

# Программа продвижения кадровых агентств Avenue и RusHunt

---



Креативное  
агентство Type  
Market, январь  
2006





# Исходные данные

- **RusHunt** – российская компания, специализирующееся на целенаправленном поиске руководителей высшего звена (Executive Search). RusHunt применяет передовые западные и зарекомендовавшие себя отечественные технологии в привлечении высококвалифицированного персонала, что позволяет находить лучших специалистов рынка, не прибегая к использованию доступных каждому кадровому агентству баз данных соискателей. Кроме прямого поиска кадров, RusHunt оказывает консультационные услуги в работе с персоналом: анализирует причины проблемных ситуаций, предлагает методы их решения.
- **Avenue** – российская компания, специализирующаяся на подборе ключевых специалистов и руководителей высшего звена.

## Миссия

Используя передовые технологии в поиске кадров, **Avenue** помогает оперативно и эффективно находить кадры для развития бизнеса клиентов

## Преимущества

-  Богатый опыт и знание рынка труда
-  Профессиональные консультанты
-  Использование передовых технологий в поиске персонала (в том числе headhunting )
-  Развитая региональная сеть партнерских кадровых агентств

# Цели и задачи

---

Предлагаем Вашему вниманию ряд идей и инструментов в сфере маркетинга, рекламы и PR, направленных на продвижение и развитие кадровых агентств **RusHunt** и **Avenue**.

Программа является предварительным предложением о сотрудничестве.

## **Цели и задачи:**

- Повышение узнаваемости брендов **RusHunt** и **Avenue**
- Формирование положительного имиджа брендов
- Привлечение новых клиентов для обслуживания
- Поддержание лояльности среди существующих клиентов

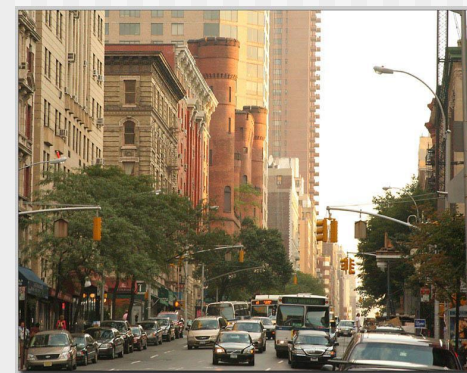
# Концепция

Для успешной реализации программы продвижения бренда необходима ключевая идея, объединяющая все активности схожими образами и смыслом. При разработке программы для агентства **Avenue** у нас возникли следующие наблюдения, которые могут лечь в основу концепции продвижения бренда в этом году:

- 5 Авеню в Нью-Йорке - самая дорогая торговая улица мира с шикарными магазинами и престижными офисами крупнейших мировых компаний
- В переводе с английского Avenue означает «путь», «направление движения» (как и указано на сайте компании)
- в 2006 году агентству **Avenue** исполняется 5 лет

При проведении тестирования образа улицы 5й Авеню в Нью-Йорке на мозговом штурме **Type Market** мы выявили несколько основных положительных ассоциаций:

- Избирательность
- Хороший вкус
- Мода, современность
- Чувство стиля
- Качество
- Известность, популярность
- Актуальность



# Слоганы

---

Предлагаем связать эти ассоциации с брендом **Avenue** слоганами:

- Короткий путь к успеху
- Прямая дорога к успеху
- Дорога со ступеньками
- Дорога в гору
- Дорога к звездам
- Звездная дорога
- Респектабельность и скорость
- Профессиональная респектабельность
- Американская мечта
- Однажды в Америке
- Мечты сбываются
- Наши кадры решают
- Только лучшие (условия для работы, кадры и т.д.)

