

# BTIMAG

MARKETING-SKILLS

10 (100) 2020



директор по стратегии







**Ace Target**  
intensive sales agency

# АЛЕКСАНДР ЦАРЕВ

ВСЬ МИР В ТВОИХ РУКАХ!



MARKETING AGENCY / ST GROUP

-  +7 /863/ 230 54 04 / 219 34 45
-  [vk.com/stgroup\\_agency](https://vk.com/stgroup_agency)
-  [facebook.com/stgroup.team](https://facebook.com/stgroup.team)
-  [instagram.com/stgroup\\_agency](https://instagram.com/stgroup_agency)
-  [info@stgroup.agency](mailto:info@stgroup.agency)
-  Ростов-на-Дону /  
ул.Немировича-Данченко / 26

“Настоящего рекламиста характеризует креативность, многозадачность и искреннее желание помочь клиенту продать больше и дороже.”

Читайте на стр 9

“BTL предлагает клиентам отличные возможности для продвижения даже для товаров, сезон которых прошел или еще не наступил.”

Читайте на стр 80

“Именно эмоции играют важную роль в проведении любых мероприятий.”

Читайте на стр 86



# Содержание

Читайте в номере: >>>

## news

4 Новости рынка

## кейс

6 Держи краба

## портрет

8 Александр Царев, Ace Target

## топ 100

10 Знакомимся с активными агентствами России

## экспертиза

79 Отвечаем на вопросы представителей отделов маркетинга

## букинист

92 Все, что пригодится в работе

**BTL**MAG  
btlmag.ru

Интернет-журнал  
BTL magazine 10 (100) 2020

Над номером работали:

Главный редактор:  
Ольга Нестерова  
olga@btlmag.ru

Шеф-редактор:  
Алина Пищальникова  
mail@btlmag.ru

Верстка:  
Елена Краснова

Обложка:  
Александр Царев,  
ACE TARGET  
(г.Москва)

При перепечатывании материалов ссылка на Интернет-журнал BTL magazine обязательна.

По вопросам размещения рекламы и сотрудничества пишите на почту:  
info@btlmag.ru

# Компания LEGO Group собирает по кубику новогоднее чудо



Акция #BuildtoGive жертвует 1 миллион конструкторов детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации

Новогодние праздники – это самое волшебное время в году, наполненное уютом и предвкушением сказки. Однако не для всех детей предпраздничные дни ассоциируются с трепетом и ожиданием чуда. Именно поэтому компания LEGO Group четвертый год подряд запускает благотворительную акцию #BuildtoGive в рамках кампании «Построй свой мир»/RebuildtheWorld, призывая семьи проявлять творческий подход и дарить игрушки нуждающимся детям, просто создавая свои постройки из кубиков LEGO. В качестве благотворительной помощи компания намерена передать детям до 1 миллиона наборов, а общий объем пожертвований в 26 странах при-

сутствия бренда составит до 10 миллионов долларов США.

Кампания «Построй свой мир»/Rebuild The World призвана развивать креативность и творческий потенциал подрастающего поколения: игра с кубиками LEGO помогает детям учиться творчески решать задачи и развивает способность генерировать идеи, используя свою фантазию. С одним конструктором ребенок может воплотить в жизнь сотни задумок, разбирая и перестраивая модели на свое усмотрение снова и снова. Суть кампании – показать глазами детей мир, полный новых и безграничных возможностей.

Независимо от условий вокруг, все юные мечтатели полны неисчерпаемого оптимизма и любви к жизни. Компания LEGO Group с помощью инициативы #BuildtoGive оказывает поддержку детей, попавших в трудные жизненные обстоятельства. В рамках данного проекта компании LEGO Group и LEGO Foundation пожертвуют по одному набору LEGO нуждающимся семьям, больницам и детским домам за каждую постройку из кубиков LEGO. В



России благотворительными партнерами доброй акции стали фонды «Кораблик», Фонд Хабенского, «Доктор Клоун» и «Линия жизни», а также Санкт-Петербургский онкологический центр. В сумме до 1 миллиона наборов будет передано в 26 стран присутствия бренда, а также в страны, где расположены крупные офисы или заводы компании LEGO Group.

Принять участие в доброй инициативе могут все желающие: для этого нужно собрать любую постройку, сделать ее фотографию и поделиться изображением в социальных сетях или в приложении LEGO Life с хештегом

#BuildToGive до конца декабря. От симпатичных безделушек до идей для декорации и украшений на елку – приветствуется любой дизайн! Участие в #BuildtoGive поможет окунуться в праздничную атмосферу в уходящем году, а кроме того, сборка позволит объединить семьи за общим занятием. Согласно глобальному исследованию LEGO Play Well Report, 9 из 10 родителей по всему миру считают, что игра помогает семьям расслабиться и организовать совместный досуг в стенах дома.

Источник: [advertology.ru](http://advertology.ru)

## ПРОМО-РЮКЗАКИ

СПЕЦИАЛЬНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ !

ОТ

**YOZ\*shop** 

[www.yozoshop.ru](http://www.yozoshop.ru)



Собственное производство



Доставка по всей России



Гарантия 1 год



Оплата ОСНО/УСН



**Скидка -15%**  
**на всю категорию**  
**промо-рюкзак**

Предъявите купон до  
**01.05.2021**

-15%

-15%

Иллюстрация и кейс: <http://www.beetl.ru>

## Держи краба

### Клиент

Банк «Восточный»

### Бренд

Банк «Восточный»

### Проект

Креативная концепция сотрудничества Банка «Восточный» с хоккейным клубом «Адмирал»

### География

г. Владивосток

### Дата

Хоккейный сезон 2016-2017

### Сервисы

Integrated Communications  
Event Marketing  
Creative & Design

### Исполнитель:

BeetL

### Клиент:

Банк «Восточный»



**ЦЕЛИ ПРОЕКТА**

- Повысить лояльность аудитории к бренду
- Укрепить позитивное восприятие бренда

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

Болельщики и фанаты ХК «Адмирал»

**ЗАДАЧИ**

- Разработка креативной концепции;
- Разработка активностей на хоккейных матчах;
- Разработка специального мероприятия для банка.

**КОНЦЕПЦИЯ**

У каждого региона есть своё уникальное лицо.

Кто-то добывает нефть, кто-то варит сталь, кто-то даёт угля.

А Дальний Восток известен тем, что даёт стране краба.

А ещё одним символом и гордостью Дальнего Востока стал хоккейный клуб «Адмирал», чья звезда недавно зажглась на спортивном небосклоне.

Хоккей всегда был территорией прямых и непосредственных эмоций. Между людьми, приходящими на трибуну, стираются все различия. Во время матча они ощущают себя членами братства, объединённого общей идеей. И мы, протягивая им руку, не можем говорить с ними как бы со стороны – на чуждом им официальном языке. Банк «Восточный» верит в болельщиков, в свой клуб и в общую победу. Поэтому он говорит просто и от души: «Держи краба!»

Таким образом в основу концепции легли образ синего краба как главного символа Дальнего Востока и единение болельщиков и хоккеистов простой приветственной фразой.

**РЕАЛИЗАЦИЯ:**

- разработаны макеты сувенирной продукции и раздаточного материала;
- предложены варианты брендированной промоформы для персонала, команды группы поддержки и талисмана команды;
- написаны сценарии активностей в трех зонах до, во время и после матча;
- подготовлены макеты брендирования активностей.

**РЕЗУЛЬТАТ:**

Банк «Восточный» успешно реализовал все запланированные активности в сотрудничестве с ХК «Адмирал». В течение сезона банк активно взаимодействовал с болельщиками на матчах «Адмирала», тем самым повышая лояльность не только к своему бренду, но и к бренду своего партнера. Перед каждым домашним матчем в фойе «Фетисов Арены» устанавливалась специальная фан-зона. Зрителей на входе встречал веселый синий краб – символ дружбы «Восточного» и «Адмирала». Для болельщиков, которые стали клиентами банка, было организовано специальное мероприятие, которое закрепило имидж банка.



**Александр Царев,  
Директор по стратегии  
ACE TARGET  
(г.Москва)**

## «...ЭТО САМАЯ ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ РАБОТА»

**Я выбрал маркетинговые коммуникации своей профессией потому, что мне нравится продавать людям и менять их жизнь к лучшему. Обычно это обещают сделать политики, но делают реально бренды и компании.**

**И никогда не пожалел о своем выборе, поскольку,**

это самая сумасшедшая и вдохновляющая работа после выступления на сцене балета. А балет - я не умею.

**А если не маркетинг, то я выбрал бы для себя продюсирование звезд, а по выходным работал бы барменом в собственном заведении где-нибудь в мягких в субтропиках.**



**В работе меня вдохновляет** возможность творить и вдохновлять других, новые задачи, которые заставляют думать по-новому, работа с амбициозными людьми и лидерами рынка.

**Считаю месяц успешным,** когда баланс моей карточки растет быстрее растущих трат моей семьи.

**Больше всего мне нравится такой маркетинговый инструмент как** персонализированная рекомендация сервисов и товаров.

**Его следует использовать,** когда вы уже перепробовали все остальное и достаточно экспертны в таком сложном инструментарии.

**Но с осторожностью,** когда есть более очевидные и простые решения, до которых «пока не доходили руки». Не нужно лезть на вершину ябло-

ни пока вы не собрали плоды с нижних веток.

**Настоящего рекламиста характеризует** креативность, многозадачность и искреннее желание помочь клиенту продать больше и дороже.

**Формула успешного проекта:** переезжая через горящую пропасть дедлайнов по тонкому канату бюджета улыбнуться так искренне, чтобы клиент поверил.

**Моя профессиональная гордость:** мы сделали компанию Nutricia номером 1 на рынке детского питания на 3 квартала подряд.

**Три приоритета в профессии:**

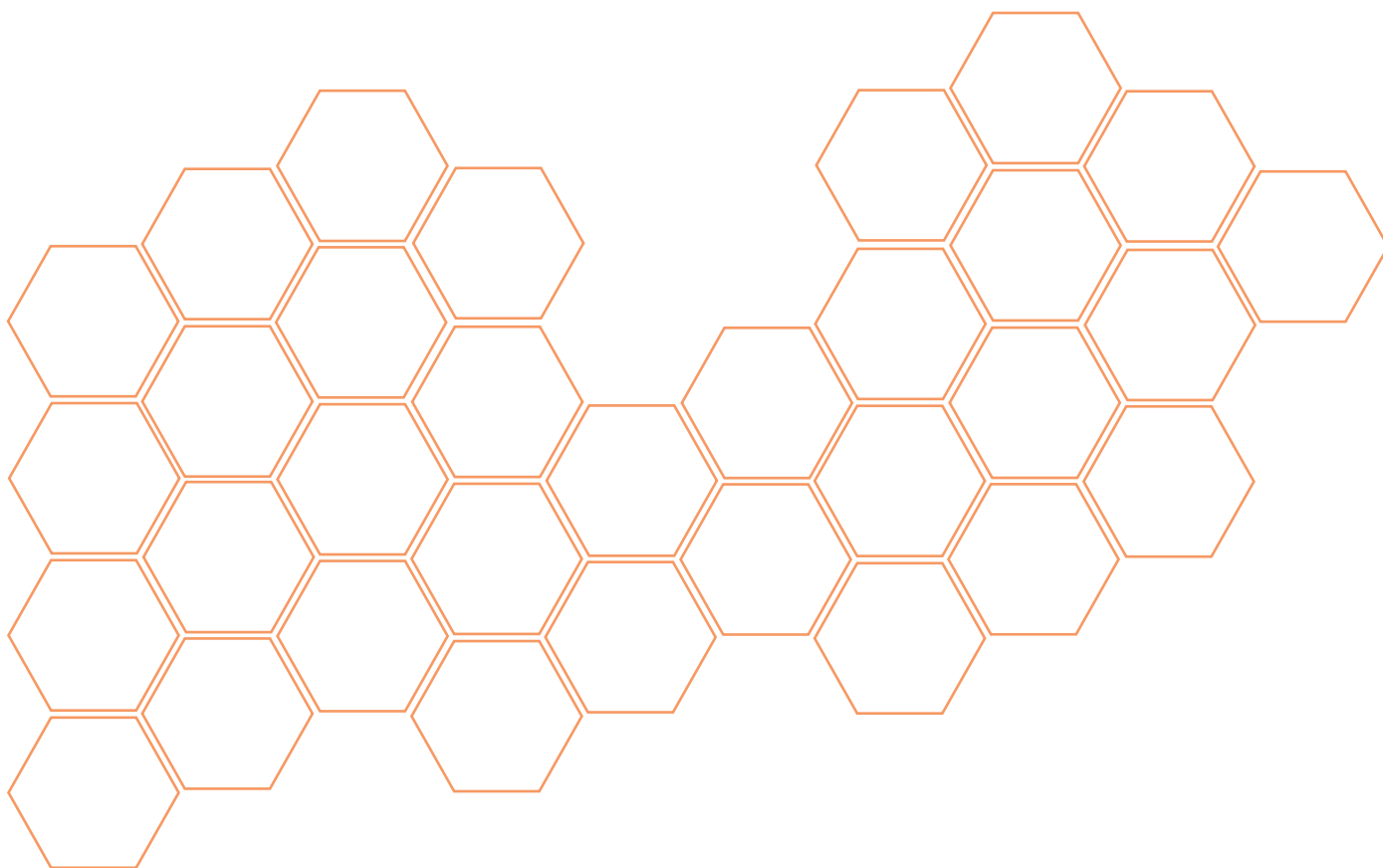
- быть в тренде,
- продавать себя и своих клиентов потребителям,
- не поддаваться темной стороне креативности - необязательности.

“Настоящего рекламиста характеризует креативность, многозадачность и искреннее желание помочь клиенту продать больше и дороже.”

[ace-target.ru](http://ace-target.ru)

**Ace Target**  
intensive sales agency

*Ace Target – агентство интенсивных продаж для крупных международных и российских компаний. Специализируется на эксклюзивных и качественных решениях в области мерчендайзинга, торгового маркетинга и шоппер-маркетинга.*



## СТО АКТИВНЫХ АГЕНТСТВ РФ в сотом номере BTL magazine

*от редакции:*

***Итак, уважаемые читатели, вот он наш юбилейный, сотый номер. И мы не могли не отметить такую красивую цифру специальной рубрикой... "ТОП 100 Активных агентств РФ"!***

Сразу хотим вас предупредить. У агентств, представленных в рубрике, нет "номерков". Не ищите здесь рейтинга. Вы его не найдете. Для большего акцента на его отсутствии мы отключили нумерацию страниц рубрики, разбили представителей BTL по федеральным округам.



“Пролистайте рубрику, познакомьтесь с руководителями региональных агентств ближе. В лицах. В эмоциях. Посмотрите - вас много и вы все уникальные, замечательные и активные! Мы гордимся тем, что объединяем вас.”

Мы предлагаем вам взглянуть на представителей рекламных агентств через призму “сот”, которые формируют общую картину BTL в регионах.

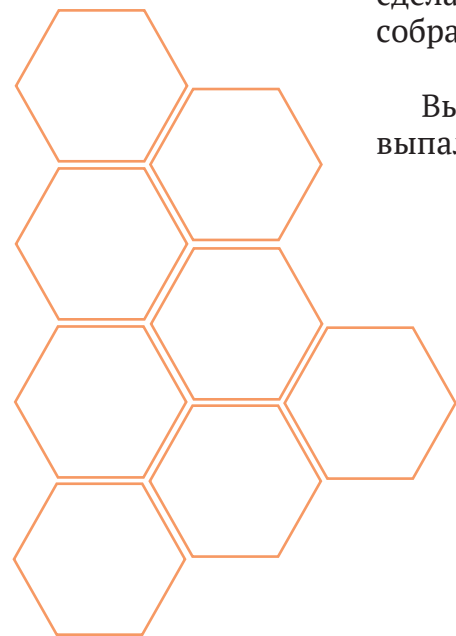
Работая локально и глобально, некоторым представителям отрасли кажется, что они бьются за развитие BTL единолично. Это не так - пролистайте рубрику, познакомьтесь с руководителями региональных агентств ближе. В лицах. В эмоциях. Посмотрите - вас много и вы все уникальные, замечательные и активные! Мы гордимся тем, что объединяем вас. Стоило сделать сто номеров, чтобы собрать сто профи!

