

РЕКЛАМНОЕ И PR- АГЕНТСТВО: ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕНЕДЖМЕНТА



Успешная деятельность рекламного агентства зависит от этих двух факторов. Если интуицию объяснить нельзя, то в сфере науки существуют определенные наработки. На основе них для того, чтобы рекламная деятельность была эффективна, в соответствии с научными методами рекламное агентство должно на основе рекламных теорий сформулировать структуру своей организации



Рекламные агентства как участники рекламного процесса выполняют следующие основные функции:



- осуществляют взаимоотношения со средствами массовой информации, размещая в них заказы и контролируя их выполнение;
- создают рекламную продукцию на основе полученных от рекламодателей заказов, разрабатывают планы комплексных рекламных кампаний, других рекламных мероприятий, используя потенциал как творческих, так и технических специалистов;
- ведут расчеты с рекламодателями и средствами массовой информации;
- сотрудничают с типографиями, студиями, рекламными комбинатами, внештатными специалистами.

Политика агентства

Создание хорошей рекламы - политика. Как политики пытаются принимать решения, которые бьют по наименьшему числу людей, так и агентства пытаются создавать рекламу, которая не разочаровала бы:

- клиента,
- других клиентов,
- банкиров агентства,
- творческий отдел,
- любое другое более крупное агентство, которое могло бы с ними сотрудничать.



В реализации рекламного процесса принимают участие следующие субъекты:



1. **Рекламодатель** - юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы.
2. **Рекламопроизводитель** - юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме.
3. **Рекламораспространитель** - юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и распространение рекламной информации путем предоставления и использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевидения, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами.

Услуги предоставляемые рекламным агентством

Рекламное агентство выполняет следующие основные функции:

- поиск клиентов;
- создание первоначального варианта рекламной продукции, включая оформление и компьютерный (или машинописный) набор текста;
- выбор канала распространения рекламы (средства массовой информации) и бронирование печатной площади для рекламы Вашего предприятия;
- производство, размещение и контроль за выходом в свет рекламы Вашего предприятия; оформление необходимых бухгалтерских документов.



Поиск клиентов и работа с ними

Как правило, первый контакт с клиентом устанавливает сотрудник рекламного агентства, ответственный за прием клиентов и работу с ними.

Задача этого сотрудника рекламного агентства заключается в том, чтобы выяснить существующие потребности и пожелания клиента и организовать выполнение его заказа силами сотрудников данного рекламного агентства.