# Слоганы

---

Основная ассоциация, возникающая с брендом **RusHunt** - это расшифровка названия и деятельности компании на русском языке: охота за головами. Предлагаем Вашему вниманию несколько вариантов слоганов и идей программы продвижения **RusHunt**:

- Поохотимся?
- Охота, сулящая деньги!
- Охота для избранных
- Прогнозируемая охота, запланированный результат!
- Нашей охотой довольны все, даже трофеи
- Охота на охотников
- Охота за талантами
- Сезон охоты открыт всегда!
- Сезон охоты на больших боссов
- Национальная охота за головами
- Знатоки лучших голов
- Внимательное ведение Головы
- Те, кто принимает решения
- Волки сыты, головы целы

# Программа лояльности

Предлагаем Вашему вниманию комплексную программу лояльности, включающая эффективные, современные механизмы **Direct Marketing**, программирования и тенденций бизнеса.

## **Задачи программы лояльности:**

- Нацелить партнеров на долгосрочное и постоянное сотрудничество
- Сформировать высокий уровень доверия партнеров
- Создать имидж стабильного высокопрофессионального партнера

**Основные месседжи**, транслируемые адресатам в рамках программы лояльности:

- Стабильность
- Высокий уровень обслуживания и профессионализм
- Заинтересованность в постоянстве работы
- Забота о партнере (опека)
- Ответственность за результат
- Большие возможности.
- Избранность в выборе партнеров

## **Коммуникации:**

- Прямой короткий канал для имеющихся клиентов

# Программа лояльности

## Мероприятия:

- Привлечение новых клиентов с применением **сетевого метода** – метод заключается в рассылке компаниям, ориентированным на нашу целевую аудиторию, предложения о сотрудничестве. Суть предложения – компания N рекомендует своим клиентам кадровое агентство (КА), в случае их обращения по рекомендации компания N получает определенный процент от заказа
- Рассылка клиентам КА **поздравлений** с праздниками в виде открыток и подарков: на Новый Год, 8 марта, 23 февраля, День Рождения и т.п.
- Рассылка 1 раз в квартал **новостей** на открытке, информации о новой интересной книге или статье, написанной кем-то из сотрудников КА или любой другой вид напоминания о себе в креативной форме
- Отдельные напоминания о КА по «уснувшим» клиентам
- Расширение массива новых клиентов, за счет регулярного обращения к ним с предложениями о сотрудничестве, составленными в необычной форме



# Создание клуба

В рамках программы лояльности рекомендуем создать **клуб**, членами которого становятся крупные компании – клиенты КА, имеющие схожую целевую аудиторию. Клуб создается на условиях взаимовыгодного сотрудничества, все его члены располагают определенной скидкой на услуги компаний, входящих в структуру клуба.

Клуб предоставляет партнерскую систему скидок своим клиентам через фирменные (клубные) пластиковые карты. Расширением возможностей клубной карты и увеличением ее привлекательности для клиентов может послужить сотрудничество КА с системой скидок, например системой Countdown. Логотип Countdown на карте клуба позволит ей приобрести все свойства карты Countdown. Для системы Countdown это предложение может быть выгодным, например, при включении КА в число компаний предоставляющих скидки на свои услуги для всех владельцев карт Countdown.



# Создание клуба

---

## Мероприятия по созданию клуба:

- Разработка единой бонусной программы для КА и компаний-партнеров
- Составление брифа и подбор подрядчика для создания программного обеспечения (ПО). Для грамотной работы с клиентами создается единая программа (как, например, 1С в бухгалтерии), в которой фиксируется и обновляется вся информация по клиентам
- Тестирование бонусной программы и масштабирование
- Мини-тренинг для персонала всех компаний-участников о программе лояльности
- Внедрение программы в среду клиентов

# Direct Marketing



Предлагаем еще несколько интересных идей для прямой адресной доставки:

- Рассылка генеральным директорам – цель рассылаемого письма: стимулировать генерального директора обратиться в агентство **RusHunt** в качестве соискателя вакансий. Письмо попадает директору лично в руки, при грамотно составленном тексте является хорошим средством для инициирования подобного обращения.
- Рассылка предложений агентства **Avenue** HR директорам, заинтересованным в привлечении персонала.
- **Формат рассылки**: при подготовке сообщения важно, чтобы оно было оформлено оригинальным образом. Предлагаем разослать визитки с номером телефона и маленьким аккуратным макетом телефонного аппарата из пластика, наклеенного на визитку. Визитка вкладывается в подарочную коробку или красивый конверт. Такое послание стимулирует адресата для совершения звонка в кадровое агентство. Второй вариант: макет телефонного аппарата с номером сделан в виде наклейки из пластика, чтобы крепиться к компьютеру. В этом случае всегда будет на виду у адресата.