Выход данного номера выпал на смутные времена,

когда отрасль переживает “пандемийный отбор”. Но общаясь с вами, с теми, кто никогда не унывает, мы верим, точнее, мы знаем, что сообщество выйдет из этого периода с новыми инсайтами. Победителями. С иммунитетом.

Сотый номер - это даже не середина пути. Впереди у нас много работы. Мы продолжим искать самых активных и надежных, чтобы пул ваших партнеров по стране расширялся, а эффективность работы - увеличивалась. Мы продолжим обмен опытом также и оффлайн. На нашем уже традиционном BTL FORUM.

А пока, давайте же скорее к рубрике!



# ЦЕНТРАЛЬНЫЙ федеральный округ





**Имя:** Алена Аненкова

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** Агентство Коммуникации «Nuance»

**Регион работы:** Центральная Россия

**Специализируемся на** техническом мерчандайзинге, BTL и Event мероприятиях.

**Работаем с 2012 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** умение применить на практике опыт и знания накопленные годами.

**Мы за** честность в партнерских отношениях.

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:**

**alena.anenkova@nuance-ac.ru**

**САЙТ: nuance-ac.ru**

**ТЕЛЕФОН: 8 (903) 690-67-85**





маркетинговое агентство

**PiArt**

Точно в цель

**Имя:** Лариса Кучкина

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** PiArt

**Регион работы:** ЦФО

**Специализируемся на:** BTL, Event

**Работаем с 2006 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** взгляд на жизнь.

**Интересный факт о нашей команде:**

Раз в месяц мы выбираем одну книгу, прочитываем, а затем делимся впечатлениями. Развитие и умение выстраивать грамотную коммуникацию – приоритет для нашей команды!

**Формула эффективности в BTL:**

Скорость принятия решений + умение идти на компромисс

**Наш девиз:** Бросай вызов всему!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [piartinfo.ru](http://piartinfo.ru)

**ПОЧТА:** [office@piartinfo.ru](mailto:office@piartinfo.ru)

**ТЕЛЕФОН:** +7 (4852) 60-71-30

**СОЦСЕТЬ:**  [@piart\\_yaroslavl](https://www.instagram.com/piart_yaroslavl)



**Имя:** Екатерина Прокуророва

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** Приоритет

**Регион работы:** Смоленск, ЦФО

**Специализируемся на**

потребительском, торговом и событийном маркетинге.

**Работаем с 2003 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** умение объективно оценивать стоимость работ и риски при реализации проекта. Профессионал никогда не пойдёт на демпинг.

**Интересный факт о нашей команде:**

Ведущего менеджера агентства по определенным обстоятельствам мне пришлось собеседовать по телефону. Познакомились с ней только спустя месяц ее работы как только я вышла в офис после родов. Иногда, получается, и по телефону можно почувствовать подходит ли тебе человек в команду.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Формула эффективности любого дела - любить то, что ты делаешь. Когда ты любишь ВТЛ всем сердцем и любишь проводить крутые проекты, то даже к реализации самого простого проекта ты подходишь как-будто это твой самый большой и важный проект. Вот тогда-то все и получается=).

**Мы за мир во всем мире, за крутые проекты и за предоплату.**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** prio-smolensk.ru

**ПОЧТА:** btl@prio-smolensk.ru

**ТЕЛЕФОН:** 8 (4812) 633-667

**СОЦСЕТЬ:** @prioritet\_smolensk



МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО.СМОЛЕНСК

**ПРИОРИТЕТ**





ЭПАТАЖ

**Имя:** Евгения Дунаева  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** Эпатаж  
**Регион работы:** Брянск  
**Специализируемся на** промо, технический мерчандайзинг, деловые мероприятия.

**Работаем с 2008 года.**

**Дилетанта от профессионала** отличает внимание к деталям.

**Интересный факт о нашей команде:**  
Все координаторы работали промоутерами.

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
Улыбка и драйв.

**Мы за** качественный сервис, опытный персонал и красивые проекты!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [epatage-pr.ru](http://epatage-pr.ru)

**ПОЧТА:** [epatage-pr@mail.ru](mailto:epatage-pr@mail.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (920) 840-91-09

**СОЦСЕТЬ:**  [@epatage32](https://vk.com/epatage32)





**Имя:** Екатерина Болычева

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** ProCent

**Регион работы:** Курск, ЦФО

**Специализируемся на** промо акциях, корпоративных мероприятиях, техническом мерчендайзинге, разработке фирменного стиля, разработке креативных платформ, маркетинговых исследованиях.

**Работаем с 2013 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** то, что профессионал учится всю жизнь, подтверждая свой уровень компетенции.

**Интересный факт о нашей команде:** наш Клиент - наш Друг, любую задачу можно решить, доверие на каждом этапе работы.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Постоянная работа школы промоутеров.

**Наш девиз:** Быстро. Качественно. Дешево. Выберите два!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [pr-cent.ru](http://pr-cent.ru)

**ПОЧТА:** [hello@pr-cent.ru](mailto:hello@pr-cent.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (4712) 745-395

8 (951) 313-19-13

**СОЦСЕТЬ:**  [@procent\\_btl](https://www.instagram.com/procent_btl)







**Имя:** Александр Баранов

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** ВРЕМЯ

**Регион работы:** Рязань, Сочи

**Специализируемся на:**

Создание и продвижение брендов.

**Работаем с 2006 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает:** Профессионал понимает границы своей компетентности.

**Интересный факт о нашей команде:**

Титульный проект «Ночь пожирателей рекламы» Рязань.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Делать все вовремя.

**Мы** создаем точки контакта.

**Наши контакты:**

[sv4.ru](http://sv4.ru)

[a.vs@ya.ru](mailto:a.vs@ya.ru)

 **время**  
МАРКЕТИНГ ЦЕНТР



**Имя:** Татьяна Жданова

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** СМВ promo

**Регион работы:** Белгородская, Воронежская, Курская, Липецкая области.

**Специализируемся** на реализации качественных BTL проектов и EVENT мероприятий.

**Работаем с 2010 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** стремление перезаказать у кого-то, а не расширяться, и самостоятельно предоставлять услуги клиентам.

**Интересный факт о нашей команде:**

В ноябре 2020 года, нашей компании исполняется 10 лет. А это целая жизнь! За это время, в нашей компании начали свою трудовую путь множество молодых людей. Очень приятно узнавать, что многие промоутеры, которые когда-либо работали в нашем агентстве, сейчас занимают должности топ-менеджеров в крупных компаниях по всей стране.

Ежегодно мы реализуем большое количество проектов, и каждому проекту уделяем особое внимание. От многих наших коллег нас отличает то, что проекты мы реализуем самостоятельно, без привлечения длинных цепочек субподрядчиков, поэтому мы знаем ход проекта на любой стадии реализации. Да, это затратнее, но оно того стоит. Именно поэтому среди наших клиентов компании, с которыми мы работает 7,8 и 9 лет без перерыва.

**Формула эффективности в BTL:**

Четкость действий.

**Мы за** реальный профессионализм в работе, а не имитацию бурной деятельности.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [cmb24.ru](http://cmb24.ru)

**ПОЧТА:** [info@pachi-team.ru](mailto:info@pachi-team.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (995) 449-87-89

**СОЦСЕТИ:**

 @cmbpromo

 @cmb\_promo



ТОП 100

**cmb**



**Имя:** Вячеслав и Оксана Жечковы  
**Должность:** Руководители  
**Название РА:** BTL FAMILY  
**Регион работы:** Иваново и Ивановская область.

**Специализируемся на** BTL, Event, Технический мерчандайзинг.

**Работаем с 2005 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает:** профессионал работает на результат, делая свою работу качественно и эффективно.

**Интересный факт о нашей команде:** Мы BTL семья! К каждому проекту подходим с душой, стараемся проработать каждую мелочь. Предпочитаем все делать качественно и в срок. А главное - мы любим нашу работу!

**Формула эффективности в BTL:** Системность, знание рынка, аналитические способности, честность, открытость, ответственность.

**Мы за** взаимовыгодное сотрудничество и индивидуальный подход.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btl-family.ru](http://btl-family.ru)

**ПОЧТА:** [ozhechkova@btl-family.ru](mailto:ozhechkova@btl-family.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (960) 500-68-18, 8 (915) 815-15-51

**СОЦСЕТЬ:**  [@btlivanovo\\_promo](https://www.instagram.com/btlivanovo_promo)





**Имя:** Надежда Павлова

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** BTL-агентство HeadLiner

**Специализируемся на** промоактивности, технический мерчендайзинг, маркетинговые исследования, событийный маркетинг.

**Работаем с 2012 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает ответственное отношение к своему делу на каждой стадии подготовки и реализации проекта.

**Интересный факт о нашей команде:** активно участвуем в благотворительных проектах и кампаниях.

**Формула эффективности в BTL:** качественная подготовка и тщательный отбор персонала.

**Самое важное для нас – Ваш успех.**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [h-liner.ru](http://h-liner.ru)

**ПОЧТА:** [pavlova@h-liner.ru](mailto:pavlova@h-liner.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (4912) 99-39-36

8 (953) 741-93-63

HeadLineR

BTL-агентство





**BTLiner**®

**Имя:** Лариса Окружко

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** BTLiner

**Регион работы:** Москва

**Специализируемся на** ВТЛ, техниче-  
ский мерчандайзинг, event.

**Работаем с 2006 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** опыт и разумный взгляд на зада-  
чи проекта, умение не только слышать кли-  
ента, но и предлагать ему наиболее опти-  
мальные и эффективные инструменты для  
работы, предостережение от возможных  
ошибок и лишних расходов, соблюдение  
сроков выполнения задач, оптимальные  
бюджеты.

**Интересный факт о нашей команде:**

Наш коллектив небольшой, но вместе мы  
работаем не менее 10 лет, есть и 2 старожи-  
ла, работающие с начала основания компа-  
нии. Сейчас нередко в качестве клиентов  
к нам обращаются наши бывшие коллеги,  
которые продолжают развивать россий-  
ский маркетинг, но уже на стороне кли-  
ентского сектора. Получается, мы обросли  
как крепкое деревце различными связями  
в рекламе и маркетинге, видим не только  
динамику развития бизнеса, но и динамику  
развития личностей, которые работают или  
работали с нами.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Умение в сжатые сроки реагировать на  
любые изменения. Так, хирурги, делающие  
операции на живом организме должны  
оперативно принимать решение в зависи-  
мости от хода операции, состояния больно-  
го. Сфера ВТЛ – очень живая и вся заточен-  
ная на мелочах, поэтому логика, аналитика  
и переработка колоссального объема ин-  
формации в короткие сроки, а еще умение  
выстраивать коммуникацию с людьми при-  
носят положительные результаты в реали-  
зации проектов.

**Наш девиз:** Прорвемся.

**Наши контакты:**


**САЙТ:** [bt-liner.ru](http://bt-liner.ru)

**ПОЧТА:** [mail@bt-liner.ru](mailto:mail@bt-liner.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (926) 112-43-46

**СОЦСЕТИ:**

 [@btliner](https://www.instagram.com/btliner)

 [Ra b-t-liner](https://vk.com/Ra_b-t-liner)





**Имя:** Оксана Тугай и Александра Попова  
**Должность:** основатели/руководители агентства.

**Название РА:** Marketing center TOOLS

**Регион работы:** ЦФО

**Специализируемся на** BTL&EVENT

**Работаем с 2007 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** быстрота и точность выполнения задачи, внимание к деталям.

**Интересный факт о нашей команде:**

в нашем агентстве работают только девушки, поэтому количество красоты на квадратный метр зашкаливает :-).

**Формула эффективности в BTL**

состоит из очень многих компонентов, но секретный ингредиент — это любовь к тому, что ты делаешь.

**Мы за** честность, открытость и конструктивный диалог.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [mar-center.ru](http://mar-center.ru)

**ПОЧТА:** [tools@mar-center.ru](mailto:tools@mar-center.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (473) 333-54-20

8 (920) 422-73-22



Рекламное агентство

**Соловьи** 

**Имя:** Марина Воробьева

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** Соловей

**Регион работы:** ЦФО+ другие регионы по запросу.

**Специализируемся на** BTL, Event-мероприятиях, техническом мерчендайзинге, аудитах.

**Работаем с 2014 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает умение решать срочные задачи и находить выход из непредвиденных ситуаций.

**Интересный факт о нашей команде:** Большинство клиентов, выбрав нас, работают с нами постоянно. Практически все клиенты, которые начали с нами работать еще в 2014-2015 году, работают с нами и по сей день.

**Формула эффективности в BTL:**  
Опыт+коммуникация+ точное ТЗ.

**Мы за** качественную реализацию проектов и долгосрочное сотрудничество!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btl-solovey.ru](http://btl-solovey.ru)

**ПОЧТА:** [zapros@btl-solovey.ru](mailto:zapros@btl-solovey.ru)

**ТЕЛЕФОН/ Viber/ WhatsApp:**

**8 (950) 878-64-87**





**Имя:** Анна Ганн

**Должность:** Руководитель агентства

**Название РА:** КИТ

**Регион работы:** Курск, Белгород, Орел и их области.

**Специализируемся на** проведении рекламных мероприятий, промо-акциях, монтажах, безадресной рассылке, аудитах и т. п.

**Работаем с 2017 года.**

**Дилетанта от профессионала** отличает подход к работе.

**Интересный факт о нашей команде:**

Мы действительно с трепетом и с желанием сделать все идеально - подходим и к каждому проекту. Педантичность наше все.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Самое важное понимать, что все можно решить и разрешить, главное это делать! И иногда не забывать про чувство юмора!

**Мы за Мир** во всем мире и высокие ставки на проектах! Да будет так!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [promo-kit.com](http://promo-kit.com)

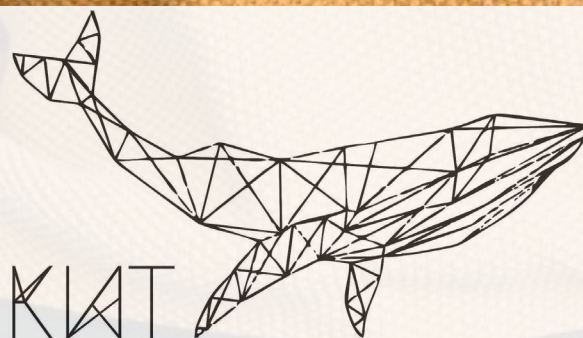
**ПОЧТА:** [hello@promo-kit.com](mailto:hello@promo-kit.com)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (950) 878-80-00

**СОЦСЕТИ:**

 @ra\_promo\_kit

 @promo\_kit



КИТ

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

**Найдите BTL-агентство по городам**



**✓ Разместите свое BTL- агентство !**





# СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ федеральный округ





**Имя:** Ксения Зарембо

**Должность:** Исполнительный директор

**Название РА:** Level UP

**Регион работы:** г. Санкт-Петербург, РФ

**Специализируемся на** Digital-коммуникации, Креатив, Стратегии, Дизайн и Продакшн.

**Работаем с 2011 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает различные специализации и высокий уровень экспертизы.

**Интересный факт о нашей команде:** Мы – это симбиоз экспертизы специалистов, эффективного взаимодействия, понимания рынка и владения инсайтами.

**Формула эффективности в ВТЛ:** понимание роли ВТЛ во взаимодействии конкретного бренда с потребителем и экспертное видение, позволяющее предложить правильное использование каналов для решения бизнес-задач клиента, при этом сочетающееся с современным взглядом на концепцию потребительского опыта с интегрированным подходом.

