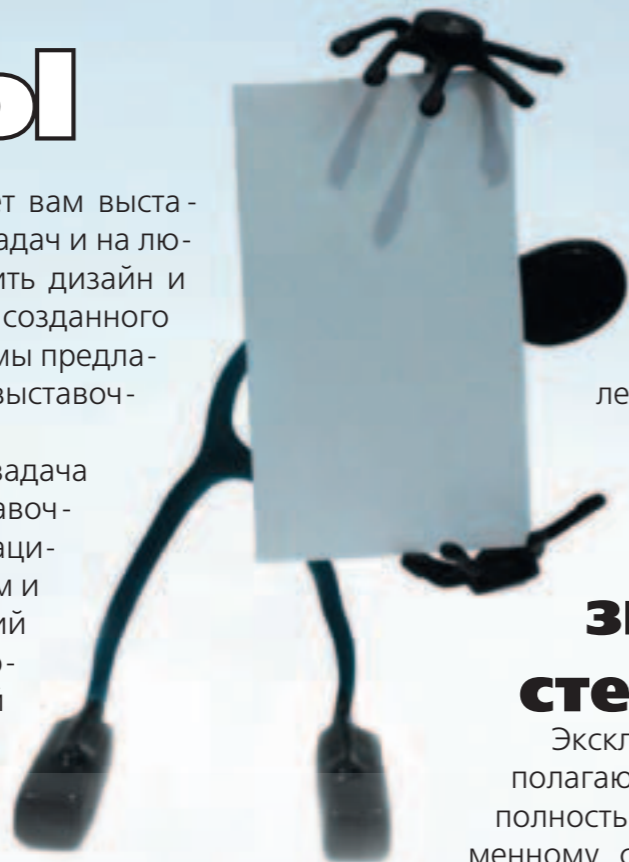
Обратитесь в наше агентство, и опытные сотрудники помогут вам определить вашу стратегию, основную задачу игры, создадут креативное решение и воплотят его в самых современных технологиях!

ВЫСТАВОЧНЫЕ СТЕНДЫ

ЦМК «Стратегия» предлагает вам выставочные стенды для любых целей и задач и на любой бюджет. Мы можем осуществить дизайн и строительство выставочного стенда, созданного конкретно под ваши товары. Также мы предлагаем вам покупку готовых моделей выставочных стендов.

Дизайн выставочного стенда – задача очень интересная и сложная. Выставочный стенд, помимо своих коммуникационных качеств должен быть удобным и эргономичным. Как некий «маленький домик», в котором вы, или ваши сотрудники проживут несколько дней выставки. Там должно быть место для вешалки, личных вещей, раздаточных материалов, уголок, где можно передохнуть и перекусить не на глазах у посетителей.

Строительство стендов также должно производиться на уровне, с соблюдением всех технологических режимов. Стенд должен выдерживать необходимый вес оборудования, легко собираться и разбираться.



Мы предлагаем вам выбрать выставочные стенды, или заказать у нас индивидуальное изготовление.

Эксклюзивные стенды

Эксклюзивные стенды предполагают изготовление стенда, полностью отвечающего фирменному стилю вашей торговой марки, несущего уникальную идею,

обладающего креативным характером и индивидуальным исполнением.

Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» изготовят для вашей компании эксклюзивные выставочные стенды для дости-

жения поставленных вами целей и задач. Наши дизайнеры специализируются на создании подобных проектов и имеют солидный опыт в изготовлении эксклюзивных стендов. Их производство осуществляется в мастерских, оснащенных самым современным оборудованием, которое позволяет осуществить полет креативной фантазии в каком угодно направлении. Стенд в виде вашего продукта, или греческой скульптуры – в этом нет ничего сложного для ЦМК «Стратегия».

Стандартные, эконом-класса стенды

Выставочные стенды эконом-класса – лучший вариант для тех, кто заботится о своем бюджете, или хочет проверить эффективность отдачи от участия в выставке. В таких случаях заказывать эксклюзив часто не имеет смысла. Подобная ситуация возникает и когда вы принимаете участие в выставке, не целиком соответствующей вашему профилю, и количество ваших клиентов на ней ограничено.

Однако стандартный, или эконом класса стенд, вовсе не означает то, что он будет серым и невзрачным. Вовсе нет. При использовании современных технологий подсветки, нанесения логотипа, уникальном дизайне, ваш стенд может стать самым запоминающимся на выставке.

Обратившись к профессионалам из Рекламного агентства полного цикла «Стратегия», вы получите действительно оригинальный и привлекательный стенд, соответствующий концепции торговой марки. Бюджетный вариант стенда не означает его плохого качества!

Мобильные стенды и промостойки

Мобильные стенды незаменимы, если вы постоянный участник выставок. Мобильные стенды – отличный вариант, если вы экономите

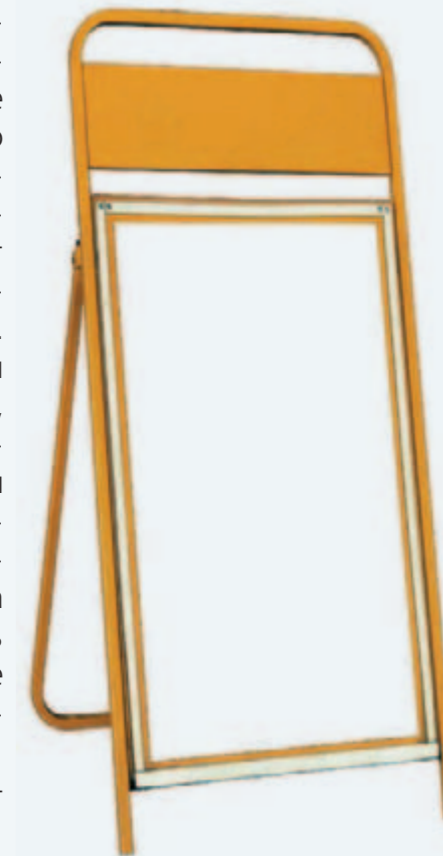
на бюджете. Мобильные стенды – прекрасное решение вопросов транспортировки. Мобильные стенды – замечательный вариант донести свое сообщение до клиента.

