



**Рекламное  
агентство**

**«Приорите**

**Т»**





# Критерии выбора заказчиком рекламного агентства

- Рекламное агентство «Приоритет» является одним передовых агентств в Волгоградской области, что является важным показателем солидности. Также заказчики выбирают это агентство из-за профессионализма креативного отдела, произведенная агентством реклама очень востребована на рынке, так как имеет большой отклик потребителей.

# Рекламное агентство «Приоритет»

РА «Приоритет» существует с 2006 года, проводит весь комплекс работ по подготовке и проведению рекламной кампании, начиная от разработки механики и общей концепции, и заканчивая всем комплексом работ различной сложности.

**С нами вы всегда в приоритете!**

# Рекламное агентство «Приоритет»

Телефон: +7 (8442)  
78-25-54

Email: [mail@prioritet.ru](mailto:mail@prioritet.ru)

Юр. Адрес : Россия, г.  
Волгоград, ул. Ангарская,  
д. 17,



# Цель

Создавать рекламу, которая работает. Деловой успех клиента – это главный результат нашей работы. Ведь наша основная задача — сделать не только запоминающуюся рекламную кампанию для каждого клиента, но и изготовить рекламу, которая будет продавать! Материалы для изготовления и виды рекламы подбираются индивидуально в зависимости от запроса и платёжеспособности клиента.

# Задачи

- Задачами рекламного агентства является становление как лидера среди Волгоградских рекламных агентств посредством освоения новых компаний, диверсификации видов деятельности, обеспечения надежности и высокого качества проведения рекламных кампаний и акций

# Функции

- Изучение потребителей, товаров, рынка
- Разработка творческой стратегии и стратегии использования носителей рекламы
- Создание рекламной продукции на основе полученных от рекламодателей заказов, разработка планов комплексных рекламных мероприятий, используя потенциал как творческих, так и технических специалистов
- Сотрудничество со средствами массовой информации, размещение у них заказов и контроль их выполнения
- Ведение расчетов с рекламодателями и средствами массовой информации
- Сотрудничество с типографиями, студиями, рекламными комбинатами, внештатными специалистами

# Услуги

- Изготовление наружной рекламы
- Широкоформатная печать
- Интерьерная печать
- Оформление витрин
- Реклама на транспорте
- Размещение наружной рекламы
- Реклама в интернете
- Сувенирная продукция
- Полиграфия
- Световые короба, входные группы
- Дизайн
- Аэрография

# Структура рекламного агентства



# Службы рекламного агентства

1. Отдел исполнения заказов
2. Креативный отдел
3. Маркетинговый отдел
4. Административный отдел

# Креативный отдел

- Креативный отдел специализируется на работах в области творческого создания рекламного продукта – разработке исходных творческих заданий, творческих рекламных концепций, обоснований, самих творческих решений рекламы и создания собственно рекламных кампаний для клиента-рекламодателя. Роль специалистов креативного отдела чрезвычайно высока, так как от их профессионализма и таланта зависит эффективность создаваемой рекламы. Именно они осуществляют генерирование идей рекламного обращения и находят окончательные варианты средств их реализации. Креативный отдел объединяет художественных редакторов, художников-дизайнеров, специалистов-графиков, текстовиков. Иногда в состав отдела включаются режиссёры и другие творческие специалисты.

# Креативная группа:

- Руководитель группы
- Координатор
- Команда специалистов (текстовики, дизайнеры, копирайтеры)

# Отдел исполнения заказов

- Отдел по работе с клиентами структурно подразделяется на рабочие группы, каждая из которых ведёт дела конкретного клиента-рекламодателя . В состав рабочих групп для выполнения конкретного заказа клиентов включаются представители творческого , производственного отделов и отдела менеджмента .