**Мы за профессиональный рынок!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [ra-levelup.ru](http://ra-levelup.ru)

**ПОЧТА:** [info@ra-levelup.ru](mailto:info@ra-levelup.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (812) 612-21-41

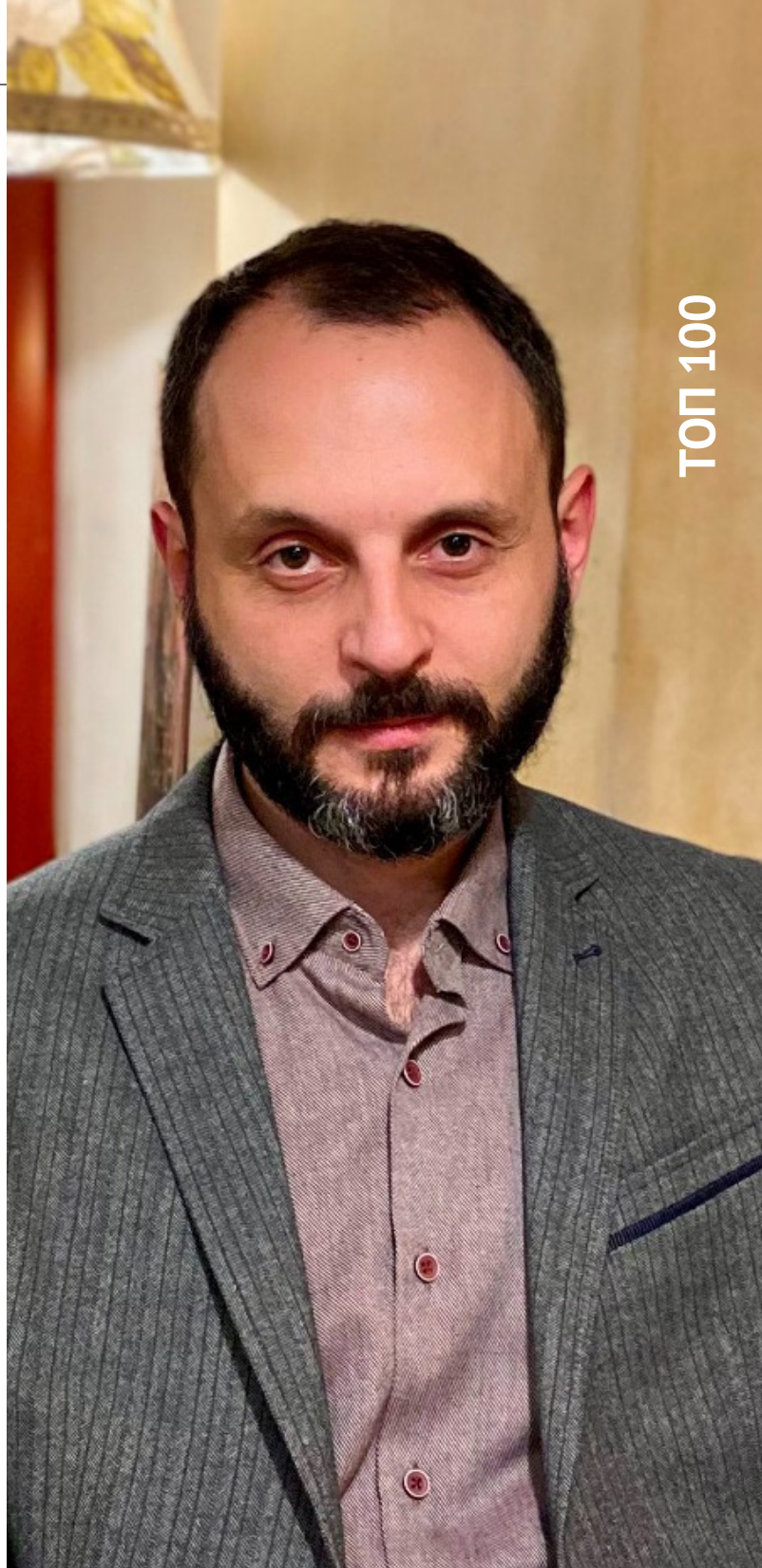
8 (961) 802-81-81

**СОЦСЕТЬ:**

 [@level\\_up\\_advertising](https://www.instagram.com/level_up_advertising)

**LevelUP**  
Advertising Agency





**Имя:** Илья Котков

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** Галактика

**Регион работы:** г. Санкт-Петербург

**Специализируемся на** BTL, event, технический мерчендайзинг.

**Работаем с 2005 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает то, что профессионал знает как сделать свою работу, дилетант сомневается и не уверен в правильности своих действий.**

**Интересный факт о нашей команде:**

все сотрудники агентства «выращены» из своих, то есть прошли весь путь от промоутера/мерчендайзера до квалифицированного менеджера.

**Формула эффективности в BTL:**

Умение моментально принимать правильные решения в быстроменяющихся условиях.

**Мы за** доверие и долгосрочные отношения с партнерами.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** galaktika-ra.ru

**ПОЧТА:** info@galaktika-ra.ru

**ТЕЛЕФОН:** 8 (812) 913-00-69



**ГАЛАКТИКА**

Рекламное Агентство





**Имя:** Мария Задиран

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** ТАКТИКА

**Регион работы:** Северо-Запад

**Специализируемся на** разработке и организации BTL, Event мероприятий. Оказываем все сопутствующие услуги: дизайн, производство рекламных материалов, размещение, букирование, логистика. Проводим маркетинговые исследования.

**Работаем с 2009 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** то, что у профессионала есть 1000 проверенных решений, а у новичка метод проб и ошибок.

**Интересный факт о нашей команде:**

В нашей команде работают мотивированные самостоятельные специалисты широкого профиля, которые знают как, зачем и почему. Качество, гибкость (индивидуальный подход), честность, оперативность - наши принципы в работе с клиентами. Мы все учимся друг у друга в процессе реализации проектов.

**Формула эффективности в BTL:**

Это прежде всего команда разных многопрофильных специалистов. Ведь именно с нее начинается вся работа и любой проект. Суммарный набор профессиональных и личностных качеств решает успех любого проекта. Для нас очень важно поддерживать не только командный дух и профессионализм нашей команды, но и сохранять отношения, построенные на взаимном доверии.

**Мы за** новые горизонты и возможности, которые открываются в кризис.

**Наши контакты:**

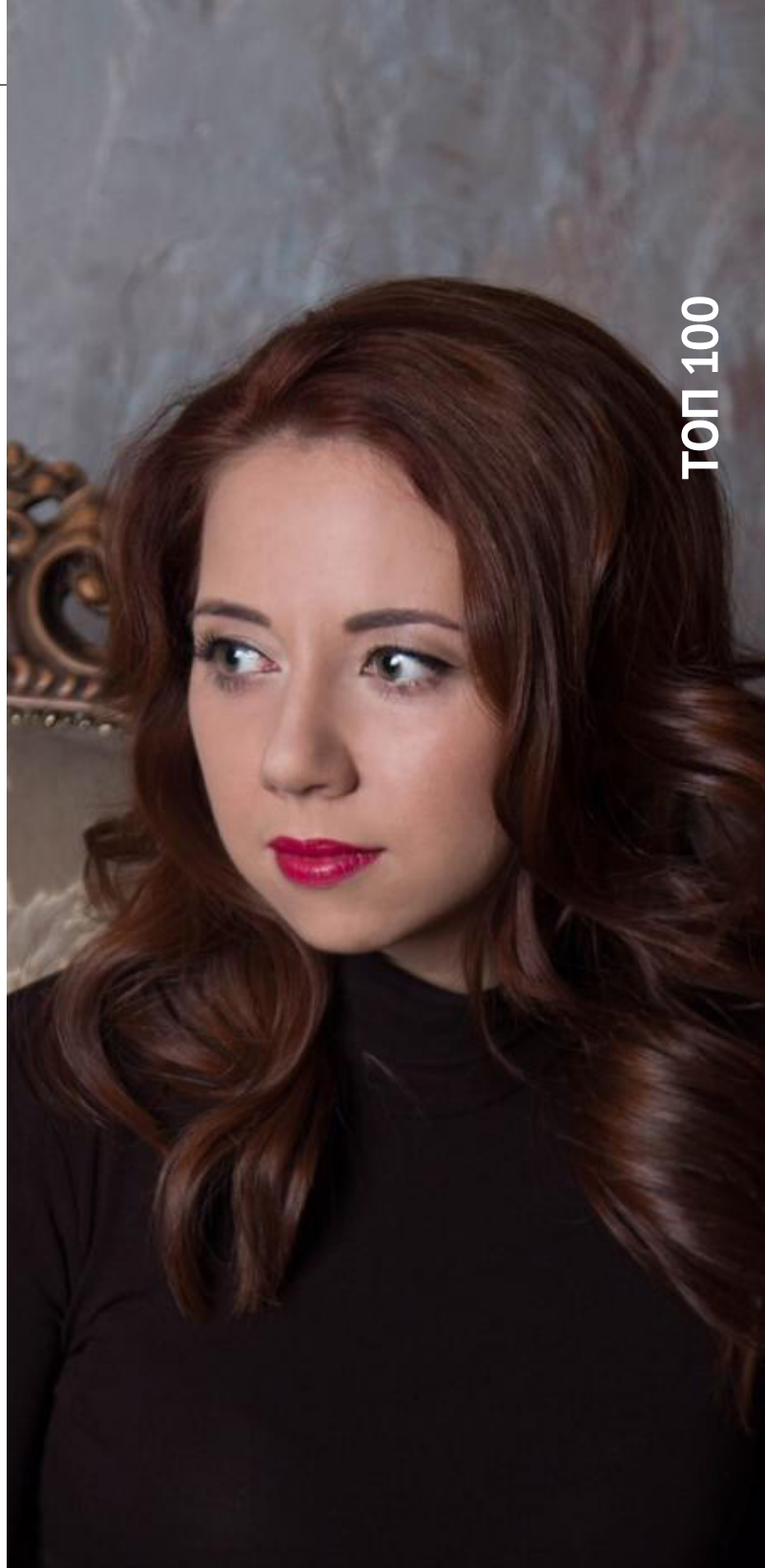
**САЙТ:** [tamc.ru](http://tamc.ru)

**ПОЧТА:** [mail@tamc.ru](mailto:mail@tamc.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (812) 449-35-10

**СОЦСЕТЬ:**  [@ra\\_taktika](https://www.instagram.com/ra_taktika)

**Тактика**  
АГЕНТСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ



**Имя:** Евгения Мельничук  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** MEJER  
**Регион работы:** Санкт-Петербург, Москва, Регионы.  
**Специализируемся на** BTL, Event, медийная реклама.  
**Работаем с 2013 года.**  
**Профессионала от дилетанта отличает** мастерство продать воздух=).  
**Интересный факт о нашей команде:** Мы приведём ваших клиентов за «ручку».  
**Формула эффективности в BTL:** продуктивность=эффективность.  
**Мы за фанатизм в своём деле!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.mejer.ru](http://www.mejer.ru)

**ПОЧТА:** [info@mejer.ru](mailto:info@mejer.ru)

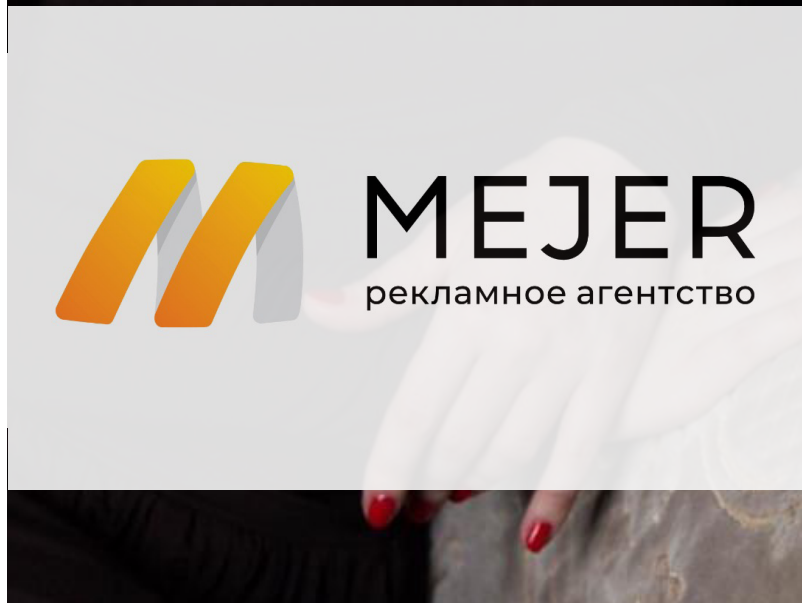
**ТЕЛЕФОН:** 8 (800) 700-12-04

**СОЦСЕТЬ:**  @mejerru



**MEJER**

рекламное агентство







**ШЕСТОЕ  
ЧУВСТВО**

рекламное  
агентство

**Имя:** Мария Карпова  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** Шестое чувство  
**Регион работы:** Мурманск, Сочи  
**Специализируемся на промоактивностях, событийном и торговом маркетинге.**  
**Работаем с 2005 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает масштабность мысли, адекватность целей, оперативное решение задач.**

**Интересный факт о нашей команде:**  
Между нашими офисами 3576 км.

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
Погружение в задачи клиента, ориентация на результат.

**Мы за долгосрочное сотрудничество!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [6senses.ru](http://6senses.ru)

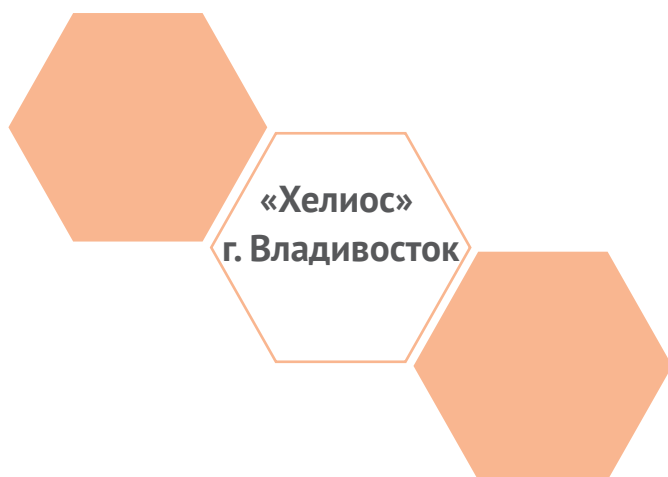
**ПОЧТА:** [info@6senses.ru](mailto:info@6senses.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 800 444-50-81

**СОЦСЕТЬ:**  [@6senses.ru](https://www.instagram.com/6senses.ru)



# ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ федеральный округ







  
Рекламно-производственная  
компания

**Имя:** Маргарита Дуюнова  
**Должность:** заместитель генерального директора

**Название РА:** РГ «Хелиос»

**Регион работы:** Дальний Восток

**Специализируемся на** комплексом подходе решения задач клиента-благодаря штату сотрудников 35 человек и собственной производственной базе. Event, BTL, и т.д. - все это нам по плечу, так как работаем слаженно и качественно! У нас свое оборудование по: оперативной печати, широкоформатной и интерьерной, фрезерный станок, производство мерча. При этом у нас 2 дизайнера в штате - которые нарисуют вам макет от визитки до выставочного павильона.

**Работаем с 2004 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает** скудность мысли, идей и отсутствие ответственности перед клиентом. Профессионал, основываясь на свой опыт и знания, сделает так, чтобы клиент после проведения рекламной компании - начал зарабатывать. А дилетант - просто зарабатывает на клиенте, но не решит его задач.

**Интересный факт о нашей команде:**

в повседневной рабочей жизни мы можем бурно выяснять детали проекта, ругаться так, что «стены дрожат», но несмотря на это - спины друг друга всегда прикроем =), и каждый из нас знает, что может положить на любого участника команды!