Зачем каждый раз создавать и выбрасывать выставочные стенды, если можно их аккуратно собрать и оставить до следующего раза? Так рассуждает экономный руководитель. И он прав. С популярностью мобильных стендов сейчас трудно поспорить.

Вы можете заказать у нас:

- Мобильные стенды Pop-Up;
- Презентационные выставочные стенды;
- Масштабируемые мобильные стенды;
- Планшетные мобильные выставочные стенды;
- Трансформируемые стенды на основе мобильного конструктора многоцветного использования.

Промостойки – это стойки для промоакций, оформленные в стиле продвигаемого продукта. Промостойка – это замечательный вариант для проведения рекламных кампаний. Они незаменимы при дегустации, семплинге, организации лотерей и конкурсов. Оригинально оформленная промостойка способна привлечь к себе внимание множества потенциальных клиентов. Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» предлагает в ваш бюджет.



POS МАТЕРИАЛЫ

Pos материалы, или рекламные материалы в местах продаж, давно представляют собой целую индустрию. О размещении pos материалов написано множество специализированных книг. Это один из самых широ-

ких разделов мерчандайзинга. Pos материалы делятся по группам, соответственно разделам магазина:

- Pos для наружного оформления;
- Pos входной группы;
 - Pos в торговом зале;
 - Pos в месте выкладки;
 - Pos в прикассовой зоне.

Для каждой из этих зон применяются свои, специализированные форматы pos материалов, выполняющие определенные цели и задачи, направленные на привлечение и удержание внимания клиента.

Самые распространенные pos материалы для наружного оформления – это вывески, тротуарная графика, оформление витрин. Здесь основная задача заключается в том, чтобы покупатель заметил место продаж и зашел в него.

Целью pos входной группы обычно является утвердить клиента во мнении, что он сделал правильно, зайдя в этот магазин. Здесь широко используются различные стикеры, коврики с логотипами, графика на шкафчиках и ключах камеры хранения и др.



Для pos в торговом зале задача – направить потребителя к полкам. Чаще всего в торговом зале применяют джумби, мобайлы, вымпелы, гирлянды и др.

Pos материалы в месте выкладки призваны стимулировать клиента на приобретение определенного товара. Здесь основное место их работы, т.к. именно у полки с товарами покупатель часто осуществляет свой выбор. И pos материалы должны помочь ему в этом. Стандартный набор pos для места выкладки – это wobblers, флаги, стикеры и др.

Размещение pos материалов в прикассовой зоне призвано стимулировать покупателей на приобретение товаров импульсного спроса. Эффективны здесь pos в виде монетниц, коробочек для чеков и т.д.

В ЦМК «Стратегия» наши специалисты предложат вам комплексное обслуживание по созданию стратегии, изготовлению и размещению pos материалов.

ДИРЕКТ МАРКЕТИНГ

Директ маркетинг представляет собой способ продаж при прямом (личном, или безличном) общении с клиентами. Среди инструментов директ маркетинга основными считаются директ мейл (прямая почтовая рассылка), телефонные презентации, прямое общение с торговыми представителями.

Директ маркетинг является особенно эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций для многих видов товаров. К примеру, директ маркетинг широко применяется на рынке B2B, где больше ценятся профессиональные консультации, чем имиджевая составляющая.

Директ маркетинг представляет собой обращение непосредственно к заинтересо-

ванной аудитории. При проведении адресных кампаний по директ маркетингу, вы не тратите свой рекламный бюджет на незаинтересованных в продукте лиц. Кроме того, директ маркетинг может обладать и большинством преимуществ, присущих рекламе. При проведении кампаний по директ маркетингу вы можете использовать весь арсенал креативных решений и подчеркнуть свою имиджевую составляющую.

Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» помогут вам создать концепцию и организуют кампанию по директ маркетингу для любой аудитории.

Прямые почтовые рассылки

Прямые почтовые рассылки применяются для решения различных маркетинговых задач. Чаще всего это:

- Поиск новых клиентов;
- Создание с клиентами обратной связи;
- Повышение лояльности существующих клиентов;
- Информирование аудитории о новых продуктах, или услугах.

Помимо осуществления непосредственно прямой почтовой рассылки, наша компания готова вам предложить и предпочтительную подготовку материалов, среди которой:

- Тиражирование рекламных материалов;
- Предоставление конвертов любых форматов;
- Печать адресов любого типа (на конвертах, на стикерах, под окно);
- Предоставление упаковки для хрупких вложений (к примеру, компакт-дисков);
- Комплектация рассылки.

Если вы хотите произвести прямую почтовую рассылку, но еще не обладаете собственной базой, мы поможем вам и в этом. В нашем распоряжении базы всех адресов Москвы и Московской области с разбивкой по сегментам, базы организаций по роду деятельности. А если у нас вдруг не окажется какой-то базы, мы с удовольствием создадим ее для Вас.

Call-center

Услуги call center, предоставляемые Центром Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия», помогут вашей компании добиться значительных успехов на рынке. Мы предоставляем услуги call center как по входящим, так и по исходящим звонкам.

Call center, входящие звонки:

- Организация горячей линии 8-800... (Прием звонков на бесплатный номер из всех регионов РФ);
- Автоматическая справочная служба;
- Диспетчерская служба (прием и обработка заказов);
- Центр обработки вызовов.

Call center, исходящие звонки:

- Проведение телефонных опросов (анкетирование) по телефону;
- Телемаркетинг (представление ваших товаров и услуг по телефону по максимальной базе данных)

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



Наружная реклама это именно то, что вам нужно, если:

- Вы представляете компанию, производящую товары массового спроса;
- Ваша целевая аудитория имеет широкий профиль;
- У вас есть торговая точка, или посещаемый клиентами офис.