# PR

---

Для инициирования публикаций и освещения в прессе предлагаем создавать длительные личные контакты с журналистами целевых изданий. Представители СМИ всегда ищут новый интересный материал и часто испытывают недостаток подобной информации. В то же время, редакторы изданий отказываются публиковать материал рекламного характера бесплатно. Только в процессе коммуникации выяснятся общие интересы изданий и кадровых агентств, которые приведут к взаимовыгодному длительному сотрудничеству.

Специалисты **Type Market** организуют процесс взаимодействия прессы и руководства КА, определяют потребности в материале для изданий, подготовят необходимую информацию и предложат оригинальные информационные поводы для СМИ, связанные с кадровым бизнесом и деятельностью компаний **RusHunt** и **Avenue**.



# PR

## Рекомендуемые СМИ и мероприятия:

- Размещение статей генерального директора **Avenue** Алексея Комарова в газете **Ведомости** на полосу **Кадры** (выходит по понедельникам), тема заранее согласуется с редакцией газеты
- Размещение комментариев в материалах по теме подбора персонала в журналах **Деньги, Профиль, Компания, Секрет фирмы**
- Размещение статей в журнале **HBR**, при согласовании тем с редакцией
- Короткие ответы в газете **Коммерсантъ**, рубрика **Прямая речь**;  
в журнале **Власть**, рубрика **Вопрос недели**
- Профильные издания: **Справочник кадровика, Кадровое дело, Управление персоналом**
- Радио: **Эхо Москвы, Серебряный дождь**
- Телевидение: **РБК**
- Взаимодействие с профильными **сайтами**: размещение статей, участие в Интернет-конференциях

# Книга



Предлагаем выпустить **книгу**, ориентированную на целевую аудиторию КА: топ-менеджмент крупных российских компаний и молодых амбициозных людей. Материал книги подготовлен профессионалом кадрового бизнеса, книга выходит в рамках издания известной серии московского издательства. Выход книги – отличный информационный повод для СМИ, к которому можно приурочить серию мероприятий. Часть тиража рассылается по постоянным клиентам компании в качестве подарка.

## Варианты издательств:

- **Вершина**, серия **Молодые Менеджеры. Бои без правил**: бизнес-литература для Молодых профессионалов, написанная Молодыми Менеджерами. В своих книгах они делятся опытом, как молодым и амбициозным проложить себе дорогу в мир Больших Боссов. Вышедшие книги этой серии: «Как сделать карьеру в рекламном бизнесе» Кривицкая Н., «Создай свой бизнес?!», Ширшов А.
- **Альпина БизнесБук**, серия **Бизнес на 100%** - популярная серия, пользующаяся сейчас большим спросом, в книгах актуальные и сложные технологии описаны простыми доступным языком. Вышедшие книги: «Медиапланирование на 100%» Назайкин А.Н., «Call Center на 100%: Практическое руководство по организации Центра обслуживания вызовов» Самолюбова А.Б., «Тренинг для тренеров на 100%: Секреты интенсивного обучения» Чуркин А.В.

# Event Marketing



Специалисты **Type Market** имеют большой опыт в организации корпоративных мероприятий.

Агентству **Avenue** в 2006 году исполняется 5 лет, предлагаем организовать **креативную вечеринку в честь юбилея** с приглашением коллектива и партнеров компании.