**Формула эффективности в BTL:**

Оперативно, гладнокровно и четко реагировать на все изменения, форс-мажоры, коллапс в процессе организации и проведения мероприятия. Делать так, чтобы клиент всегда был спокоен рядом с вами и знал, что он в надёжных руках.

**Мы за** эффективную и надёжную команду, с которой можно сворачивать горы! Мы за развитие команды, компании и нашей сферы! Мы за то, чтоб работать и ЗАРАБАТЫВАТЬ!!!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.helios-ag.ru](http://www.helios-ag.ru)

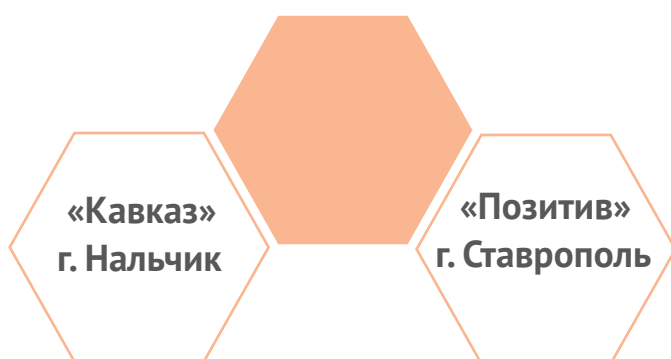
**ПОЧТА:** [project@helios-ag.ru](mailto:project@helios-ag.ru)

**ТЕЛЕФОН:** +7 (914) 340-55-60

**СОЦСЕТЬ:**  [@helios\\_group](https://www.instagram.com/helios_group)



# СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ федеральный округ



«Кавказ»  
г. Нальчик

«Позитив»  
г. Ставрополь





Рекламное агентство  
**Кавказ**

**Имя:** Асият Жангуланова  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** Рекламное Агентство «Кавказ»

**Регион работы:** Северо-Кавказский федеральный округ

**Специализируемся на** ВТЛ, АТЛ, организации мероприятий, техническом мерчандайзинге.

**Работаем с 2011 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** неумение контролировать свои эмоции в процессе работы.

**Интересные факты о нашей команде:**

- мы проводим самые высокорорные промо-акции в России.
- все постоянные сотрудники нашей компании разных национальностей.
- у нас была промо-акция в Грозном, когда разом «слился» весь состав промоутеров, но мы все равно ее провели.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Эффективность в ВТЛ (как и в любом другом бизнесе) = финансовая и юридическая грамотность + умение ставить задачи и организовывать работу людей + смелость, ответственность и честность.

**Мы помогаем работать на Северном Кавказе!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [rakavkaz.ru](http://rakavkaz.ru)

**ПОЧТА:** [info@rakavkz.ru](mailto:info@rakavkz.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8-800-775-02-57

**СОЦСЕТЬ:**  [@rakavkaz.ru](https://www.instagram.com/rakavkaz)



**Имя:** Ольга Бочарова  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** рекламно-маркетинговое агентство «Позитив»

**Регион работы:** Южный Федеральный округ, Северо-Кавказский Федеральный округ.

**Специализируемся на комплексном подходе в работе:** ATL, BTL, Event.

**Работаем с 2006 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** упорство доказать свой непрофессионализм любыми способами.

**Интересный факт о нашей команде:** Наше агентство отмечено дипломом победителя в рамках Премии BTL STAR в 2020 году.

**Формула эффективности в BTL:** желание + творчество и немножко магии.

**Мы за результат:** JUST DO IT!

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:**

[olga@pozitiv26.ru](mailto:olga@pozitiv26.ru)

[pozitiv26@yandex.ru](mailto:pozitiv26@yandex.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (962) 450-83-93

8 (962) 446-56-98

**СОЦСЕТЬ:**

 [@pozitiv\\_stavropol\\_26](https://www.instagram.com/pozitiv_stavropol_26)

рекламное агентство

ПОЗИТИВ  
ПОЗИТИВ

Организация мероприятий, конференций, презентаций, тренингов, событийный маркетинг, btl



# ПРИВОЛЖСКИЙ федеральный округ





**Имя:** Екатерина Куприянова  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** АМК «Четыре Пи»  
**Регион работы:** Уфа, Башкортостан  
**Специализуемся** на ВТЛ, техническом мерчандайзинге и организации мероприятий.

**Работаем с 2004 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает:** Профессионал всегда видит суть. С опытом приходит понимание всех подводных камней, рисков и потенциальных трудностей. Профессионал не возьмётся за проект в любом виде: он всегда предупредит о возможных сложностях. А хороший профессионал ещё и придумает как минимизировать риски. Таких людей я называю «восторженный скептик».

**Интересный факт о нашей команде:**

Каждый наш менеджер уникален своей многофункциональностью. Работа требует разбираться во всем. Сегодня мы делаем меню для мероприятия, а завтра просчитываем грузоподъемность автомобиля, параллельно с написанием сценария детского праздника. Наш менеджер - это всегда многорукий Шива.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Сила убеждения промоутера \*  
привлекательность УТП + оптимальность логистики + технологичность процессов.

**Мы за** качественные услуги за адекватные деньги!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.forpromote.ru](http://www.forpromote.ru)

**ПОЧТА:** [welcome@forpromote.ru](mailto:welcome@forpromote.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

+7 347 292-49-86

+7 347 276-19-67

+7 347 276-34-49

**СОЦСЕТИ:**

 @4p.promo

 @4p.promo.ufa

 @4p.promo



**Четыре Пи** ■  
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ





**Имя:** Наталия Бурда  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** Promo-studio BTL  
**Регион работы:** Саратовская область  
**Специализируемся на** промо, event, trade маркетинге.

**Работаем с 2005 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает** вовлеченность в процесс=).  
Множество отличий!

**Интересный факт о нашей команде:**

Эффективность проведенных нами акций не зависит от сезонности.

**Формула эффективности в BTL:**

**Мы за** честную работу и работу с «душой».

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btl-promostudiya.ru](http://btl-promostudiya.ru)

**ПОЧТА:** [n\\_burda@mail.ru](mailto:n_burda@mail.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (906) 307-86-80

8 (8452)24-86-80

**СОЦСЕТЬ:**  @promostudia



**PROMO-  
STUDIA  
SARATOV**  
**BTL** НОВЫЕ ВЫСОТЫ  
ВАШЕГО БИЗНЕСА





**Имя:** Надежда Мещанинова  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** Арт-студия 12  
**Регион работы:** Оренбург,  
Оренбургская область  
**Специализуемся на** Event, BTL,  
технический мерчендайзинг.  
**Работаем с 2007 года.**  
**Профессионала от дилетанта**  
**отличает** умение видеть ситуацию в  
целом, прогнозировать последствия тех  
или иных действий или бездействий,  
и предусматривать варианты их  
оперативного решения.  
**Интересный факт о нашей команде:**  
Новогодний корпоратив у нас всегда  
весной=).  
**Формула эффективности в BTL:**  
правдивость+качество+оперативность.  
**Мы за ВОЗМОЖНОСТИ.**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.art12.ru](http://www.art12.ru)

**ПОЧТА:**

[as292212@yandex.ru](mailto:as292212@yandex.ru)

[beata@art12.ru](mailto:beata@art12.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (903) 395-71-29

8 (961) 929-22-12

**СОЦСЕТИ:**

 [@oren\\_art12](#)

 [@mm\\_event56](#)

 [@oren.art12](#)





**Имя:** Светлана Орехова  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** PR PRofi  
**Регион работы:** Пенза и область, а также города России.

**Специализируемся на ВТЛ.**  
**Работаем с 2011 года.**

**Профессионала от дилетанта**  
**отличает** внимание к мелочам.

**Интересный факт о нашей команде:**  
Каждый член команды прошёл путь промоутер-Супервайзер-координатор-менеджер.

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
профессионализм агентства.

**Мы за** качество работы даже при маленьком бюджете!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [pr-profi58.ru](http://pr-profi58.ru)

**ПОЧТА:** [info@pr-profi58.ru](mailto:info@pr-profi58.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (8412) 29-54-55

8 (927) 387-16-68

**СОЦСЕТЬ:**  [@ra\\_prprofi\\_penza](https://www.instagram.com/ra_prprofi_penza)







**Имя:** Анна Балмашнова  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** PromoStar  
**Регион работы:** Оренбургская область  
**Специализируемся на** BTL, Event.  
**Работаем с 2011 года.**  
**Дилетанта от профессионала**

отличает уровень подготовки, качество предоставляемых услуг.

**Интересный факт о нашей команде:**  
В нашей штатной команде работают одни «Скорпионы».

**Формула эффективности в BTL:**  
Вести каждый проект так, как будто он единственный!

**Мы за** Качество и Дедлайн!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [promoorsk.ru](http://promoorsk.ru)

**ПОЧТА:** [anna\\_orsk@mail.ru](mailto:anna_orsk@mail.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (961) 914-94-94

8 (3537) 315-453

**СОЦСЕТИ:**

 @promostarorsk

 @promostar\_btl







Агентство маркетинговых коммуникаций  
**Ромашка**

**Имя:** Екатерина Зайцева  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** Ромашка  
**Регион работы:** Приволжский ФО  
**Специализируемся на event marketing,**  
директ маркетинг, промо и многое другое.  
**Работаем с 2009 года.**

**Дилетанта от профессионала**  
**отличает:** разумный подход к клиен-  
там, опыт работы и качество услуг.

**Интересный факт о нашей команде:**  
наша команда небольшая, но дружная и  
постоянная. Практически все сотрудники  
работают в агентстве с момента основания.  
Растем и развиваемся вместе!

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
Обученный штат промперсонала и супер-  
вайзеров. Чёткие правила. Качество испол-  
нения услуг. Мобильность.

**Мы** не боимся масштабов - чем глобаль-  
нее задача, тем интереснее её решать!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [Btl64.ru](http://Btl64.ru)

**ПОЧТА:** [Btl\\_bakakovo@mail.ru](mailto:Btl_bakakovo@mail.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (927) 625-14-88

**СОЦСЕТИ:**



[@romashkabalakovo](https://vk.com/romashkabalakovo)



[@romashkabalakovo](https://www.instagram.com/romashkabalakovo)





**Имя:** Андрей Щербединский  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** PenzaPOSMservice  
**Регион работы:** Пензенская область  
**Специализируемся на** техническом мерчендайзинге.  
**Работаем с 2012 года.**  
**Профессионала от дилетанта** отличает соблюдение ТЗ, оперативность, результативность.

**Интересный факт о нашей команде:** быстро и качественно решаем задачи клиента.

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
**Мы за движение вперед.**

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:**

**Scherbedinskii@yandex.ru**

**ТЕЛЕФОН: 8 (937) 417-27-01**

**СОЦСЕТЬ:**

 **@penza\_posm\_service**





**Имя:** Людмила Колоткова  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** Target Group  
**Регион работы:** Самарская область  
**Специализируемся на** BTL, event.  
**Работаем с 2013 года.**

**Дилетанта от профессионала**  
отличает опыт и практика.

**Интересный факт о нашей команде:**  
каждый сотрудник - НЕ дилетант=).

**Формула эффективности в BTL:**  
трудолюбие + клиентоориентированность.  
**Мы за развитие BTL!**

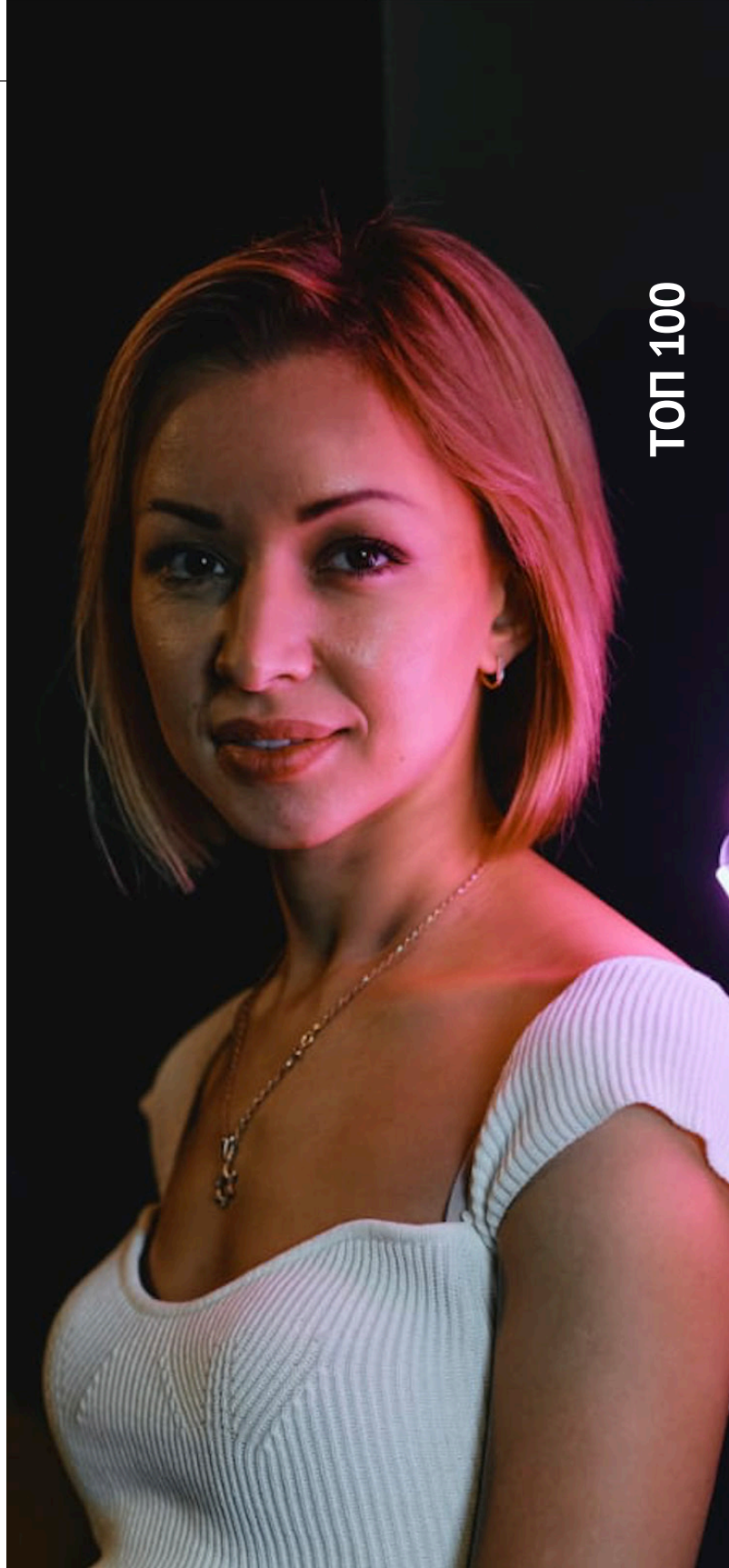
**Наши контакты:**

**САЙТ:** [target-group.ru](http://target-group.ru)

**ПОЧТА:** [lh@target-group.ru](mailto:lh@target-group.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (906) 344-71-36

**СОЦСЕТЬ:**  [@target\\_group\\_smr](https://www.instagram.com/target_group_smr)



**Имя:** Эльмира Абдуллина

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** BTL-агентство PRIME

**Регион работы:** Вся Россия

**Специализируемся на** проведении промо мероприятий на всей территории РФ, Event под ключ, рассылка по почтовым ящикам.

**Работаем с 2016 года.**

**Дилетанта от профессионала** отличает быстрое и точное решение, казалось бы, нереальных задач.

**Интересный факт о нашей команде:**

Предлагаем широкий спектр эффективных BTL-услуг для Вашей компании с максимальным охватом в регионах РФ.