К наружной рекламе относятся все носители, которые располагаются на зданиях, улицах, дорогах. Традиционно наружная реклама бывает световая и не световая. Наружная световая реклама – это размещение световых коробов, неоновых вывесок, светодиодных экра-

нов и др. К не световой относятся все остальные носители (таблички, перетяжки, щиты и др.)

Световая и не световая наружная реклама наилучшим образом справляется с такими задачами, как повышение узнаваемости торговой марки, информирование рынка о появлении нового товара, проведении промоакции.

Изготовление наружной рекламы представляет собой достаточно сложный процесс, как с креативной, так и с производственной точки зрения. Ведь при ее создании необходимо учитывать массу общих правил.

Среди огромного количества конкурентных объявлений, которыми пестрят все улицы и здания, ваша наружная реклама должна быть яркой, броской, но в то же время не агрессивной. Согласно статистике, у наружной рекламы есть только 10 секунд для того, чтобы обратить на себя внимание. В то же время, она должна успеть заинтересовать потенциального клиента и передать ему определенное сообщение.

При изготовлении щитов, перетяжек, световой рекламы, располагающейся вдоль дорог, необходимо учитывать среднюю скорость передвижения и ис-

пользовать соответственные шрифты и дизайн. К примеру, на скоростной трассе мелкие детали в объявлении будут просто неуместны.

Специалисты нашей компании перед созданием вашей наружной рекламы внимательно изучат все особенности места, где она будет находиться, вашу целевую аудиторию, и предложат оптимальное дизайнерское, креативное и технологическое решение.

ЩИТЫ

Изготовление рекламных щитов – это один из наиболее действенных способов охватить массовую аудиторию при наименьших затратах. Рекламные щиты – широко распространенный в городах коммуникационный инструмент. Традиционный размер рекламного щита – 3*6. Для скоростных магистралей обычно изготавливаются рекламные щиты формата сдвоенного 3х6, т.к. только на такой большой поверхности можно расположить достаточное количество информации, читаемой на высокой скорости.

Стратегии размещения рекламных щитов на дорогах могут быть различными: от изготовления и размещения только одного рекламного щита, к примеру, в непосредственной близости от офиса компании, до

размещения целого ряда одинаковых, или чередующихся рекламных щитов вдоль определенной трассы. В данном случае значительно повышается и запоминаемость рекламы, и, главное, у потенциального потребителя появляется возможность лучше рассмотреть детали, запомнить телефон, адрес компании, или условия проводимой акции. Еще одним достоинством изготовления рекламных щитов является то, что они контактируют не только с транспортным, но и с пешеходным потоком.

Наши специалисты изготовят для вас рекламные щиты, наилучшим образом соответствующие вашим целям и задачам. И подберем для вас оптимальные трассы для размещения рекламы.



Светодиодные экраны

Светодиодные экраны – это один из наиболее эффективных средств наружной рекламы. Среди его очевидных достоинств можно отметить:

- Возможность создания изображения любого размера (т.к. светодиодные экраны строятся из модулей);
- Возможность работы даже при плохих погодных условиях;
- Возможность работы при прямом солнечном, или электрическом свете;
- Динамику передаваемого сообщения.

Светодиодные экраны обеспечивают просмотр видеороликов на улицах города. Подобные технологии использовались и ранее, но только светодиодные экраны способны выдерживать действительно плохую погоду, яркий солнечный свет, и при этом не снижать качество видеоизображения.

Традиционно светодиодные экраны используются для проведения промоакций, рекламных кампаний, прямых трансляций. Достаточно

дорогой вид наружной рекламы, тем не менее? является крайне эффективным. Это обуславливается тем, что в отличие от телевизионной рекламы, просмотра которой пользователи часто пытаются избежать, в условиях пробок на дорогах и стояния на светофорах, ролики, которые показываются на светодиодных экранах, напротив, привлекают внимание. Таким образом, вы получаете заинтересованную аудиторию, которая внимательно смотрит вашу рекламу.

Для организации рекламной кампании с использованием светодиодных экранов, не обязательно покупать такое дорогостоящее оборудование. Существует возможность взять его в аренду.

Обратитесь в наше агентство, и наши специалисты оценят уровень ваших затрат, цели и задачи кампании, дальнейшие планы, и посоветуют как вам будет выгодней поступить: арендовать светодиодный экран, или приобрести его.

Световые короба

Прозрачная объемная конструкция на каркасе из металла – так выглядит стандартный световой короб. Обычно световой короб выполняется из акрилового, или оргстекла, поверх которого и наносится необходимое рекламное изображение. Источник света размещается внутри конструкции.

Световые короба традиционно используются в качестве вывесок и указателей, и бывают односторонними и двухсторонними. Односторонний световой короб предназначен для привлечения внимания тех, кто стоит лицом к зданию. Двухсторонние размещаются перпендикулярно стене и привлекают внимание идущих мимо. Самая обычная форма для светового короба – параллелепипед. Однако возможно и изготовление световых коробов нетрадиционной формы – округлых, выпуклых, в виде вашего логотипа.

Световые короба можно использовать не только на улице, но и в помещениях. Они часто используются для оформления выставоч-

ных павильонов, торговых залов и др. Красиво оформленный световой короб – замечательное украшение интерьера.

Специалисты нашего агентства изготовят и разместят для вас световой короб любой конфигурации, выполненный из самых современных и долговечных материалов.



Вывески, Объемные буквы

Вывески, пожалуй, можно назвать старейшим видом наружной рекламы. Когда в мире открывались первые магазины, уже тогда торговцы использовали этот метод привлечения покупателей. И чем красочней была вывеска, тем больше клиентов можно было ожидать. Да и на сегодняшний день трудно представить себе магазин, или офис, который не имеет вывески. Если без остальных форматов наружной рекламы при желании можно обойтись, то без вывески не может существовать ни одно торговое помещение.