**Type Market** полностью организуют мероприятие «под ключ»:

- Мы подготовим креативную концепцию и полный сценарий мероприятия
- Разработаем дизайн приглашений и других элементов оформления
- Подберем площадку в соответствии с пожеланиями БПФ (клуб, ресторан, загородный пансионат и др.)
- Предложим разнообразные варианты меню
- Пригласим артистов, музыкантов, аниматоров, ведущего и остальных участников программы

# Event Marketing



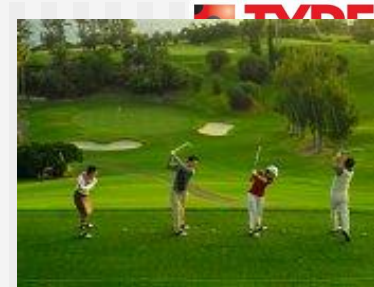
5 лет **Avenue** исполняется 2 августа, в связи с чем предлагаем провести **мероприятие в формате корпоративного летнего пикника** на природе. Мы привезем сотрудников агентства в один из самых сказочных уголков Подмосковья и устроим незабываемый отдых, после которого заряд бодрости, хорошего настроения и желания работать одной командой сохранится в коллективе на целый год!

Программа пикника формируется с учетом пожеланий руководства компании и предпочтений сотрудников. Она может быть интеллектуальной или спортивной, с элементами тим билдинга и спортивного ориентирования, экскурсиями по древним культурным местам и достопримечательностям подмосковных городов (Ярославля, Владимира, Твери), тематическими конкурсами. Гости почувствуют себя:

- героями известного любимого кинофильма: **17 мгновений весны, Кавказская пленница, Особенности национальной рыбалки** и др.
- жителями **Африки, Рима** или **Индии** на стилизованном пикнике
- пионерами в **Пионерском лагере**
- и самими собой на **Вечеринке без правил**



# Event Marketing



Мероприятия – эффективный способ для создания корпоративного духа, поддержания и развития существующих отношений с партнерами.

Эти задачи легко решаются в непринужденной свободной обстановке в приятном и удобном месте, куда партнеры приглашаются для решения вопросов, связанных с бизнесом и совместного отдыха.

## **Корпоративное мероприятие в Подмосковье**

Региональные компании приглашаются на мастер-класс, проводимый КА **Avenue** в известном подмосковном пансионате (например, парк-отель «Атлас»). Программа планируется на 2 дня, первая половина дня насыщена выступлениями и официальными мероприятиями, после которых для партнеров проходит спортивная программа (например, соревнования по картингу, гольфу, пейнтболу). Вечером в ресторане пансионата организуется фуршет для гостей и развлекательная программа. Мероприятие проходит под знаком **5 звезд**, чтобы подчеркнуть профессионализм и уровень работы КА. Концепция 5 звезд удачно сочетается с имиджем улицы 5 Авеню в Нью Йорке и позиционирования кадрового агентства **Avenue** в целом.



# Event Marketing

Для создания отношений с новыми клиентами и укрепления связей с уже существующими предлагаем агентству **RusHunt** провести **охотничью вечеринку**.

**Формат вечеринки:**

## 1. Особенности национальной охоты

Вечеринка выдержана в духе известного всенародно любимого фильма. Место проведения: подмосковный пансионат или ресторан в Москве. Для оформления зала и создания необходимого антуража используются охотничьи трофеи, чучела, оружие.

В пространстве площадки организовано несколько интерактивных зон развлечений для гостей: тир со стрельбой, метание ножей, игры в карты. На экраны клуба проецируется специально созданный видеоарт с захватывающими съемками охоты и известными тематическими кадрами фильмов.

В программе на главной сцене участвуют цыганский коллектив с яркими костюмами, завораживающими танцами и песнями. Ведущим вечера может стать актер Алексей Булдаков, главный герой «Особенностей национальной охоты» и любимец всей страны. Ведущий проводит охотничьи конкурсы для гостей и произносит со сцены свои знаменитые тосты, ставшие крылатыми фразами: «Ну - за братство! Ну - за встречу! Ну - за дружбу! Ну - за искусство... Ну - за красоту! Ну - за справедливость!»

