



ВСЕРОССИЙСКИЙ СЪЕЗД
• BTL-2006 •

КРУГЛЫЙ СТОЛ
Заказчик-Исполнитель, Москва-Регионы
или как продвинуть себя



WWW.2006.BTLREGION.RU

МОСКВА-РЕГИОНЫ. МЫ НУЖНЫ ДРУГ ДРУГУ!

И сегодня это не «красивые слова», но реальная необходимость. Сегодня не только регионы заинтересованы в столичных подрядчиках, но и наоборот: московское агентство уже не может существовать и конкурировать на рынке, если оно не имеет надежных региональных партнеров.

ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО BTL-РЫНКА:

А) «Количественный рост». Активное создание локальных разрозненных BTL-агентств в городах (1998-2002)

В) «Качественный рост». Укрупнение, объединение BTL-агентств, создание региональных сетевых структур (ситуация сегодня)

С) Создание сетевых структур национального масштаба (ближайшее будущее)

- Эта тенденция обусловлена ростом BTL-активностей, возрастающими требованиями Заказчиков к уровню организации акций и все более сложными, интегрированными механизмами BTL-проектов.
- В связи с этим крупным московским агентствам и сильным региональным структурам необходимо уже сейчас готовить плацдарм для будущих коалиций.

ПОИСК ЗАКАЗЧИКА (ПОДРЯДЧИКА)

Каждый из нас загружен работой. В постоянном режиме цейтнота мы часто забываем совершить простые и крайне важные действия.

Но профессиональное «общение на телефоне» может бесплатно и быстро дать нам то, на что многие тратят большие рекламные бюджеты – КЛИЕНТОВ, ЗАКАЗЧИКОВ и ПОДРЯДЧИКОВ.

- 1) Изучение потенциального партнера (опыт работ, специализация, менеджмент, партнеры в регионах и пр.)
- 2) Персональный звонок (не через секретаря, личный, эмоциональный контакт с потенциальным партнером). Необходимо сразу правильно выбрать визави для общения (как правило, это не менеджер и не генеральный директор агентства).
- 3) Презентация (структура агентств, опыт, клиенты, прайс-лист)
- 4) Повторный звонок
- 5) «Закрепляющее» письмо
- 6) Напоминания (поздравления, функциональная информация, предложения и пр.)

ТРИ «КИТА». СТАНДАРТНЫЕ СХЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- 1) Оперативное реагирование
- 2) Профессиональный менеджмент
- 3) Своевременная отчетность

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ СХЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- Совместная работа над созданием проектов – вовлечение региональных партнеров в разработку механики, креативной концепции проекта.
- Система формирования бюджетов. Индивидуальный подход в зависимости от ситуации, клиента и перспектив.
- Обмен опытом. Деловое общение, встречи с партнерами помимо работы над проектом. Совместные тренинги. Стажировка региональных менеджеров в московских агентствах.
- Для эффективного решения сложных, комплексных, масштабных проектов нужно уходить от схемы «Начальник - Подчиненный», «Заказчик-Исполнитель».
- Необходимо выстраивать схему «Партнер – Партнер»

«УМНОЕ» ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Использование современных способов коммуникации в общении с регионами – гарант отлаженной работы сложных BTL-проектов.

- Видео-тренинги (этап подготовки)
- Конференц-связь с регионами (этап подготовки)
- Мобильная связь (все этапы)
- SMS-коммуникация в случае «проблем» с мобильной связью (этап реализации)
- Видео-конференции - SKYPE (все этапы)

ТОНАЛЬНОСТЬ ОБЩЕНИЯ С ПАРТНЕРОМ

Регионы – это не «провинция», а региональные агентства – это не «исполнители». Уже есть примеры, когда региональные структуры участвуют в тендерах наряду с московскими агентствами. Сильные агентства в регионах в состоянии конкурировать с центром – брать на себя реализацию масштабных национальных кампаний, выступать в роли Заказчика для московских агентств.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

WWW.2006.BTLREGION.RU