Вывеска должна выполнять сразу несколько задач для того, чтобы быть максимально эффективной:

- Быть заметной даже издали;
- Быть хорошо читаемой;
- Быть привлекательной и не агрессивной;
- Сочетаться с фирменным стилем компании, нести его элементы.

Казалось бы, все условия довольно просто, однако действительно эффективно сочетать их все удается далеко не каждому дизайнеру. Хорошая информативная вывеска, привлекательная для клиента и формирующая образ бренда – это настоящее искусство.

Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» помогут вам создать по настоящему эффективную вывеску, повышающую объемы продаж.

Объемные буквы используются в качестве элементов дизайна наружной рекламы. Они могут применяться совместно с другими технологиями, или самостоятельно. Объемные буквы могут быть различные по толщине, от очень толстых, до практически плоских, иметь, или не иметь подсветку. Буквы устанавливаются непосредственно на стену, или крепятся на дистанционных держателях. Технологии подсветки объемных букв также бывают разными: внутренние и внешние, круговые и фронтальные и т.д.

Материалы, из которых изготавливаются объемные буквы, зависит от их назначения и места расположения. Для среднего размера объемных букв, используемых для вывесок и витрин, традиционно используется пенопласт и пластик.

Технологии производства объемных букв из пластика позволяют дизайнерам воплотить в жизнь любые детали, вплоть до самых сложных. Ваш логотип может быть исполнен с иде-

Крышные установки

альной точностью, вы сможете изобразить на вывеске ваш продукт в объемном виде. Дизайнеры нашего агентства учтут все необходимые требования до мельчайших деталей. Комбинация объемных букв с технологиями подсветок дает поистине замечательный результат, который нравится потребителям.

Еще одним несомненным достоинством изготовления объемных букв является их относительная дешевизна по сравнению с другими форматами наружной рекламы. При этом качество и привлекательность для клиентов остается на уровне.

Крышные установки – один из современных видов наружной рекламы, без которой уже не представляется ни один мегаполис. Реклама, которая должна быть видна за сотни и тысячи метров, представляет собой невероятно сложную с технологической стороны конструкцию. Крышные установки требуют солидных затрат, привлечения специальной техники, высотного монтажа, сложной регистрации, однако, если вы успешно пройдете все эти этапы, логотип вашей компании будет виден из многих точек города.

Помимо массового охвата потребителей, крышные установки – это несомненно, элемент престижа. Компания, чей логотип и название размещены над городом и имеют огромные размеры, изначально воспринимается потребителями как компания-лидер.

Крышные установки могут сочетать в себе различные технологии изготовления наружной рекламы. Объемные буквы, различную подсветку, подсветку для дневного времени суток. Когда наступает темное время суток, ваша реклама, подсвеченная разноцветными огнями, продвигает ваш бренд еще эффективнее, т.к. ваш логотип входит в образ ночного города.

Обратитесь к специалистам нашего агентства, и они решат все вопросы, связанные с изготовлением и монтажом крышной установки. Мы выполним дизайн, изготовим конструкции, согласуем все вопросы и подготовим необходимые документы, пригласим технических специалистов и монтажников. А вам останется только наслаждаться изображением вашего логотипа над городом.



Оформление входных групп, панель-кронштейны, штендеры, регистрация, визуализация

Оформление входных групп, фасадов, витрин

Помимо работы с отдельными видами наружной рекламы, наше агентство готово предложить вам оформление входных групп, включая фасады и витрины. В этом случае оформление производится в едином стиле, с использованием ваших фирменных элементов.

Входные группы – это комплекс элементов входа в здание, в который могут входить не только вывески и двери, а навесы, козырьки, лестницы, перила, стены и даже полы. И все это должно гармонировать и удачно сочетаться между собой, в то же время соответствовать вашему фирменному стилю и решать рекламные задачи. К входным

группам также относят фасады и витрины. Благодаря им, зачастую у клиентов создается первое, самое устойчивое, отношение к компании.

Если вы открываете новый магазин, или еще не определились с тем, как должен выглядеть ваш офис, обращайтесь в наше агентство. В «...» специалисты посоветуют вам, как должна выглядеть ваша входная группа, чтобы у клиентов не возникало чувства несоответствия элементов. Иногда приходится признать, что как бы вам не хотелось иметь ту или иную вывеску, табличку, или козырек, вместе со зданием, его расположением и цветом стен это будет выглядеть непривлекательно. Хотя сам по себе рекламный элемент, возможно, является произведением искусства. Наши дизайнеры помогут вам подобрать оптимальное решение, как можно ближе соответствующее вашим пожеланиям.

Заказав в ЦМК «Стратегия» оформление витрин, вы получите не просто красивую раскладку товаров за стеклом, а настоящий бизнес-проект, в процессе создания которого наши мерчендайзеры анализируют задачи и эффективность данной выкладки.



Панель-кронштейны

Панель-кронштейны представляют собой рекламный носитель, который вертикально крепится к стене, собственной опоре, или столбу. Технологически, панель-кронштейн может состоять из объемных букв, или нескольких световых коробов. Небольшие панель-кронштейны в виде столбиков, размещающиеся на ножке на тротуаре, или газоне, также называются пилонами, или сити-форматом.

Традиционная панель-кронштейн ориентирована на транспортный и пешеходный поток, передвигающийся параллельно зданию. Благодаря этому, ее обзорность приближается к стопроцентной. К тому же, этот вид наружной рекламы – двухсторонний, что вдвое увеличивает его эффективность.

Различают световые и не световые панель-кронштейны. В первом случае к их рабочему времени присоединяется и темное время суток. Световые панель-кронштейны эффективны вече-

ром и ночью, и идеально подходят для круглосуточных магазинов. В других случаях можно обойтись не световыми панель-кронштейнами, которые не менее интересны в дневное время суток.