# Event Marketing

## 2. **Английский клуб**

Центральной идеей программы также остается охота, формат и атмосфера выдержаны в английском стиле времен Шерлока Холмса. Вечеринка проходит в московском клубе, в пространстве которого организована выставка антикварного оружия, сигарная комната. Ведущий Шерлок Холмс руководит поиском Голов, на экраны проецируется видеоинсталляция из английских фильмов 60-х, гостей угощают скотчем, кексами и чаем.



# Event Marketing

---

## Деловые мероприятия

Рекомендуем представителям КА принимать активное участие в профессиональных публичных мероприятиях в качестве зарегистрированных участников и выступающих. Одинаково важно участие самой компании в специализированных выставках в качестве экспонента.

С целью повышения результативности такого рода активностей мы планируем совместно с КА произвести отбор наиболее значимых событий в этой области, определить оптимальный формат участия в каждом из них.

Наиболее подходящие по специфике работы выставки – **Тренинг 2006** и **Персонал Москва 2006**.

Для привлечения новых клиентов во время проходящих выставок и отдельно от них эффективна практика проведения **семинаров**. Семинар формирует положительный имидж компании-организатора, интересная тема может стать хорошим информационным поводом и получить освещение в СМИ.

# Event Marketing

---

## Благотворительные мероприятия

Учитывая тот факт, что компания заинтересована в развитии регионального проекта, на наш взгляд благотворительную деятельность целесообразнее развивать всероссийскую благотворительную программу в Москве и других городах.

После определения бюджета, который КА готово предоставить на данную деятельность, **Type Market** разработает оптимальный вариант благотворительной или спонсорской программы. На наш взгляд могут быть интересны образовательные программы для детей сирот, программы профориентации и т.п.

В регионах более вероятна возможность поддержки в СМИ данных программ.



# Справочники

Рекомендуемые справочники для размещения информации КА:

- **Желтые страницы**
- **МГТС**

## Формат рекламы:

имиджевый модуль на первых страницах справочника и тематическая строка в разделе «Кадровые агентства»



# Сайт и фирменный стиль

---

Для раскрутки сайта и увеличения посещаемости предлагаем:

- Публиковать на нем переводные западные материалы по вопросам кадров
- Разместить на сайте форум с вопросами посетителей и ответами специалистов КА
- Модернизировать оформление сайта, добавить флеш элементов, движения, имиджей и образов КА

Предлагаем разработать новый фирменный стиль КА, отвечающий современным тенденциям и задачам программы продвижения

## **1. Базовые элементы стиля**

- логотип
- фирменные блоки (варианты компоновки логотипа, адреса, слогана)
- фирменные шрифты
- фирменные цвета
- разрешенные/запрещенные варианты использования логотипа
- охранные поля вокруг логотипа и тд

# Фирменный стиль

---

## 2. Фирменная документация

- бланк письма
- визитка
- корпоративная карточка
- фирменная папка
- конверт DL
- конверт С4
- бланк факсимильного сообщения
- бэйдж сотрудника
- пропуск сотрудника

## 3. Реклама в прессе

- модульная сетка рекламных макетов (желательно на примере реального макета)

2 формата (рекламная полоса и 1/2 полосы)

## 4. Рекламная полиграфия

- модульные сетки для различных форматов изданий (например лифлет А4 с 2мя фальцами, буклет А5, буклет А4 и тп). В общем, по необходимости
- дизайн и верстка конкретных буклетов, каталогов и тд оговаривается отдельно.



# Фирменный стиль

---

## **5. Наружная реклама**

- вывески (фасадная, на вход и тп)
- наружная реклама (штендеры, лайтбоксы, рекламные щиты 6x3 м и тп. по необходимости)

## **6. Сувенирная продукция**

- наклейки, вымпелы, чашки, зажигалки и тп...

## **7. Подарочные материалы**

- открытки, приглашения, праздничные конверты, календари и тп

**8. Брэндбук** (общие правила работы с элементами фирменного стиля, в формате PDF)

# Контакты

---

**Мы будем рады с Вами сотрудничать!**

**Креативное агентство Type Market**

**Тел (495) 508-25-66**

**E-mail [typemarket@mail.ru](mailto:typemarket@mail.ru)**