# Группа исполнения заказов

- Руководитель группы
- Координатор
- Менеджер
- Рекламные агенты

# Отдел маркетинга.

- Целью отдела маркетинга является выявление и систематизация потребностей рекламодателей и их ресурсов, состояния рынка конкретных товаров и услуг, возможных каналов коммуникации, а также исследование по определению эффективности применения рекламных средств.

# Группа отдела маркетинга

- Руководитель группы
- Координатор-маркетолог
- Аналитики
- Специалисты маркетингового отдела

# Административный отдел

- Цель деятельности рекламного агентства – получать прибыль. Для этого оно должно иметь добротную систему административного управления. Административный отдел отвечает за разработку и контроль осуществляемых перспективных финансовых планов, координированию доходов, затрат выработки текущей политики

# Группы административного отдела

- Руководитель группы
- Координатор
- Бухгалтера
- Юристы
- Экономисты

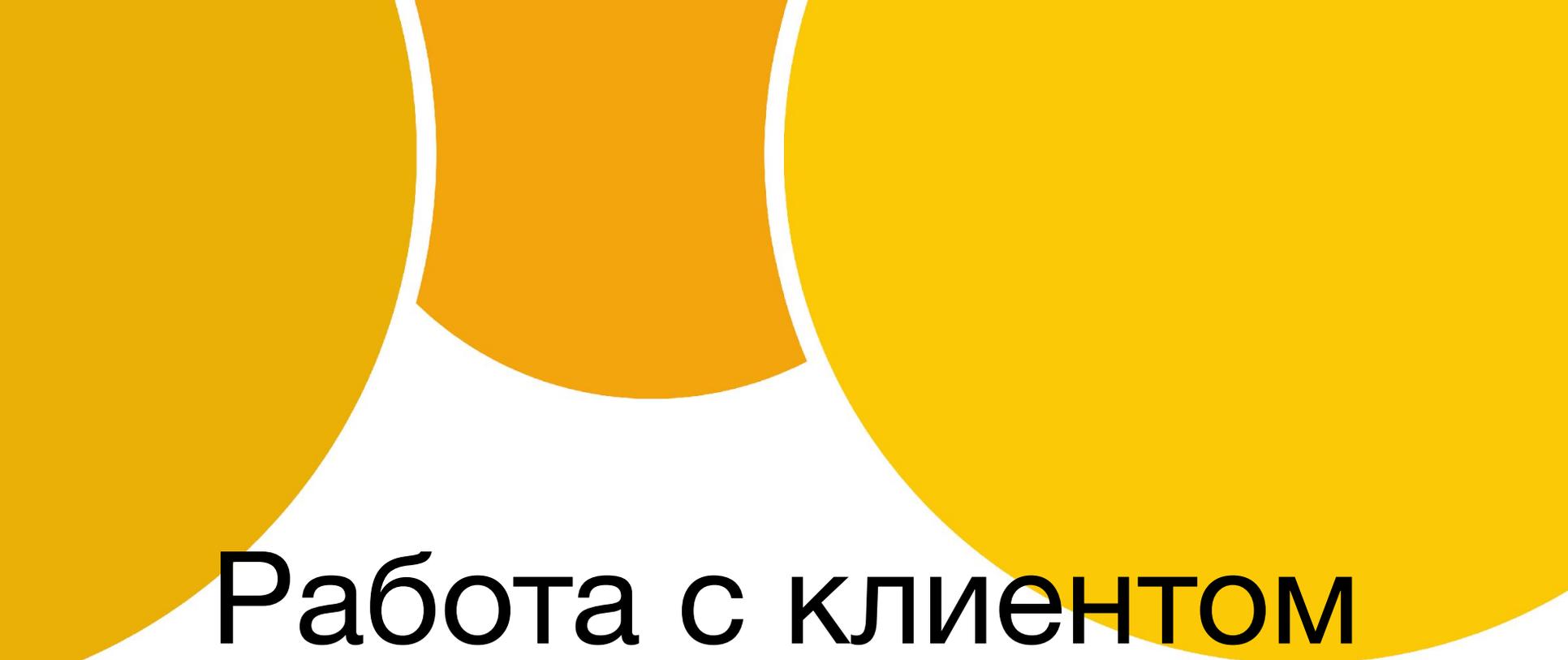
# Юридические права рекламного агента

**На рекламного агента возлагаются следующие функции:**

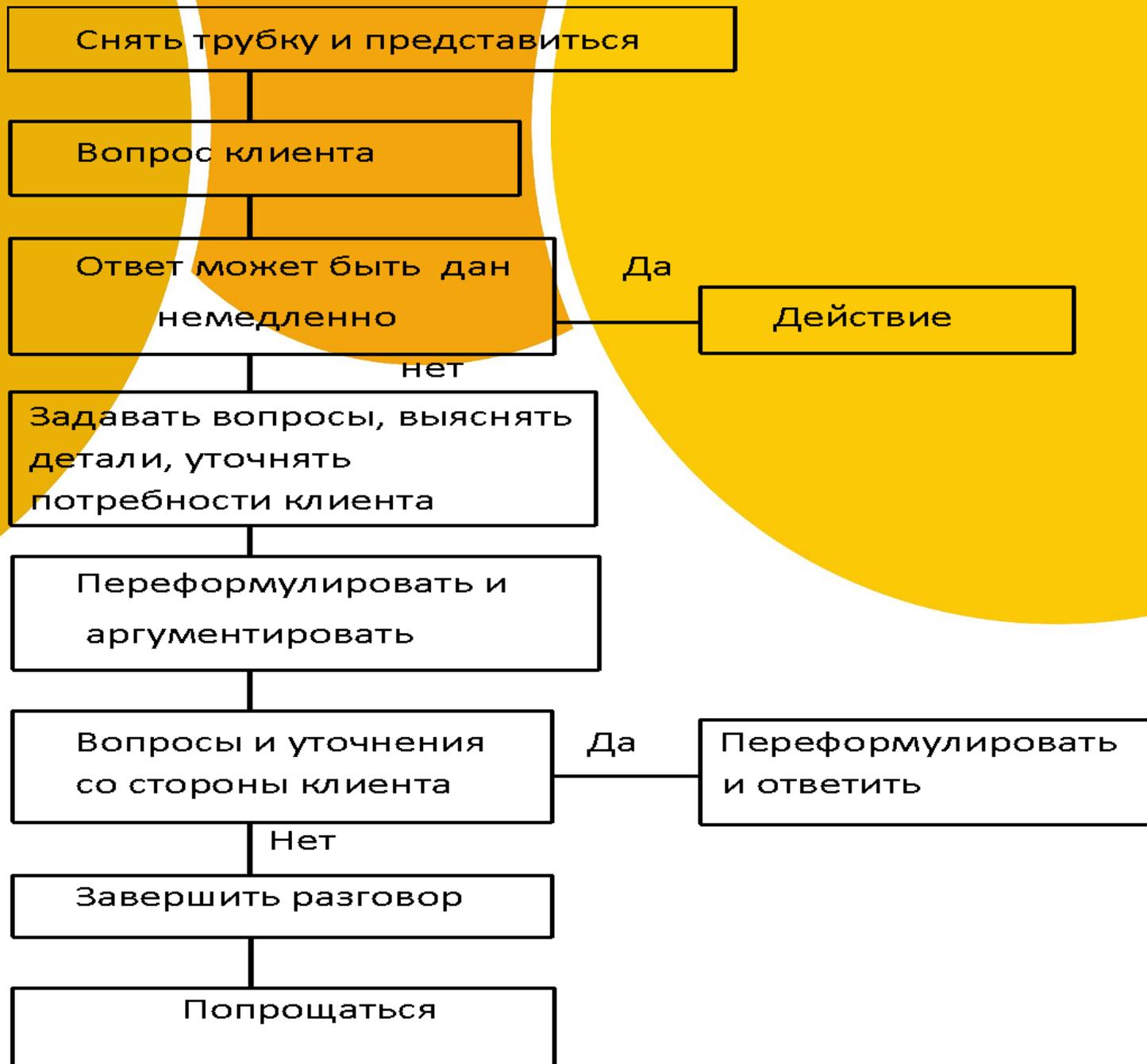
- 1.** Посредничество в представлении и продвижении товаров, услуг, коммерческих идей.
- 2.** Заключение договоров или соглашений между доверителем и посредником.
- 3.** Взаимодействие с другими агентами по рекламе.
- 4.** Представление установленной