Менеджеры нашего агентства тщательно анализируют ваши потребности и пожелания в дизайне и посоветуют вам максимально эффективный вид панель-кронштейна для вашего бизнеса.

Штендеры

Штендер – это переносной рекламный носитель, имеющий вид складного «домика». Обычно его основа выполнена из металлической трубы, а стенки – из тонкого металла, или полистирола. На штендер наносится рекламное изо-




АКВА ЛОГО
аквариумный салон
ул. Сальвадора
Альенде, д. 7
(499) 740 63 05
www.aqualogo.ru

бражение с графикой и необходимой информацией. Существуют специальные виды штендера, информацию на которых можно оперативно менять, причем делать это самостоятельно. Самый распространенный пример – это штендеры у касс обмена валюты, где сотрудники сами ежедневно выставляют на штендерах действующий курс.

Основной задачей штендера является привлечение покупателей непосредственно перед входом в торговую точку. На них можно размещать информацию как о товарах и услугах в принципе, так и о новинках, появившихся в продаже (новое меню, новые услуги и т.д.). Главным достоинством штендера является его мобильность. Его можно ставить в любом месте. Это крайне удобно, а иногда даже необходимо. К примеру, когда вход в искомый магазин находится за углом, или его по какой-то причине сложно заметить. В этих случаях штендеры становятся незаменимыми проводниками. На них даже можно изобразить карту, как добраться до торговой точки. Единственное ограничение, согласно действующему законодательству, штендер должен располагаться не далее 5 м. от входа в помещение и только в часы работы организации.

Традиционно штендеры имеют прямоугольную, или округлую сверху форму. Однако при особом желании заказчика, можно выполнить и штендер оригинальной формы, к примеру, по силуэту фирменного персонажа, или логотипу. Основной задачей здесь будет являться то, чтобы штендер не потерял своей устойчивости.

Визуализация

При организации рекламной кампании при помощи средств наружной рекламы, заказчикам не всегда легко представить и объяснить на словах, что же именно они хотят видеть в итоге. Особенно, когда дело касается крупногабаритных рекламных конструкций, типа крышных установок, широкоформатных постеров, вывесок, или входной группы. Визуализация используется для того, чтобы понять, как объект будет выглядеть в итоге.

Применяют визуализацию в строительстве, архитектуре, интерьерах, ландшафтном дизайне, и, разумеется, в рекламе. Современные технологии 3D визуализации позволяют изобразить будущие объекты максимально четко и реалистично. В отличие от того времени, когда объекты визуализировались художниками вручную, современные компьютерные программы позволяют соблюсти точнейшее масштабирование.

Дизайнеры агентства полного цикла «Стратегия» осуществят все ваши пожелания в области визуализации любых объектов.

Регистрация

При всей популярности и эффективности наружной рекламы, существует одна сложность, которую вы будете обязаны преодолеть при организации наружной рекламной кампании. Это регистрация наружной рекламы.



Регистрация наружной рекламы представляет собой процесс согласования размещения вашего объявления со

всеми заинтересованными лицами. Поскольку ваше объявление размещается на улице, т.е. на территории, принадлежащей частному собственнику, или администрации города, такие объявления нужно регистрировать, иначе они будут немедленно демонтированы. Кроме собственников земли, или зданий, согласование размещения наружной рекламы необходимо проводить с такими учреждениями как:

- Москомархитектура;
- Комитет рекламы, информации и оформления г. Москвы;
- Объединение административно-технических инспекций;
- Управление ГАИ;
- Управление государственного контроля, охраны и использования памятников истории и культуры;
- Экспертные организации и др.

В сложных случаях этот список может быть увеличен в полтора-два раза.

Очевидно, что собрать такое количество документов и обойти все инстанции под силу далеко не каждому. Ведь время и нервы поистине бесценны. Поручив регистрацию наружной рекламы нашим сотрудникам, вы сэкономите и то, и другое. У нас вы получите грамотные консультации, наши специалисты соберут все необходимые документы и проведут регистрацию в максимально сжатые сроки. Кроме того, вы можете обратиться в наше агентство для пролонгации разрешительной документации, технического обслуживания и ремонта рекламных конструкций.

СПЕЦПРОЕКТЫ

Центре маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» также предлагает вам размещение рекламных объявлений на нетрадиционных носителях. Мы предлагаем вам работу с упаковкой, конвертами, квитанциями, размещение рекламы на АЗС, автотранспорте, в лифтах. Кроме того, нами предлагаются услуги по организации product placement в художественных фильмах и телепрограммах. Обращаясь к нам с любой рекламной фантазией, все наши клиенты остаются довольны!

АЗС

В отличие от западных стран, формат рекламы на АЗС в России пока является довольно новым и не сильно распространенным. Тем лучше для вас, ведь именно вы сможете одними из первых использовать замечательную рекламную площадку, эффективность которой проверена западными маркетологами!

На территории АЗС можно использовать несколько рекламных носителей. Во-первых, это конечно традиционные рекламные щиты, оформленные в соответствии со стилем заправочной станции. И несомненным преимуществом можно назвать возможность установки на АЗС светодиодных экранов с транслируемой рекламой.

Автозаправочные станции хороши для производителей товаров и услуг автомобильной тематики: масел, запчастей, обслуживания, страхования. Ведь кто бы ни приехал на заправку, можно практически со 100% уверенно

стью сказать о том, что это ваш целевой клиент. Очевидным

Очевидных плюсов у расположение рекламы на АЗС несколько:

- У водителей есть время подробно рассмотреть ваше объявление, в отличие от ситуации на дороге;
- Скорей всего ваша реклама будет просмотрена несколько раз, т.к. водители имеют свойство заправляться на многих станциях регулярно;
- Поскольку данный формат еще не очень распространен в России, потребители пока относятся к нему более лояльно.

Менеджеры ЦМК «Стратегия» предлагают вам размещение рекламы на АЗС, как одной из самых современных площадок.