**Формула эффективности в BTL:**

Главное-команда единомышленников нацеленная на достижение лучшего результата

**Мы за** качественную работу, результат которой - точное решение клиентских задач!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.primebtl.ru](http://www.primebtl.ru)

**ПОЧТА:** [info@primebtl.ru](mailto:info@primebtl.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (999) 622-75-09

8 (927) 927-60-69







VIVAT

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

**Имя:** Ольга Глухова

**Должность:** директор и основатель

**Название РА:** VIVAT

**Регион работы:** Татарстан и Поволжье

**Специализируемся на...** Крутой Event или BTL - это к нам, в VIVAT! Самые зажигательные промоутеры - в VIVAT!

Мы поможем ваше событие или презентацию сделать виральным контентом, о котором будут еще долго говорить. Весь опыт зарубежной экспертизы в BTL - к вашим услугам. А также производство POS-материалов и сувенирной промо-продукции.

**Работаем с 2011 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает** то, что дилетант будет дуть щеки и убеждать, что он ВСЕ знает про BTL индустрию. VIVAT постоянно прокачивает насмотренность, компетенции и креативную мышцу. Поэтому за последние 5 лет мы прошли стажировки в крутых рекламных агентствах 10 стран мира. Собрали лучший опыт мировых агентств и написали об этом книгу.

**Интересный факт о нашей команде:**

Все дороги в Татарстане ведут в...VIVAT. На событиях мирового уровня, проходящих в Казани мы порой вели все главные зоны спонсоров. Где то мы были 5 -ми в цепочке, но именно нам доверяют крутые бренды.

**Формула эффективности в BTL:** О нас говорят: "Когда задача невыполнима-приходит VIVAT".

**Мы за** "дифференцируйся или умирай". Мы приносим свежий ветер перемен, наполняющий паруса Кораблей-бизнесов наших клиентов свежим ветром. Ведь корабль построен, чтобы рассекать просторы океана, а не стоять в порту.

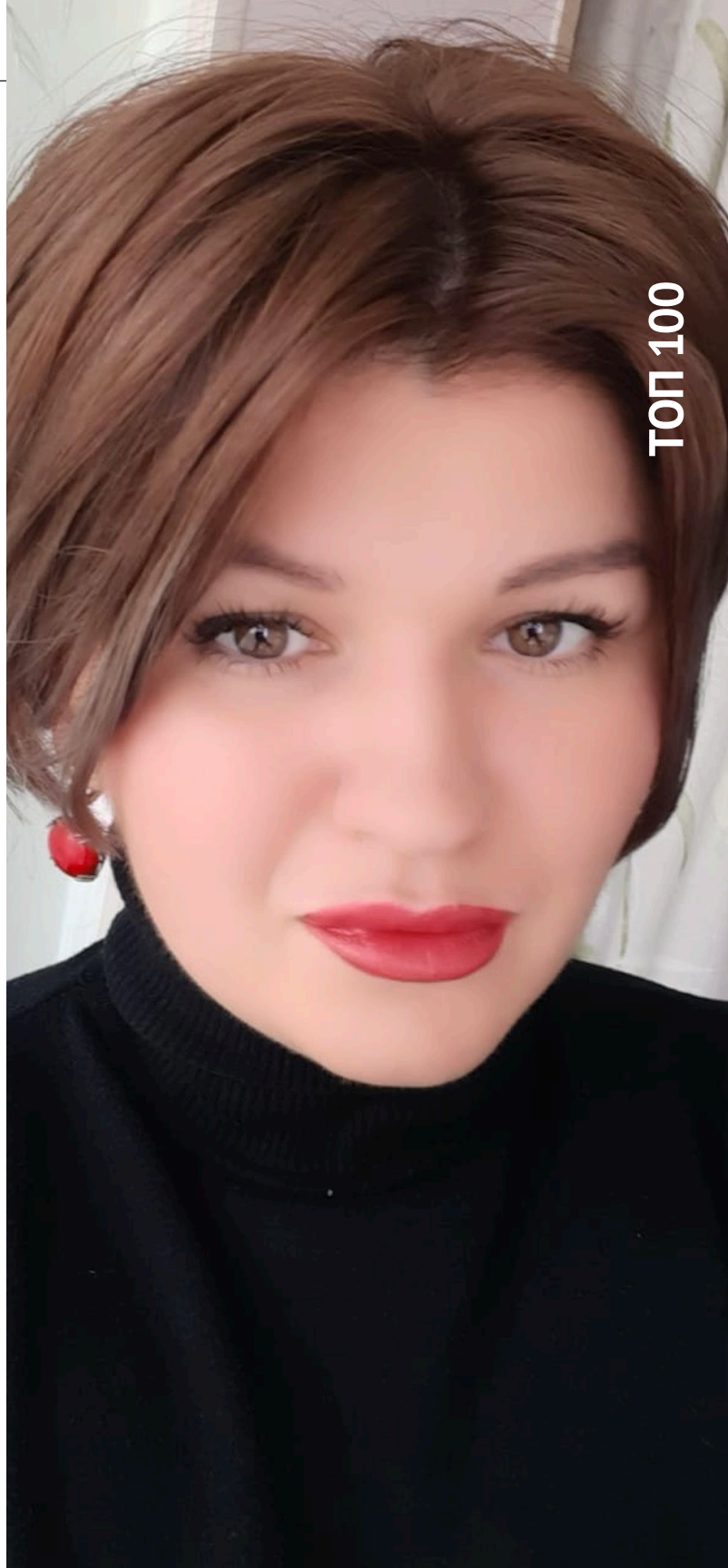
**Наши контакты:**

**САЙТ:** [vivat-m.ru](http://vivat-m.ru)

**ПОЧТА:** [kazan@vivat-m.ru](mailto:kazan@vivat-m.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (843) 292-18-43

**СОЦСЕТЬ:**  @vivat\_kzn



ТОП 100

**Имя:** Ирина Новосельцева

**Должность:** Руководитель

**Название РА:** AMK Palmera

**Регион работы:** Самарская область

**Специализируемся на** Event, BTL, ATL,  
торговый маркетинг, мерчендайзинг.

**Работаем с 2010 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** внимание к деталям,  
способность предусмотреть всё.

**Интересный факт о нашей команде:**

я не очень люблю заказы с DDL «Надо вчера», и считаю, что лучше отказаться от проекта совсем, чем подвести Клиента. Но всё поменялось в 2012 году, когда к нам обратились наши друзья, с просьбой вывести завтра в работу 70 человек, в 7 утра, далеко за городом, в лютый мороз. Проект был реализован одним координатором.

**Формула эффективности в BTL:**

продуманное ТЗ и хорошая команда.

**Мы за то, что работа должна быть**  
оплачиваемая и в удовольствие!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** amk-palmera.ru

**ПОЧТА:**

infosamara@amk-palmera.ru

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (846) 207-03-60,

8 (9276) 535-688

**СОЦСЕТЬ:**  @irina\_palmera

Palmera

рекламное агентство





**Баланс**  
Рекламное агентство

**Имя:** Александр Солонин  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** БАЛАНС  
**Регион работы:** Саратов  
**Специализируемся на ВТЛ.**  
**Работаем с 2013 года.**

**Профессионала от дилетанта**  
отличает владение нормами и навыками профессиональной деятельности, которые осуществляются на самом высоком уровне.

**Интересный факт о нашей команде:**  
В 2018 году мы получили премию – «Руководитель года». В 2019 году, мы получили премию – «Агентство года» и в 2020 году мы также одержали победу и забрали премию – «Команда года» (Ежегодная профессиональная премия ВТЛ STAR).

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
Готовность работать 24 на 7. Умение находить подход к любому клиенту.

**Мы за** повышение узнаваемости бренда и укрепление его позиций на рынке.

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:** [balans64@list.ru](mailto:balans64@list.ru)

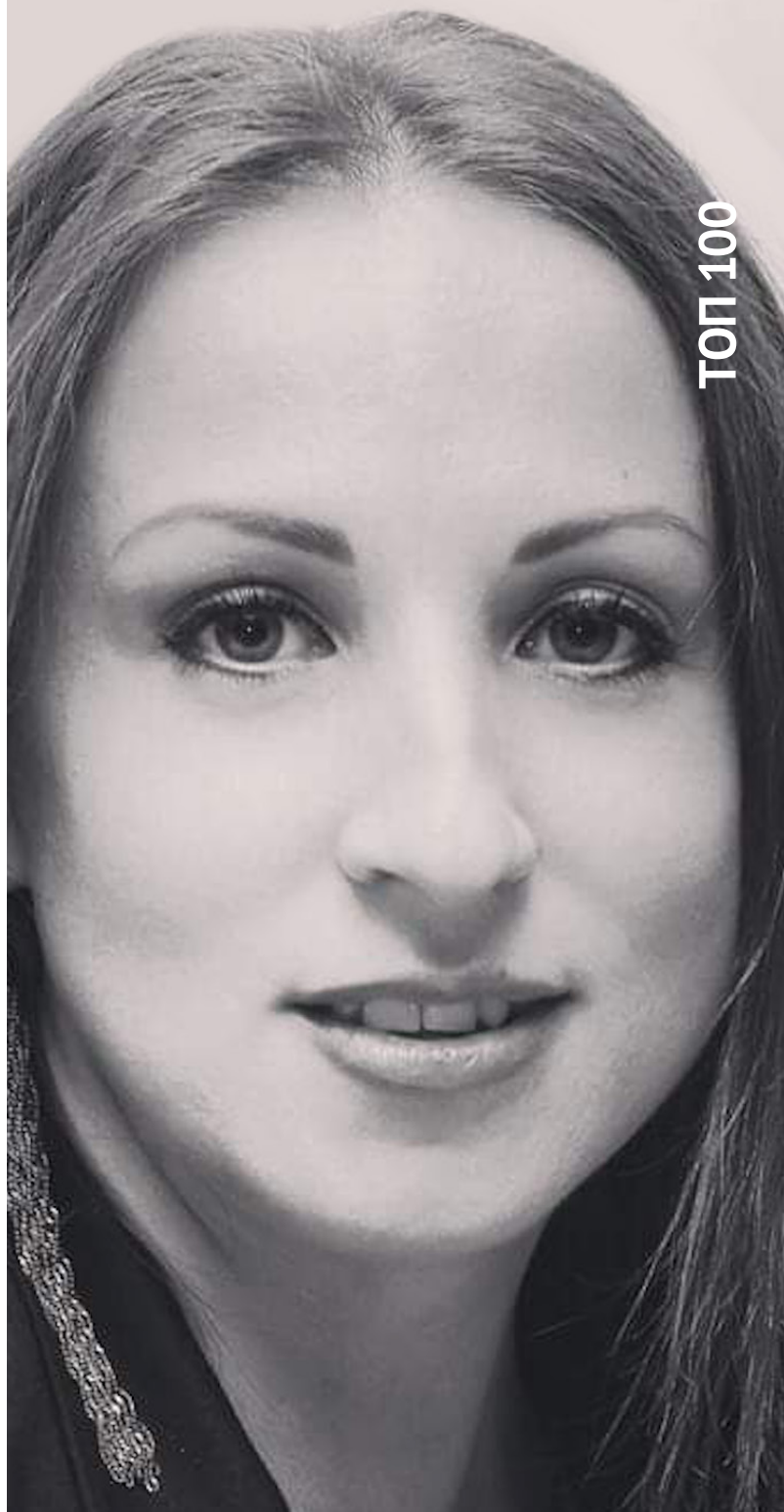
**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (937) 963-62-16 | 8 (917) 313-96-16

**СОЦСЕТИ:**

 @balans64

 @ balans\_saratov



**Имя:** Светлана Грачева

**Должность:** Исполнительный директор

**Название РА:** Промо Центр Регион

**Регион работы:** Россия, страны  
Ближнего Зарубежья, Восточная Европа.

**Специализируемся на** полном BTL -  
сервисе, Event, PR, Production.

**Работаем с 2000 года.**

**Профессионала от дилетанта  
отличает** опыт, знания и репутация.

**Интересный факт о нашей команде:** Все  
мы - профессионалы, любящие свое дело.

**Формула эффективности в BTL:**  
= Единомышленники + Доверие + Знания +  
Качество + Опыт + Репутация + Удача.

**Мы за** постоянное развитие,  
персональный стиль управления,  
индивидуальный подход к клиенту.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btl-center.ru](http://btl-center.ru)

**ПОЧТА:**

[svetlana.gracheva@btl-center.ru](mailto:svetlana.gracheva@btl-center.ru)

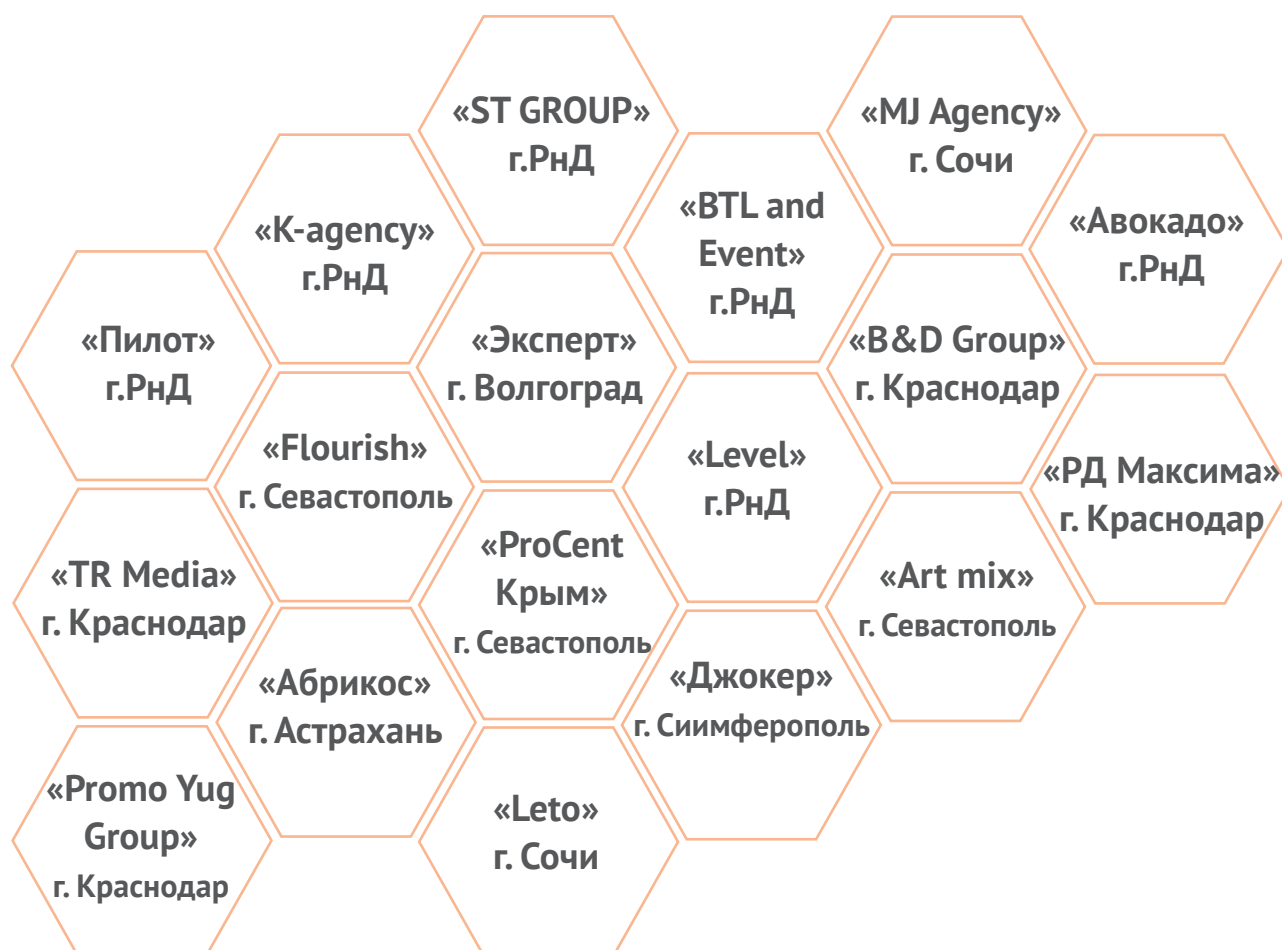
**ТЕЛЕФОН:** 8 (903) 323-10-70

**СОЦСЕТЬ:**  @prima\_sv

**Промо Центр**



# ЮЖНЫЙ федеральный округ





**Имя:** Александр Еликов

**Должность:** CEO

**Название РА:** ST GROUP

**Регион работы:** ЮФО

**Специализируемся на** Sales promotion, Trade promotion, Event marketing, Merchandising, Retail audit.

**Работаем с 2008 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** результат.

**Интересный факт о нашей команде:**

Нас объединяет ГОЛОС, любим петь и слушать песни в караоке. 🎤

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Быть открытым ко всему новому.