# Каким я вижу рекламного агента

- Рекламный агент это «лицо» рекламного агентства. Это человек, который напрямую общается с заказчиком, координирует работу специалистов и берет на себя ответственность за исполнение заказа.
- Рекламный агент коммуникабелен, обычно у него ненормированный график, один телефонный звонок и ему нужно ехать на встречу с заказчиком. Когда агент общается с потенциальным клиентом, его основная задача - сделать его клиентом своего рекламного агентства, для этого ему нужно понимать что именно хочет клиент, находить общий язык и предлагать наиболее приемлемые варианты. И для этого рекламному агенту необходимо знать и понимать работу специалистов (текстовиков, верстальщиков, дизайнеров и т.д.) чтобы скоординировать их работу после принятия заказа. Агент может разбираться во всех сферах деятельности чтобы предложить клиенту правильную рекламу. Если же это агентство направленное на определенную отрасль, то рекламный агент должен быть специалистом в своей отрасли, но не забывать о своей основной работе.



# Работа с клиентом



# Этапы взаимодействия заказчика и рекламного агентства

- Этап планирования и консультирования
  - Консультирует рекламодателя по вопросам разработки рекламной стратегии
- Этап создания рекламного продукта
  - Самый ответственный этап работы рекламного агентства, когда определяется уровень всей работы в целом
- Этап реализации плана рекламной кампании
  - Завершающий этап работы рекламного агентства который может значительно усилить рекламное воздействие на потребителя, благодаря творческому подходу к решению задач медиапланирования

# Рекламный бриф

Бриф (brief) - это письменный документ, который по существу является подробным техническим заданием, руководством к действию.

Виды брифа:

- Маркетинговый бриф- описывает отношение к рынку и конкурентам, стратегию и цели кампании.
- Медиа-бриф- для планирования и проведения рекламной кампании.
- Креативный бриф- задание на создание рекламного продукта.
- Коммуникационный бриф- это описание ожидаемого коммуникационный эффект от потребителя.

# Виды документации

Акт

Внутренняя опись документов дела

Выписка из приказа

Должностная инструкция арт-директора

Должностная инструкция специалиста по рекламе

Докладная записка

Служебная записка

Объяснительная записка

Журнал регистрации входящих документов

Журнал регистрации исходящих документов

Номенклатура дел

Письмо-запрос

Письмо-ответ

Положение о создании совета директоров

Положение о создании структурного подразделения (об отделе рекламы)