Упаковка

Вы когда-нибудь читали за завтраком истории, написанные на пачке молока, или кефира? А рецепты, расположенные на упаковках полу-

фабрикатов? Согласитесь, вы это делали скорее от скуки, чем из-за необходимости в данной информации. А ведь на этом месте могла бы быть ваша реклама.

Размещение рекламы на упаковках продовольственных продуктов – достаточно новое течение в рекламной индустрии. Красочное объявление, занимающее всего 1/2, или 1/4 стороны упаковки, тем не менее, по своей эффективности не уступает наружной рекламе. К тому же там можно расписать те подробности, которые на наружной рекламе просто незаметны.

Размещение рекламы на упаковках продуктов имеет свои ограничения. К примеру, по целевой аудитории. Лучше всего таким образом продвигаются товары массового спроса, однако не каждый производитель согласится размещать на пачке своего товара информацию о продукте, которая, по его мнению, может негативно отразиться на его бренде. Поэтому подобная реклама должна быть тщательно согласована.

В Рекламном агентстве полного цикла «Стратегия» вам предложат согласование концепции с владельцем бренда и размещение вашей рекламы на упаковках товаров. Кроме того, если

вы – производитель массовых продовольственных товаров и хотите пополнить свой бюджет, мы предлагаем вам поиск клиентов для размещения рекламы на вашей упаковке.

Квитанции

Реклама на квитанциях – весьма интересный метод донесения рекламных сообщений до потребителя. Она похожа на распространение листовок, но обладает рядом несомненных преимуществ:

- Рекламу на квитанциях видят 100% жителей городских квартир;
- Квитанции нельзя выбросить, в отличие от обычной листовки;
- Рекламу на квитанциях также видят работники ЖКХ, почты, банков.

Разместив свою рекламу на квитанциях ЖКХ, вы привлечете внимание многих десятков тысяч потребителей, при этом, ваши расходы не будут слишком большими.

Однако необходимо учитывать, что размещение рекламы на квитанциях является патентованной деятельностью, поэтому самостоятельно согласовать все вопросы вам будет достаточно сложно. Обратитесь в Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» и мы поможем вам разместить вашу рекламу на квитанциях ЖКХ.



СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Конверты, изготовление конвертов, реклама

Как часто в жизни вы сталкиваетесь с конвертами? Скорее всего, довольно часто. В них вкладываются поздравления, объявления, новости. В них приходят материалы рекламного и личного характера. Когда мы получаем конверт, наш взгляд обязательно падает на адрес отправителя и цветные блоки.

Мы предлагаем изготовление конвертов с вашей рекламой. В них можно осуществить прямую рассылку вашим потребителям, в них можно вложить поздравления для сотрудников и партнеров. Предлагается изготовление конвертов разного формата, цвета, стиля.

Кроме того, мы поможем разместить вашу рекламу на обычных почтовых конвертах, и тогда о вашей компании узнают миллионы жителей по всей России!

Карты предоплаты

Если вы – производитель услуг, цифровых товаров, или просто решили продавать свой продукт по предоплате, мы можем помочь вам в изготовлении карт предоплаты, оформленных в стиле вашей компании.

Подобная реклама на картах предоплаты, выставленная в витрине магазина, будет лишним раз напоминать о вашем бренде всем потенциальным потребителям. С вашей рекламой

клиенты будут сталкиваться каждый раз, при использовании карт. Ее размещение производится таким образом, чтобы зрительный контакт обеспечивался в любом случае.

Карты предоплаты хорошо также использовать для продвижения зонтичного бренда. В этом случае мы сможем самостоятельно подобрать для вас компанию IP-телефонии, обеспечивающую хороший трафик, а выпустите карты в собственном фирменном стиле, которые будут также продвигать ваш основной продукт.

Лифты

Реклама в лифтах – эффективный способ заявить о себе своей целевой аудитории! Ежедневно лифтами пользуются несколько миллионов человек. И каждый из них может увидеть вашу рекламу. Размещение рекламы в лифтах идеально для проведения локальных рекламных компаний. Вы можете сообщить заинтересованной целевой аудитории о проведении распродажи, об открытии нового магазина, о новой продуктовой линии, появившейся в ближайшем супермаркете.

Вместе с тем, реклама в лифтах достаточно бюджетный вариант рекламы. Ее можно использовать как имиджевую, ведь она будет попадаться на глаза потребителям довольно длительное время.

Обращаясь в Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия», вы получаете квалифицированные консультации по размещению, и организацию рекламной кампании в лифтах города.

Автотранспорт

Реклама на автотранспорте по своим характеристикам схожа с рекламой на наземном транспорте. Она обладает теми же преимуществами: большой аудиторией из потоков пешеходов и автомобилистов, запоминаемостью и широким охватом. Помимо того, очевидным достоинством автотранспортной рекламы является возможность самостоятельно задавать маршруты автомобилей, тем самым охватывая аудиторию в необходимом районе.

Нанесение рекламного объявления на автотранспорт – это несложно. Реклама на автотранспорте – яркая, запоминающаяся, неограниченная никакими возможностями, кроме параметров автомобиля. Она обязательно окупит все вложения и приведет к вам множество новых клиентов. А специалисты Рекламного агентства полного цикла «Стратегия» помогут вам воплотить это в жизнь!

Product Placement

Product placement – это размещение продукта, или торговой марки в художественном, телефильме, телевизионной программе, видеоигре и др. В

настоящее время product placement распространен очень широко, а его эффективность отмечается всеми исследовательскими агентствами. Product placement – это не просто размещение скрытой рекламы, это тонкая игра на сочетании образов героев фильма и имиджа бренда. Продукт, представленный методом product placement, вбирает в себя все имиджевые атрибуты кинокартины, или телепередачи. И начинает ассоциироваться у зрителей с видимым ими образом.

Существует несколько способов использования product placement:

- Визуальный product placement (зрители видят в кадре изображение продукта, или логотипа торговой марки);
- Вербальный product placement (героем фильма вслух упоминается название продукта);
- Product placement с применением (герои фильма в сюжете используют продукт).