**Мы** точно знаем:

Весь мир в твоих руках!

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:** [info@stgroup.agency](mailto:info@stgroup.agency)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (863) 230-54-04

8 (863) 219-34-45

**СОЦСЕТЬ:**  [@stgroup\\_agency](https://www.instagram.com/stgroup_agency)







**Имя:** Екатерина Зеленова

**Должность:** Директор

**Название РА:** K-agency

**Регион работы:** Главный офис в Ростове-на-Дону, работаем с промо в ЮФО, эвент вся Россия и Азия.

**Специализируемся на промо и эвент.**

**Работаем 2015 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает реакция. Ее адекватность, скорость, а самое главное, результат к которому она приводит. Профессионалы всегда реагируют вовремя, не слишком быстро и не слишком затягивают. Реакция профессионала всегда уместна и ведет к безоговорочно крутым результатам.

**Интересный факт о нашей команде:** все наши сотрудники всю жизнь трудятся в сфере ВТЛ, начинали с промо и теперь занимают разные должности, что тут скажешь, кроме - это любовь!=-)

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Главное быть актуальными, учитывать опыт тысячи проектов, остающихся за плечами, быть в тренде сегодня и понимать, насколько это возможно, настроение, с которым завтра проснется рынок.

**Мы за профессионализм!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [katty-agency.ru](http://katty-agency.ru)

**ПОЧТА:** [zelenova@katty-agency.ru](mailto:zelenova@katty-agency.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (904) 501-72-53



**K**-агенсу

рекламно-коммуникационное  
агентство





ТОП 100

**Имя:** Роман Корневский

**Должность:** Руководитель агентства

**Название РА:** BTL || Event агентство

«Пилот»

**Регион работы:** ЮФО

**Специализируемся** на событийном маркетинге, BTL, техническом мерчендайзинге.

**Работаем с 2004 года.**

**Дилетанта от профессионала отличают** знания и опыт.

**Интересный факт о нашей команде:**

Наша команда является победителем региональных маркетинговых игр «Синяя Собака» в г. Ростове-на-Дону.

**Формула эффективности в BTL:**

Три «О» - Опыт, Ответственность, Оптимизация.

**Мы за** конец пандемийного периода!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [pilot-btl.ru](http://pilot-btl.ru)

**ПОЧТА:** [roman@pilot-btl.ru](mailto:roman@pilot-btl.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:** 8 (906) 420-22-00

**СОЦСЕТЬ:**  [@pilot\\_agency](https://www.instagram.com/pilot_agency)

ПИЛОТ  
INVOI



ТОП 100



**Имя:** Джулианна Маева  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** MJ Agency  
**Регион работы:** Сочи  
**Специализируемся на промоактивностях, event и trade маркетинге.**

**Работаем с 2018 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает развитие, ориентация на долгосрочное сотрудничество.**

**Интересный факт о нашей команде:** Большой процент запросов приходит по рекомендациям. Мы ценим нашу репутацию и каждый раз стараемся оправдать доверие рекомендовавших нас коллег.

**Формула эффективности в ВТЛ:** планирование, четкие цели, контроль, соблюдение требований клиента с учетом достижения эффективности.

**Мы за развитие отрасли, яркие рекламные кампании с осязаемым эффектом!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.mjagency.ru](http://www.mjagency.ru)

**ПОЧТА:** [m.dzhulianna@mjagency.ru](mailto:m.dzhulianna@mjagency.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (965) 479-39-79

**СОЦСЕТЬ:**  @mjagency\_sochi



**Имя:** Анна Бабкова

**Должность:** Директор

**Название РА:** Авокадо

**Регион работы:** ЮФО, СКФО

**Специализируемся на ВТЛ.**

**Работаем с 2009 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** опыт, приобретённый за годы работы и сотни проектов.

**Интересный факт о нашей команде:**

У нас слаженная команда, которая всегда готова прийти на помощь друг другу.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

- Быстрое принятие правильных решений;

- Оперативность в выполнении задач;

- Выполнение КРІ;

- Умение найти компромисс.

**Мы за** качественную работу, достойную оплату.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.avocado-btl.ru](http://www.avocado-btl.ru)

**ПОЧТА:** [a.babkova@avocado-btl.ru](mailto:a.babkova@avocado-btl.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (904) 340-0888

**СОЦСЕТЬ:**  @avocado\_btl

**avocado**





**Имя:** Дина Шубаева

**Должность:** Руководитель агентства

**Название РА:** BTL and Event

**Регион работы:** Ростовская область,  
ЮФО

**Специализируемся на** BTL, событийном маркетинге, мерчандайзинге, дизайну и пошиву промоформы.

**Работаем с 2007 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** опыт и возможность реализовать промо-активность любого уровня и сложности.

**Интересный факт о нашей команде:** в 2018 году организовали Тур Кубка «FIFA» в Ростове-на-Дону, от установки шатров до уборки территории, с привлечением всего необходимого персонала.

**Формула эффективности в BTL:** Каждый раз, ставя перед собой определенные задачи, превышающие требования клиента, мы добиваемся поставленного результата, работая с 100% самоотдачей.

**Мы за ПАРТНЕРСТВО,** ведь это важный и значимый статус для любого агентства.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.btl-and-event.ru](http://www.btl-and-event.ru)

**ПОЧТА:** [btl\\_dina\\_sh@aanet.ru](mailto:btl_dina_sh@aanet.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (903) 404-45-43





**Имя:** Татьяна Пуцилло

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** АМК «B&D Group»

**Регион работы:** ЮФО

**Специализируемся на** BTL, Event, сувенирная продукция.

**Работаем с 2006 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает** скорость и качество принятия решения в моменте, возможность посмотреть на проект со стороны без эмоций.

**Интересный факт о нашей команде:** Ответственность, взаимопомощь, готовность к любому повороту событий, оптимизм, общий результат компании.

**Формула эффективности в BTL:** качество работы, оперативность в подготовке, честность в коммуникациях.

**Мы за** изменения и перемены! Мы ЗА высокое качество работы! Мы ЗА надежную партнерскую команду!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [bd-krd.ru](http://bd-krd.ru)

**ПОЧТА:** [info@bd-krd.ru](mailto:info@bd-krd.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (861) 212-53-00,

8 (903) 456-72-04

**СОЦСЕТЬ:**  [@bd\\_group\\_](https://www.instagram.com/bd_group_)

**B&D GROUP**  
агентство маркетинговых коммуникаций





**Имя:** Наталья Лисовская (Шаврова)

**Должность:** Директор

**Название РА:** Flourish

**Регион работы:** Крым, Юг Сибири (Хакасия, Тыва, юг Красноярского края)

**Специализируемся на** BTL, Event, технический мерчендайзинг и др.

**Работаем с 2011 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает** желание довести свою работу до Абсолюта!

**Интересный факт о нашей команде:** Мы фантастическая четверка: аналитик, генератор, мотиватор и реализатор!

**Формула эффективности в BTL:** Продумай до мелочей весь предстоящий проект, просчитай и постарайся предотвратить все возможные риски, и не нервничай! Ведь, чтобы не случилось, почти все можно исправить!

**Мы за** добросовестное отношение к своей Работе и Креативный подход в решении поставленных задач!!!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [флориш.рф](http://флориш.рф)

**ПОЧТА:** [flourish19@mail.ru](mailto:flourish19@mail.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

г. Абакан

8 (913) 207-73-50

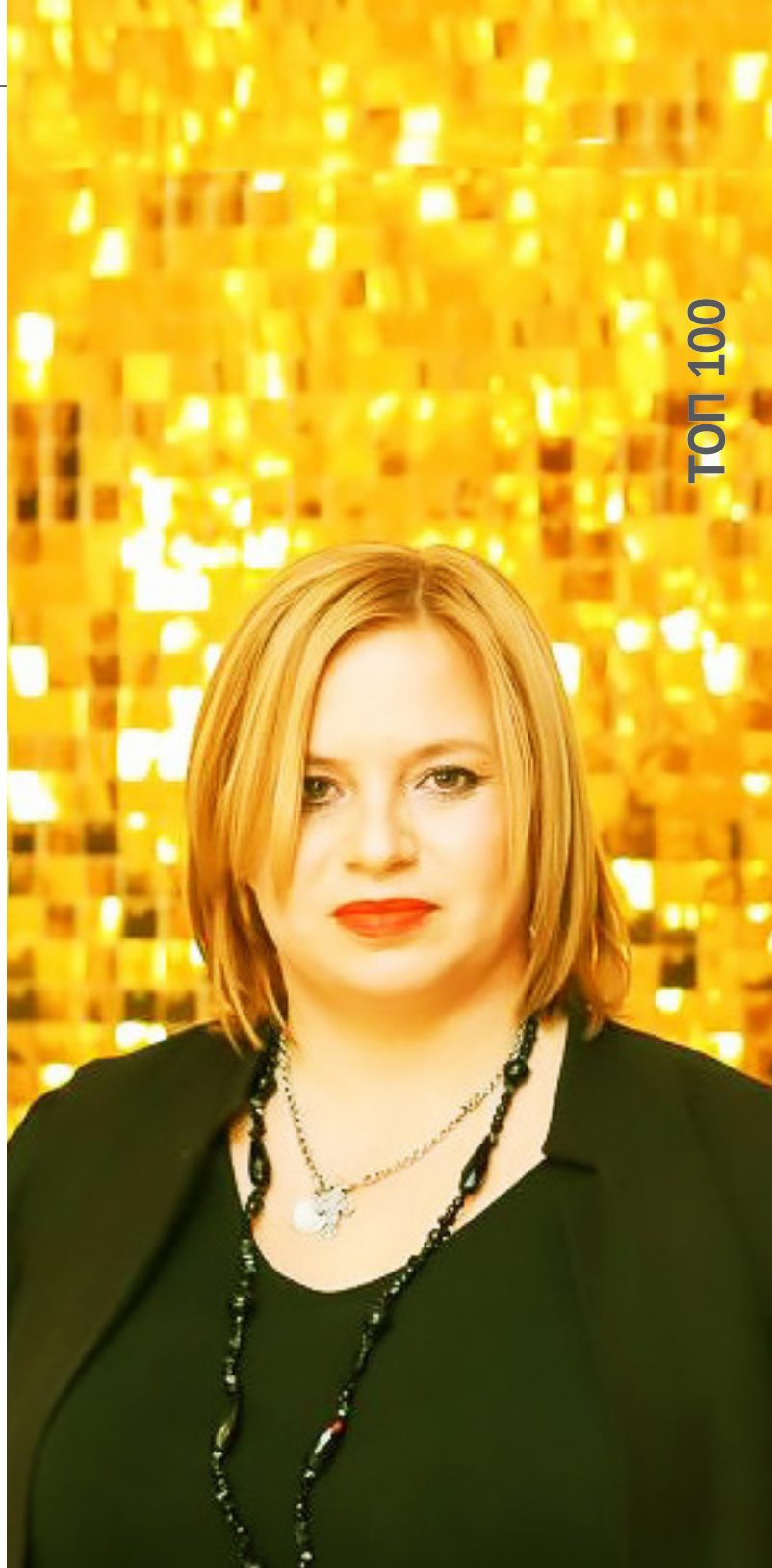
г. Севастополь

8 (978) 993-50-55

**СОЦСЕТИ:**

📷 [@ra\\_flourish\\_abakan](#)  
[@flourish\\_krim](#)





**Имя:** Екатерина Таршина

**Должность:** Руководитель агентства

**Название РА:** Джокер

**Регион работы:** Республика Крым

**Специализируемся на всем спектре**  
BTL.

**Работаем с 2005 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** то, что дилетант добивается успеха только случайно. Профессионал добивается успеха всегда.

**Интересный факт о нашей команде:** за лето 2020 года мы проехали 220 тыс км по Крыму! (исключительно по работе).

**Формула эффективности в BTL:** 100% вовлеченность в весь процесс работы.

**Наш девиз:** «Ваши желания - наши решения»

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:** [btl.krim@gmail.com](mailto:btl.krim@gmail.com)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (978) 834 57 62

**СОЦСЕТЬ:**  [@btl\\_joker\\_crimea](https://www.instagram.com/btl_joker_crimea)

**JOKER**  
btl agency crimea

КОЗЫРЬ РЕКЛАМЫ





**Имя:** Максим Князев

**Должность:** Директор

**Название РА:** Эксперт

**Регион работы:** ЮФО, базовый город - Волгоград.

**Специализируемся на** BTL-, event-проектах, мерчандайзинге.

**Работаем с 2007 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает** знание.

**Интересный факт о нашей команде:**

Для нас клиенты - это прежде всего партнеры, однажды познакомившись, мы сохраняем отношения на долгие годы. В непростых условиях 2020 года РА «Эксперт» делает ставку на сохранение команды и персонала, так как считаем что компетенции и эффективность агентства, за которые нас ценят наши партнёры, обеспечено нашей командой.

**Формула эффективности в**

**BTL:** четыре удара сердца как один: аккаунт-менеджер+ менеджер по персоналу+ супервайзер+промоутер.

**Мы за** решение задач профессионально.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.promo-volga.ru](http://www.promo-volga.ru)

**ПОЧТА:** [expert@expert-volga.com](mailto:expert@expert-volga.com)

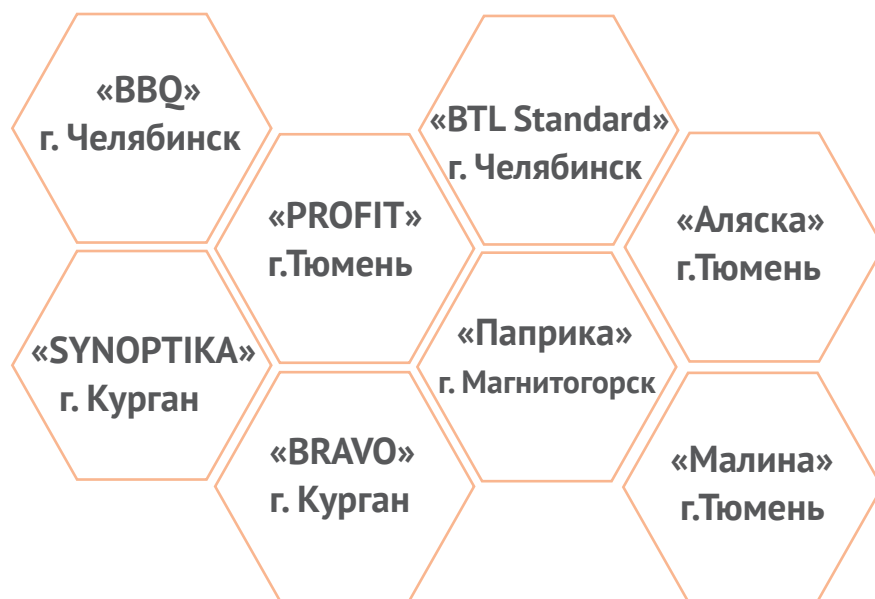
**ТЕЛЕФОН:** 8 (8442) 26-22-70/80

**СОЦСЕТЬ:**  @promovolga

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

**ЭКСПЕРТ**

# УРАЛЬСКИЙ федеральный округ








**barbeQue**  
рекламная группа

**Имя:** Татьяна Гончарова  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** рекламная группа BBQ  
**Регион работы:** Урал, офис в г. Челябинск

**Специализируемся на** комплексном решении маркетинговых задач клиента – разработка рекламных кампаний, проработка «точек контакта» в цепочке покупатель-услуга/товар–клиент/бренд, организация VTL-мероприятий (промо, аудиты, event и MICE-мероприятия), технический мерчандайзинг, разработка оригинальных и нестандартных решений для POSM-материалов и корпоративных элементов, сувенирки, дизайн, реализация ATL-кампаний в дальних уголках нашего региона, делаем первые шаги в интернет-маркетинге.