Приказ

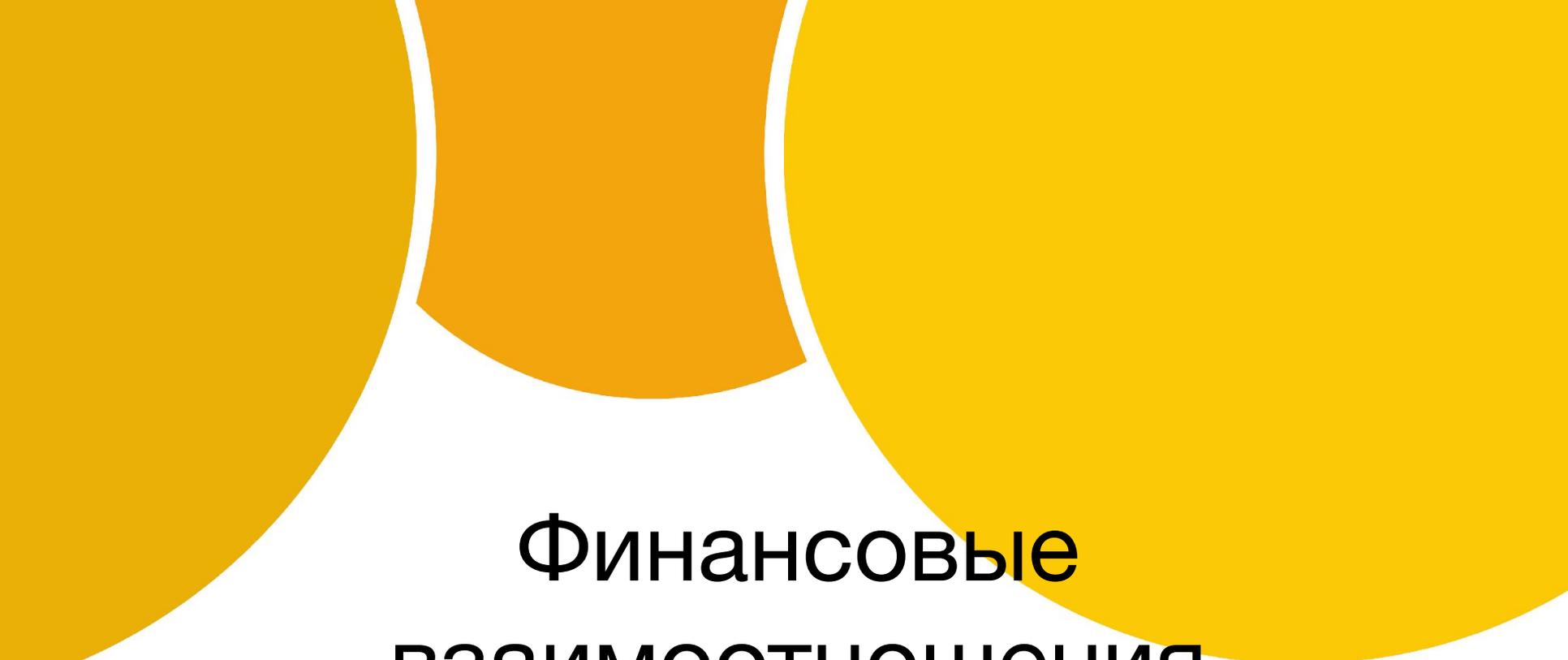
Протокол

Распоряжение

Регистрационно-контрольная карточка (РКК)

Структура и штатная численность

Штат



# Финансовые взаимоотношения

## Агентский договор на проведение рекламных кампаний

№ \_\_\_\_\_

г. Волгоград «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Соколова Анастасия Ренатовна именуемое в дальнейшем «Пилот», в лице Смирнова Валентина Петровна, действующего на основании \_\_\_\_\_, одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Агент», в лице \_\_\_\_\_, действующей на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, именуемые в далее «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

# АГЕНТСКИЙ ДОГОВОР НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ

АГЕНТСКИЙ ДОГОВОР N \_\_\_\_\_  
на оказание услуг по информационно-рекламному обслуживанию

Г. \_\_\_\_\_

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ Г.

\_\_\_\_\_, именуем\_\_ в дальнейшем "Агент", в лице \_\_\_\_\_, действующ\_\_ на основании Устава, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуем\_\_ в дальнейшем "Приоритет", в лице Генерального директора \_\_\_\_\_, действующ\_\_ на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые в дальнейшем "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем:

# Финансовые взаимоотношения заказчика и рекламного агентства

- выплата комиссионных;
- выплата гонораров;
- почасовая оплата (договорные расценки);
- комбинированный тип оплаты:  
комиссионные + почасовая оплата,  
либо комиссионные + гонорар;
- выплата дополнительных  
комиссионных в конце года (бонусы).