Самый распространенный пример product placement в кино – это телесериал про Джеймса Бонда. Традиционные Aston Martin, Alfa Romeo, Martini и т.д. во многом благодаря бондиане приобрели свой люксовый имидж. Обратившись в ЦМК «Стратегия», вы можете заказать product placement вашего продукта в любой форме. Наши менеджеры подскажут вам, как это сделать более эффективно и помогут согласовать все возникающие вопросы.



СУВЕНИРЫ

Сувенирная продукция играет значительную роль в современных деловых отношениях. Она стала неизменным атрибутом взаимодействия с клиентами, партнерами и сотрудниками собственной компании. Сувенирная продукция необходима как элемент внутрикорпоративного стиля, в качестве подарка и напоминания о себе. Без сувенирной продукции сегодня не проходит ни одна выставка. Сувенирная продукция может быть совершенно разной, но все же, чаще всего она подразделяется по своим стоимостным характеристикам.

В Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» вы можете заказать сувенирную продукцию для любых целей и на любой бюджет:



- Сувениры эконом-класса. Для раздачи на выставках, презентациях, для массовой рассылки клиентам.
- Сувениры в среднем ценовом диапазоне. Для лояльных клиентов, деловых партнеров.
- Сувенирную продукцию vip-класса. Для vip-клиентов, партнеров, потенциальных и настоящих спонсоров и т.д.

Мы можем предложить вам широкий спектр канцелярских принадлежностей и деловой кожгалантереи, посуду с вашим логотипом, настольные игры, паззлы, и любые другие предметы, выполненные по индивидуальному заказу в вашем корпоративном стиле.



ПОЛИГРАФИЯ

Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» предлагает вам широкий спектр услуг по всем видам полиграфии. У нас вы можете заказать офсетную, цифровую и широкоформатную печать. Мы принимаем заказы любой степени сложности: большие тиражи, срочные заказы, заказы на сверхвысокое качество печати. В нашем распоряжении все виды печати: офсетная, цифровая и широкоформатная. У нас вы можете заказать от одной визитной карточки, до тиража плакатов для широкоформатной рекламы.

Мы гарантируем вам выполнение установленных сроков и высокое качество печати. Обращаясь в Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» вы получаете проверенный результат.

Офсетная печать

Мы предлагаем вам печать больших тиражей полиграфической продукции методом офсетной печати. Офсетная печать

– это такой способ печати, при котором краска с печатной формы сперва под давлением переносится на резиновое полотно, а затем – на бумагу, картон, или другой материал.

Офсетная печать – широко распространенный способ печати полиграфии. Этим методом можно изготовить любые материалы, от рекламных листовок до книг.

Преимущество офсетной печати состоит в том, что при печати больших тиражей, стоимость копии уменьшается. Тогда как при снижении количества тиражируемых материалов, цена на 1 единицу возрастает. Поэтому при необходимости заказа небольшого тиража, выгодней воспользоваться методом цифровой печати.

Специалисты Центра Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия» оценят ваш заказ, и посоветуют, какой именно формат печати будет выгодней для вас.

Цифровая печать

Цифровая печать – печать современными методами, которая также позволяет изготавливать полноцветные материалы, как и офсетная. Цифровая печать намного более оперативный метод. При его использовании вы можете получить свой заказ через несколько минут. Поэтому цифровую печать используют при срочных заказах, когда клиенту необходимо в ближайшие минуты иметь продукцию на руках.

Посредством цифровой печати выгодней изготавливать небольшие тиражи продукции, но ограничений по ее количеству нет. Вы можете в любое время повторить свой тираж.

Значительным преимуществом цифровой печати является возможность внесения оперативных изменений в макет. Способ идеален для печати адресных предложений, рассылок и т.д.

Обратившись в Центр Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия», вы получите совет, каким именно форматом печати будет выгодней воспользоваться в вашем случае.

Широкоформатная печать

Широкоформатная печать используется для изготовления рекламных материалов, которые из-за их величины, невозможно выполнить на стандартном печатном оборудовании.

ЦМК «Стратегия» предлагает вам широкоформатную печать постеров, баннеров для рекламных щитов, растяжек, деталей интерьера и других крупных полиграфических материалов. Мы посоветуем вам материал и разрешение печати в зависимости от носителя, на котором предполагается размещение. Мы гарантируем качество своей работы. Наши материалы не тускнеют, не выгорают и отлично выглядят на протяжении всего срока рекламной кампании.

Трафаретная печать

Шелкография - наиболее известный из методов трафаретной печати, заключающийся в создании графических изображений на различных поверхностях при помощи трафарета. Технология пришла к нам из глубокой древности, постепенно совершенствуясь и дополняясь новыми возможностями. Другим популярным методом трафаретной печати является ризография.

Область применения шелкографии очень широка: изготовление разнообразных рекламных материалов, маркировка промышленных изделий, производство печатных плат, декорирование предметов интерьера, создание произведений изобразительного искусства и так далее

Печатные формы (трафареты) для шелкографии представляют собой сетки из полиэфира, полиамида или металла с частотой 4-200 нитей/см и толщиной нитей 18-200 мкм. Типографская краска проникает через форму на печатный материал в местах, которые соответствуют печатающим элементам, пробельные элементы являются непрозрачными для краски. Шелкотрафаретная печать может быть как прямой, так и трансферной. В первом случае изображение наносится непосредственно на запечатываемую поверхность, во втором - на промежуточный материал, с которого уже переносится на изделие.