**Работаем с 2015 года.**

**Профессионала от дилетанта**

**отличает** умение выявить не только проблему, но и найти эффективные пути ее решения. Профессионал всегда просчитывает несколько шагов вперед и умеет предотвращать возможные трудности.

**Интересный факт о нашей команде:** мы «неубиваемые»=)

**Формула эффективности в VTL:**

тщательная проработка механики и планирование любой VTL-активности – это половина успеха. Вторая – это персонал с огоньком в глазах и в сердце и его желание сделать свою работу каждый раз еще лучше. Ну и обязательно должен быть план В и план С! Ведь ставка слишком высока – это лояльность клиента и его продажи. И еще связка на уровне Клиент-Исполнитель должна быть – понимание, уважение, единая система ценностей – если обе стороны понимают, на какой результат идет работа – это синергия и 100% успех.

**Мы за** эффективность и приумножение качества услуг, за грамотное решение задач клиента и за безмерную и вселенскую любовь к тому, что ты делаешь.

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:**

**T.Goncharova@bbq-group.ru**

**САЙТ: [www.bbq-group.ru](http://www.bbq-group.ru)**

**ТЕЛЕФОНЫ:**

**8 (912) 893-80-67**

**СОЦСЕТЬ:  @bbqgroup74**





**Имя:** Елена Мироненко

**Должность:** Руководитель агентства

**Название РА:** BTL Standard

**Регион работы:** Челябинская обл.,  
Свердловская область, Курганская область.

**Специализируемся на праздничных**  
открытиях магазинов.

**Работаем с 2015 года.**

**Дилетанта от профессионала отлича-**  
**ет** нежелание учиться.

**Интересный факт о нашей команде:**

Во время отдыха в Париже в 2016 году  
участвовали в организации промо акции  
совместно с местным агентством Street  
Diffusion Distribution de Prospectus.

**Формула эффективности в BTL:**

Основной показатель эффективности  
нашей работы - это высокие выручки мага-  
зинов наших заказчиков.

**Мы за бесконечное совершенствование!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btlstandard.ru](http://btlstandard.ru)

**ПОЧТА:** [standart-promo@yandex.ru](mailto:standart-promo@yandex.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (351) 244-84-18

8 (908) 042-83-85

**СОЦСЕТИ:**

 @btlstandard

 @btlstandard



**STANDARD**  
BTL/EVENT AGENCY



ТОП 100



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

**SYNOPTIKA**

BTL & EVENT

**Имя:** Максим Мистюрин  
**Должность:** Руководитель  
**Название РА:** SYNOPTIKA  
**Регион работы:** Курган, Сочи  
**Специализуемся на организации**

крутых проектов.

**Работаем с 2017 года.**

**Дилетанта от профессионала**  
отличает слабоумие и отвага.

**Интересный факт о нашей команде:**

Стабильно каждой осенью у нас меняется менеджер, а география работы становится все шире и шире.

**Формула эффективности в BTL:**

Предоплата 100% залог успеха.

**Мы за честные акции, стадных чувств у нас нет.**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [synoptika.ru](http://synoptika.ru)

**ПОЧТА:** [info@synoptika.ru](mailto:info@synoptika.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (3522) 611-106

8 (908) 836-22-11

**СОЦСЕТЬ:**  [@btlnsynoptika](https://www.instagram.com/btlnsynoptika)



**Имя:** Анастасия Капера

**Должность:** Генеральный директор

**Название РА:** Event-агентство PROFIT

**Регион работы:** Тюмень, УрФО, ХМАО, ЯНАО, Event направление по всей России.

**Специализируемся на Event, BTL.**

**Работаем с 2009 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** самый главный критерий - это опыт, навык. Именно профессионал обладает навыками. Опыт дает возможность правильно справляться с неожиданными изменениями в рамках того или иного проекта, оперативно может найти выход из любой ситуации. Профессионал всегда чему-то учится, развивается. Дилетанты же делают «лишь бы сделать» и делают вид, что сделали всё для решения того или иного вопроса, хотя на самом деле приняли решение спонтанно даже не обдумав последствия.

**Интересный факт о нашей команде:**

Однажды я принимала участие в «Бешеная сушка» с Василием Смольным. Задания были очень сложные, ежедневные тренировки с видео и фото отчетами, вплоть до 700 приседаний за день и их нужно было совмещать с плотным графиком в офисе. Весь коллектив знал и, когда мне стало очень тяжело и морально и физически выдерживать такие нагрузки, девочки меня поддержали и в офисе мы выполняли совместно задания по утрам вместо планёрок с приседаниями выпадами берпи и т.д. Это заряжало нас на весь день, поднимало общий дух, совместное фото и видео я сдавала с отчетом, за что получила дополнительные очки. Я дошла до самого финала, вот что значит - команда!

**Формула эффективности в BTL:**

Внимательность=оперативность=качество=результат.

**Наш девиз:** «Всегда рука твоя на пульсе + смотри на шаг вперёд;»»

**Наши контакты:**

**САЙТ:** profit-event.com

**ПОЧТА:** nk@pr-profit.ru

**ТЕЛЕФОН:** 8 (992) 316-42-65



ТОП 100





# BTF 2021

BTL FORUM

**#BTLFORUM**

## МАКСИМАЛЬНАЯ ПОЛЬЗА!

Без воды! Цель Форума - развитие BTL-услуг в различных регионах страны!

## ОБЩЕНИЕ 24 ЧАСА!

Вечерние встречи с коллегами, которые откроют для вас много интересных моментов.

## БЕЗ ТЕОРЕТИКОВ!

Спикеры - практики! Только коллеги, которые расскажут вам о своем реальном опыте!

# www.btlforum.ru

КЛИЕНТЫ ЗНАКОМСТВА РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ СМЕТЫ ЗАДАЧИ КРЕАТИВ BTL ПОДРЯДЧИКИ ЦИВИЛИЗОВАННЫЙ РЫНОК УСЛОВИЯ РАБОТЫ РАЗВИТИЕ СТАВКИ КООРДИНАЦИЯ МЕХАНИКИ ТРЕНДЫ ПРОБЛЕМЫ РЕШЕНИЯ НОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ РЕГИОНЫ РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВЫЕ АКЦИИ ПРЕМИЯ АКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРЫ УСЛУГИ КОНКУРЕНЦИЯ МИФЫ РЕЦЕПТЫ КЕЙСЫ ОПТИМАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕШЕНИЯ КОЛЛЕГИ ПРОРЫВ КЛИЕНТЫ ЗНАКОМСТВА РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ СМЕТЫ ЗАДАЧИ КРЕАТИВ BTL ПОДРЯДЧИКИ ЦИВИЛИЗОВАННЫЙ РЫНОК УСЛОВИЯ РАБОТЫ РАЗВИТИЕ СТАВКИ КООРДИНАЦИЯ МЕХАНИКИ ТРЕНДЫ ПРОБЛЕМЫ РЕШЕНИЯ НОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ РЕГИОНЫ РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВЫЕ АКЦИИ ПРЕМИЯ АКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРЫ УСЛУГИ КОНКУРЕНЦИЯ МИФЫ РЕЦЕПТЫ КЕЙСЫ ОПТИМАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕШЕНИЯ КОЛЛЕГИ КРУГЛЫЙ СТОЛ КОНТАКТЫ СОТРУДНИЧЕСТВО ПРОРЫВ ОСТРЫЕ ВОПРОСЫ РЫНКА КЕЙСЫ СТРАТЕГИИ

ПРЕДУПРЕЖДАЕМ: БУДЕТ ЗДОРОВО!

# СИБИРСКИЙ федеральный округ







COBRA

**Имя:** Ольга Гоголь  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** COBRA  
**Регион работы:** Сибирь  
**Специализируемся на** промоактивностях, event, trade.

**Работаем с 2015 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает подход к задачам, оперативность решений, эффективность работ.

**Интересный факт о нашей команде:** Каждый в нашей команде - имеет многолетний опыт работы, а если сложить его в годах, то получится более 100 лет на всех!). Это ли не доказательство нашей суперсилы, которая всегда работает для клиента!

**Формула эффективности в ВТЛ:** Когда опыт строится на базе стрессоустойчивости и правильного мышления. Когда к каждому нюансу в проекте относишься с одинаковой важностью. Ведь в рекламных процессах нет мелочей. А победа (результат) - в слаженной работе команды.

**Мы за эффективность!**

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [cobra-promo.ru](http://cobra-promo.ru)

**ПОЧТА:** [direct@cobra-promo.ru](mailto:direct@cobra-promo.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (913) 375-65-72

**СОЦСЕТЬ:**  [cobra\\_event](https://www.instagram.com/cobra_event)





**Имя:** Иван Молчанов  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** One Second  
**Регион работы:** СФО  
**Специализируемся на** BTL, Event, Direct marketing.

**Работаем с 2017 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** его подход к эффективности. Очень легко пойти на поводу у клиента и «реализовать» его бюджеты. Но задача в другом – дать результат, помочь подобрать инструменты соответствующие задачам бренда, обеспечить тесную связь потребителя и продукции. Звучит просто, но на практике с этим справляются далеко не многие. Бренд и его потребности всегда должны быть даже выше желаний его руководителей. Задача профессионала – взять на себя эти заботы, проведя клиента «за руку» через не столько знакомый ему мир BTL.

**Интересный факт о нашей команде:** каждый из нас засыпает и просыпается думая о том, как сделать свою работу еще лучше!

**Формула эффективности в BTL:**

1. Не жалеть время на детальную постановку задач, их анализ и обсуждение
2. Донести до каждого участника процесса ценности бренда заказчика
3. Сделать все возможное и невозможное, чтобы сроки не были нарушены!

**Мы за** конечный результат и возможность сотрудничества снова и снова вне зависимости от того, сколько усилий придется приложить.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [btl-kras.ru](http://btl-kras.ru)

**ПОЧТА:** [btl-1second@bk.ru](mailto:btl-1second@bk.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (383) 259-95-96, 8 (983) 294-05-75

**СОЦСЕТЬ:**  [@btl\\_krsk](https://www.instagram.com/btl_krsk)





**RE:SPEKT**  
ADVERTISING  
AGENCY **MEDIA**

**Имя:** Павел Филимонов

**Должность:** Директор

**Название РА:** РЕСПЕКТ МЕДИА

**Регион работы:** Тюмень, Омск

**Специализируемся на** Promo, Event, Team-Bilding, Аэродизайн, Тех.мерч, Mystery Shopping, полиграфия.

**Работаем с 2014 года.**

**Дилетанта от профессионала**

**отличает:** Дилетант считает смету, и думает о маржинальности в последнюю очередь. Его задача выиграть тендер любой ценой. Дилетант работает на количество, а профессионал на качество. Профессионал часто имеет меньше клиентов и заказов, чем дилетант, но зарабатывает больше, чем дилетант. Перед участием в тендере он посчитает свой заработок с проекта, сможет ли он в рамках бюджета выполнить задачу, заинтересовать персонал ставками, и себя в том числе. Не прыгает выше головы. Профессионал, если не чувствует уверенности, что условия позволят ему выполнить заказ, не примет участие в тендере, или не возьмет заказ по предложенным ставкам.

**Интересный факт о нашей команде:**

3 года подряд побеждаем на BTL FORUM в различных номинациях Премии BTL STAR. Имеем кредит доверия у прямых клиентов: Часто наши клиенты обращаются к нам организовать проекты по всей России. Для них принципиально важно, чтобы мы непосредственно контролировали процесс.

**Формула эффективности в BTL:**

Бюджет + Сильный координатор + Организованность + Спокойствие + Грамотный юрист и бухгалтер.

**Мы за** то, чтобы клиент был всегда в РЕСПЕКТЕ!

**Наши контакты:**

**ПОЧТА:** [art\\_respekt@list.ru](mailto:art_respekt@list.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (913) 620 1313

**СОЦСЕТИ:**

 [@ra\\_respect](https://vk.com/ra_respect)

 [@ra\\_respect](https://www.instagram.com/ra_respect)



**Имя:** Мария Мартиновская

**Должность:** Руководитель дивизиона по Сибири и ДВ

**Название РА:** ООО «Джи Пи Групп»

**Регион работы:** СФО и ДВФО

**Специализируемся на** техническом и торговом мерчендайзинге, аудитах, организации массовых и корпоративных мероприятий, ВТЛ-акциях.

**Работаем с 2008 года.**

**Дилетанта от профессионала отличает** то, что профессионал никогда не отправит КП без ознакомления всех нюансов с ТЗ Клиента. Он всегда ставит на первое место качество реализации, а не бюджет Клиента. Профессионал всегда может помочь с планированием акции, если у Клиента есть всего две исходные задачи: Хочу достичь таких-то целей (узнаваемость бренда, повышение лояльности к бренду, увеличение продаж и т.д.) и готов потратить на это такую-то сумму. И еще, что немаловажно, о каких-либо трудностях на проекте, Клиент узнает еще до свершения этого и получает ряд предложений, как этого избежать. При работе с дилетантом, как правило, Заказчик узнаёт о проблемах постфактум, когда уже ничего нельзя исправить.

**Интересный факт о нашей команде:** мы и в горе, и в радости вместе=). Каждый друг для друга и коллега, и психолог.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

1. Верно подобранная активность для продвижения того или иного бренда
2. Правильный выбор целевой аудитории
3. Качественно подобранный персонал.

**Мы за** здоровую конкуренцию в нашей сфере и за честный и качественный продукт для Клиента.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [gp-g.ru](http://gp-g.ru)

**ПОЧТА:** [m.martinovskaya@gp-g.ru](mailto:m.martinovskaya@gp-g.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:** 8 (391) 217-99-01;

8 (983) 617-40-40

**СОЦСЕТЬ:**

 @gpsiberia







**1 ИЮНЯ**  
Студия Рекламы и Пиара

**Имя:** Маргарита Юрьева  
**Должность:** Директор  
**Название РА:** Студия Рекламы и Пиара  
«1 ИЮНЯ»

**Регион работы:** Красноярский край,  
Хакасия

**Специализируемся на** промо, event,  
директ-мейл, организация мероприятий.

**Работаем с 2007 года.**

**Дилетанта от профессионала**  
**отличает то,** что профессионал каче-  
ственно оценивает суть и объем работы,  
грамотно подбирает персонал, грамотно  
составляет план работы и адекватно оце-  
нивает свою работу.

**Интересный факт о нашей команде:**  
наш коллектив - это сплоченная коман-  
да, каждый готов прийти на помощь, рабо-  
тать сверхурочно, в выходные дни. Главное  
- общий результат агентства, а не лично  
каждого.

**Формула эффективности в ВТЛ:**

Нацеленность на результат. Грамотная  
проработка идеи, учитывая все мелочи и  
пожелания клиента. Внимательный, ответ-  
ственный координатор, грамотный дирек-  
тор, качественно подобранный персонал и  
обязательный контроль.