Технология позволяет наносить изображение в одну или в несколько красок. Цветовая палитра шелкографии чрезвычайно богата. Печать методом шелкографии может производиться на изделиях, изготовленных из самых разных материалов: бумаги, ткани, кожи, пластика, стекла, металла, керамики. Технология позволяет наносить изображения не только на плоские, но и на цилиндрические поверхности. Краски для шелкотрафаретной печати различают по типу связующего вещества: водные, сольвентные, ультрафиолетового отверждения, пластизоли. С помощью красок для шелкотрафаретной печати можно получать различные эффекты изображений, например, наносить на изделия толстый красочный слой от 8 – 10 мкм до 1000 и более, использовать глиттеры (блестки), объёмную печать, имитацию бархата или резины.



ПРОМОФОРМА

Осуществить пошив промоформы вам помогут в Центре Маркетинговых Коммуникаций «Стратегия». Промоформа необходима при многих способах прямых маркетинговых коммуникаций. Она нужна при проведении семплинга и дегустаций, раздача листовок. Промоформа привлекает взгляды при участии в выставках. Промоформа необходима там, где вас должны заметить.

Качественно разработанная промоформа должна обладать несколькими характеристиками:

- Быть привлекательной и броской;
- Четко ассоциироваться с образом торговой марки;
- Быть удобной и комфортной для промоутеров;
- Быть крепкой и износостойкой на период проведения промоакции.

Специалисты нашего агентства замечательно умеют сочетать эргономические качества промоформы и ее имиджевую составляющую. Оригинальный дизайн промоформы способен в десятки раз повысить внимание аудитории к вашим промоутерам. Яркая, нестандартная промоформа, отлично запоминающаяся, в то же время, не раздражающая и не агрессивная – это то, что могут вам предложить специалисты Рекламного агентства полного цикла «Стратегия».



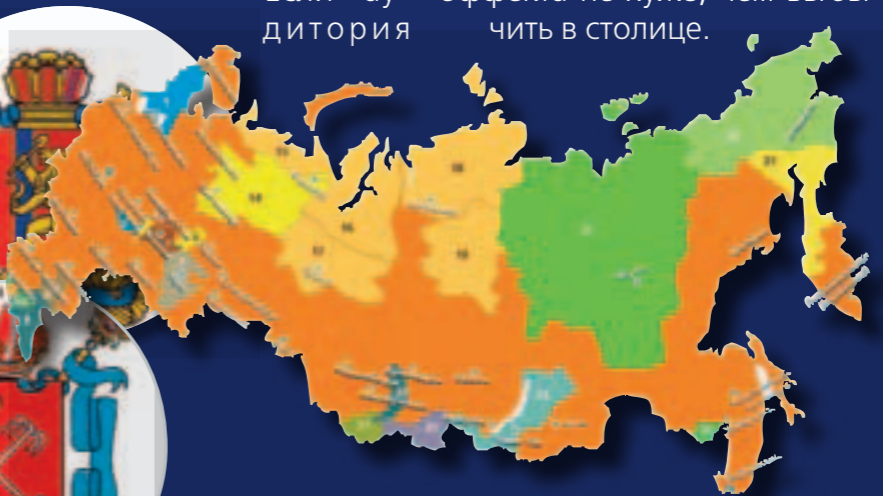
РЕКЛАМА В РЕГИОНАХ

Говоря о рекламе, мы чаще всего подразумеваем столичный рынок и крупные мегаполисы. Разумеется, в этих областях рекламный рынок развит гораздо сильнее, и самые серьезные игроки сосредоточены именно на нем. Но на нем также существует и самая большая конкуренция, которой пока не наблюдается в регионах.

Если аудитория

вашего товара – это жители регионов, Рекламное агентство полного цикла «Стратегия» с удовольствием предложит вам организацию региональных рекламных кампаний. Мы используем все самые современные носители и технологии, создадим самый современный дизайн, разместим материалы в региональной прессе и на телеканалах. А наша ценовая политика вас приятно порадует.

Наши менеджеры обладают солидным опытом по размещению региональной рекламы. Мы составим для вас оптимальный медиаплан и поможем добиться эффекта не хуже, чем вы бы могли получить в столице.



CRM системы

Для повышения прибыли вашей компании, увеличения количества клиентов, повышения лояльности и удержания существующих, мы предлагаем вам комплекс решений по CRM. CRM, или customer relationship management – это концепция управления отношениями с клиентами. Это корпоративная информационная система, которая предназначена для улучшения обслуживания клиентов, что достигается путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с клиентами, установления и улучшения бизнес-процедур на основе сохранённой информации и последующей оценки их эффективности.

Согласно данной концепции, в основе любого бизнеса находится клиент, его потребности и предпочтения. Поэтому основными задачами CRM систем является создание и исполнение эффективных маркетин-

говых концепций, поддержка продаж и клиентского обслуживания.

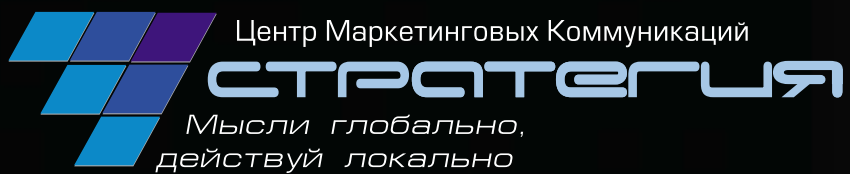
В процессе работ с CRM собираются базы данных о поставщиках, партнерах, клиентах компании, о внутренних процессах деятельности. Данные анализируются, из них делаются определенные выводы, которые служат для реструктурирования работы, улучшения её параметров.



Научный маркетинговый подход к обслуживанию ваших клиентов, каким и является CRM, призван найти и задействовать все возможные пути увеличения эффективности вашей работы. В результате работы с CRM повышается прибыль предприятия и его устойчивость на рынке.

Мы предлагаем вам полный комплекс работ по введению CRM систем в ваш бизнес, подробные консультации и помощь наших специалистов.





Контакты

Адрес: 109052 г. Москва, ул. Нижегородская, д. 31, стр. 1, оф.1509

Телефон: +7 (495) 5047-647

ICQ: 424773260

E-mail: otvet@strategea.ru

www.strategea.ru