**Мы за** креативные и нестандартные  
проекты любого уровня, адекватную цену  
за услуги.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [1-июня.рф](http://1-июня.рф)

**ПОЧТА:** [leto11@list.ru](mailto:leto11@list.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (391) 288-93-13, 211-29-95

**СОЦСЕТИ:**

 [@ra1june](https://vk.com/ra1june)

 [@ra1june](https://www.instagram.com/ra1june)





**Имя:** Елена Соколова  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** Communication agency  
BTLCENTR

**Регион работы:** СФО  
**Специализируемся на BTL, событийном маркетинге, техническом мерчендайзинге.**

**Работаем с 2016 года.**

**Профессионала от дилетанта отличает** возможность видеть главное в деталях, рационально оценивать риски и перспективы, планировать действия на несколько шагов вперед, умение не просто работать в команде, а развивать и мотивировать ее.

**Интересный факт о нашей команде:** Мы мотивируем друг друга на новые победы и побеждаем.

**Формула эффективности в BTL:** хороший BTL стоит хороших денег.

**Наш девиз:**

«Бросающий вызов достигнет успеха».

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.btlcentr.ru](http://www.btlcentr.ru)

**ПОЧТА:** [amk@btlcentr.ru](mailto:amk@btlcentr.ru)

**ТЕЛЕФОН:**

8 (913) 451-18-63

**СОЦСЕТЬ:**

 [@btlcentr\\_novosibirsk\\_](https://www.instagram.com/btlcentr_novosibirsk_)







**Имя:** Новоселов Александр Сергеевич

**Должность:** Директор

**Название РА:** Агентство креативного маркетинга «Поэт и Мастер»

**Регион работы:** СФО

**Услуги:** Корпоративный event - корпоративы, праздники, шоу-программы, тимбилдинг. Бизнес-event - торжественные открытия, лотереи, розыгрыши, конференции, презентации, организованные встречи. Промоакции - лифлетинг, дегустации, консультации, сэмплинг, тайный покупатель, аудит ТТ, услуги агитаторов, митинги, другие промомероприятия. Мерчандайзинг - мерчандайзинг в торговых сетях (визитный, совмещённый), технический мерчандайзинг. Аренда интерактивных аттракционов, услуги костюмерной.

**Работаем с 2008 года.**

**Профессионала от дилетанта** отличает умение правильно задавать и отвечать на вопросы. Часто этого бывает достаточно=).

**Интересный факт о нашей команде:** в 2008 продавали ёлки, в 2020 шили маски, между этим открывали свой бар в ретро стиле и организовывали производство уникальной туалетной бумаги с оригинальным текстом санкций...

**Формула эффективности в ВТЛ:** падать и сразу подниматься...

**Мы за** адекватные ставки и за дружбу между РА!

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.poetimaster.ru](http://www.poetimaster.ru)

**ПОЧТА:** [poet\\_i\\_master@mail.ru](mailto:poet_i_master@mail.ru)

**ТЕЛЕФОНЫ:**

8 (3812) 38-60-16, 20-10-40,

8 (960) 980 82 81

**Имя:** Лидия Тикучова  
**Должность:** Генеральный директор  
**Название РА:** BOTTLE  
**Регион работы:** СФО  
**Специализируемся на ВТЛ.**  
**Работаем с 2016 года.**

**Профессионала от дилетанта**  
отличает уверенность и отсутствие паники, слаженность действий.

**Интересный факт о нашей команде:**  
Один за всех и все за одного.

**Формула эффективности в ВТЛ:**  
уникальное предложение, яркость, формирование позитивного восприятия бренда.

**Мы за здоровую конкуренцию,**  
партнёрские отношения, открытость.

**Наши контакты:**

**САЙТ:** [www.btlpro24.ru](http://www.btlpro24.ru)

**ПОЧТА:** [project@btlpro24.ru](mailto:project@btlpro24.ru)

**ТЕЛЕФОН:** 8 (391) 2-955-330

**СОЦСЕТИ:**

 [@bottle\\_krsk](#)

 [@btl\\_bottle](#)







**IV ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ  
В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ BTL-УСЛУГ**

**УСПЕЙТЕ ПОДАТЬ ЗАЯВКУ!  
СТАНЬТЕ НОМИНАНТОМ ПРЕМИИ!**

**INFO@BTLMAG.RU**

# ЭКСПЕРТИЗА

От редакции:

Уважаемые читатели!

Нам предстоит большая работа по налаживанию коммуникации между представителями отделов маркетинга и участниками BTL рынка.

Одним из возможных коммуникационных мостов мы видим рубрику «Экспертиза», в рамках которой на вопросы маркетологов будут отвечать представители BTL из различных уголков нашей страны.

Мы надеемся, что и вопросы и ответы будут полезны для обеих сторон, развития рынка, популяризации BTL инструментов.





# «Какие инструменты поддержки продаж возможны для сезонного товара, когда несезон?»

(вопрос от отдела маркетинга сети спортивных магазинов)



Ольга Гоголь,  
Директор  
РА COBRA  
(г. Новосибирск)  
Тел.: 8 (913) 375-65-72  
direct@cobra-promo.ru  
cobra-promo.ru



ВТЛ предлагает клиентам отличные возможности для продвижения даже для товаров, сезон которых прошел или еще не наступил. Здесь к вашему вниманию различные механики промо такие как:

консультирование в местах продаж, подарок за покупку, различные конкурсы для поддержания клиентской лояльности и увеличению продаж. А также можно рассмотреть усиление воздействия в торговых



“Можно рассмотреть усиление воздействия в торговых точках, провести аналитику и определенные действия в рамках мерчендайзинга товара.”

точках, провести аналитику и определенные действия в рамках мерчендайзинга товара.

Поскольку ваш магазин предлагает спортивную продукцию, речь, скорее всего, идет о тех товарах, использование которых активно только в определенное время года. Что можно сделать?

1. Провести мониторинг спортивных мероприятий вашего региона и анализировать их с точки зрения продвижения ваших товаров с их использованием. Возможно, здесь будет грамотнее высадить целый “ десант ” промоперсонала, который бы проконсультировал целевую аудиторию на предмет особенностей товаров и почему покупать выгодно прямо сейчас.

2. Составить перечень

спортивных клубов и залов, которые могут с наибольшей точностью посещать ваши клиенты. Здесь важно грамотно составить не только адресную программу для промо, но и продумать рекламное сообщение таким образом, чтобы коммуникация клиент-промоутер была максимально органична на данной локации.

3. Проведение конкурса среди покупателей в режиме онлайн. Что не только будет повышать узнаваемость вашей сети, но и работать на виральность вашего рекламного сообщения.

Главное - отдать реализацию промоактивностей в профессиональное агентство, которое выстроит кампанию согласно опыту и последним трендам.





# «В каких случаях следует выбрать промоупаковку 1+1, а в каких выдачу подарка промоутером за линией касс?»

(вопрос от отдела маркетинга производителя снеков)



**Елена Мамедова,**  
**РА NICE**  
 (г. Москва)  
 Тел.8(966) 100-07-77  
 Elena@nicepro.ru  
 nicepro.ru



BEAUTIFUL PROMO EFFECT



Благодарю за ваш вопрос и раскрываю все карты про силу, слабость и результативные варианты обеих промоакций.

Факт. Чем больше внимания, заботы и радости ощущают люди при взаимодействии с вашим брендом, тем больше ваш продукт притягателен для них. Рассчитывайте на взаимность и

высокие продажи.

Посмотрим, в какой промоакции счастья больше?

Знаете, как люди в основном воспринимают продукт в промоупаковке «1+1»?

«Если компания может себе позволить продавать 2 товара по цене одного, значит «бесплатный подарок» заложен в стоимость. И

на самом деле я оплачиваю 2 шт.».

Итог: вы рассчитываете на радость и лояльность покупателя, а он может чувствовать себя обманутым. Негатив вместо удовольствия.

Альтернатива. Замените промоупаковку «1+1» на стандартную упаковку + семпл (бесплатный образец, пробник). Это актуально, когда вы хотите ознакомить потребителя с новым вкусом продукта.

Нюанс. Чтобы промоакция принесла результаты без лишних вложений, не делайте упаковку с новым вкусом стандартной. Пусть это будет мини-образец.

Ваша награда: розовая. Нет гарантий, что люди в дальнейшем предпочтут ваш продукт другим.

Выдача подарка промоутером за линией касс

Промоутер на входе в магазин сообщает людям: «Если вы покупаете 1 упаковку наших снеков и предъявляете мне чек, я дарю вам подарок».

Риск здесь в том, что люди в

процессе покупок часто забывают про акцию. Поэтому тех денег, которые вы могли бы заработать, вы недополучаете.

Более прибыльная альтернатива — промоутер-консультант у полки, который заботливо, «от сердца к сердцу», рассказывает о преимуществах персонально каждому, вдохновляет на покупку ваших снеков и выдает подарки.

Вариант погорячее: консультация + дегустация / семплинг силами промоперсонала.

Ваша награда:  
+ ценность вашего продукта увеличивается в несколько раз — высокие продажи «здесь и сейчас»;  
+ лояльность потребителей больше;  
+ вероятность того, что порыв купить ваш продукт останется у людей в дальнейшем, выше.

Особенно если акция длится не 3 дня, а несколько недель.

За этот срок люди привыкают покупать ваш товар.

Презентуйте продукт с любовью, продавайте с огнем!





## «Какие существуют наиболее эффективные методы контроля промоакции клиентом?»

(вопрос от отдела маркетинга молочного производства)



**Анна Балмашнова,**  
Руководитель  
РА «PromoStar»  
(Оренбургская область)  
@promostar\_btl  
Тел. +7 (961) 914-94-94  
anna\_orsk@mail.ru  
promoorsk.ru



В современном обществе существует очень много инструментов для привлечения внимания и продвижения своего бизнеса среди представителей целевой аудитории.

Но не стоит забывать старую, как мир, но очень точную мудрость: «Доверяй, но проверяй!». И дело совсем не в

том, что недоверие к партнерам, это нормально. Дело в том, что, проверяя промежуточные результаты той или иной промо акции, можно регулировать ход кампании здесь и сейчас и добиться наиболее успешного результата по итогам акции.

Фотоотчет - это неотъемлемая часть любой акции,

“Но учтите, вы самолично присутствовать всё рабочее время с промоутерами не сможете, поэтому поручить данную функцию нужно отдельному человеку, так как живой контроль и наблюдение рабочей ситуации изнутри очень важны и нужны.”

независимо от ее масштаба и продолжительности. Как правило данную услугу предлагают сами рекламщики, у которых в штате есть профессиональный супервайзер. Хочется сделать на данной статье особый акцент, так как есть тенденция к тому, что клиенты начинают экономить и «резать» услуги агентств на данном пункте. Ведь на взгляд заказчиков это незначительная и ненужная статья расходов, «мы сами будем контролировать». Но учтите, вы самолично присутствовать всё рабочее время с промоутерами не сможете, поэтому поручить данную функцию нужно отдельному человеку, так как живой контроль и наблюдение рабочей ситуации изнутри очень важны и нужны. Приготовьтесь проявлять гибкость и понимание к словам полевых сотрудников и, если вам рекомендуют чуть изменить ход

акции, адресную программу или время работы, то прислушайтесь. Ведь рекламщики, как и вы, заинтересованы в повышении спроса на предлагаемую вами продукцию и ваш успех, на долговременное и плодотворное сотрудничество.

Мессенджеры - многие современные мессенджеры позволяют обмениваться сообщениями, фотографиями, видеороликами и файлами. Почему бы не начать это использовать для контроля? С их помощью очень просто отследить расход реализуемой продукции, внешний вид промоутеров и пунктуальность персонала.

И самое главное, на наш взгляд, это сотрудничество с профессионалами своего дела. Не стоит экономить на качественной рекламе, ведь она, как известно, двигатель торговли.





# «Эвент – мероприятие для конечного потребителя – это больше имиджевая реклама?»

(вопрос от отдела маркетинга сети аптек)



**Наталья Шаврова,**  
**Руководитель**  
**PR & Promotion агентство**  
**«Flourish» (Флориш)**  
**Наш сайт: флориш.рф**  
**vk: [https://vk.com/ra\\_flourish](https://vk.com/ra_flourish)**  
**тел.: +7 978 993-50-55**  
**(КРЫМ)**  
**+7 913 207-73-50**  
**(Хакасия, Тыва)**  
**почта: flourish19@mail.ru**



В первую очередь стоит сказать, что имиджевая реклама - это выработка определенной «привычки» и лояльности у конечного потребителя, это реклама не на товар или услугу, а пиар самой компании или торговой марки.

Для того чтобы достигнуть поставленных целей данного вида рекламы, нужно грамотно

воздействовать на сознание потребителей, в первую очередь это эмоциональная составляющая или же ценностные ориентиры!

Одним из инструментов достижения влияния являются event-мероприятия!

Именно эмоции играют важную роль в проведении любых мероприятий

“Особенность такой имиджевой рекламы в том, что она направлена на получение прибыли в будущем, однако, только с ее помощью можно создать конкурентноспособный бренд, который будет способен продавать сам себя и быть узнаваем в любой точке земного шара, при этом, быть причастным к формированию значимых исторических событий!”

(благотворительная акция, открытие магазинов, флешмобы, дни рождения компаний, корпоративы, форумы и т.д.) , тем самым происходит эмоциональная привязанность к бренду.

В данном случае стоит сказать, что у потребителей о компании должно сформироваться мнение не просто позитивным, а нужным, тогда поведенческая реакция будет уже запрограммированной, поэтому, в идеале, происходит «игра» на «мировых ценностях».

Если говорить о примере подобного вида мероприятий, то стоит вспомнить постоянное участие в Олимпийских играх, с 1920х годов, компании Coca-Cola, благодаря чему бренд стал ассоциироваться с победой, успехом и достижениями.

В Казани была построена семейная гостиница «Дом Роналда Макдоналда» - от компании «McDonald's», в честь чего был проведен праздник-открытие. При этом стоит учитывать, что участие в благотворительных акциях говорит о социальной ответственности.

В итоге, хочется добавить, что особенность такой имиджевой рекламы в том, что она направлена на получение прибыли в будущем, однако, только с ее помощью можно создать конкурентноспособный бренд, который будет способен продавать сам себя и быть узнаваем в любой точке земного шара, при этом, быть причастным к формированию значимых исторических событий!





*«Всегда ли для проведения промоакции необходим промосайт или можно ограничиться информацией об акции на официальном сайте бренда? И когда без промосайта не обойтись?»*

*(вопрос от представителя отдела маркетинга производителя полуфабрикатов)*



**Татьяна Гончарова,**  
Руководитель  
РА ВВQ  
(г. Челябинск)  
Тел. +7 (351) 267-18-41  
[t.goncharova@bbq-group.ru](mailto:t.goncharova@bbq-group.ru)  
[bbq-group.ru](http://bbq-group.ru)



Все зависит от механики проведения промо. Если основная роль отведена работе промоутеров в торговой точке, и задача сайта - дать информацию

о правилах проведения акции, регистрации через смс или на самом сайте, сроках розыгрыша, призовом фонде - то достаточно просто записать страничку на

сайте бренда для размещения там всей информации. При этом для ознакомления с условиями промоутеры, POSM-материалы, все остальные каналы кампании должны давать отсылку типа “Все условия и подробности акции, информация о правилах проведения, регистрации, сроках, призовом фонде и пр. размещены на сайте www.....(сайт бренда)”

К таким вариантам подойдут локальные промо, региональные акции, скорее всего какие-то точечные продуктовые промо, мини-ивенты, приуроченные к открытию в конкретной торговой точке, участию в локальном мероприятии региона. Здесь даже могут подойти те проекты, решение о проведении которых было принято в кратчайшие сроки, и времени на создание промо-сайта, его продвижение в интернет и своевременное нанесение на всю упаковку бренда нужной инфо и логику просто нет. Тогда выручит оперативная печать посмов, промо в торговых точках с информированием об условиях и страничка на сайте для соблюдения требований.

Без промо-сайта не обойтись же в том случае, когда вы запланировали масштабную

акцию по стимулированию продаж во всех ТТ конкретного региона, всей страны или отдельной сети магазинов. Когда вы продумали четко механику и подготовили все инструменты регистрации с помощью он-лайн технологий, когда у вас готова вся упаковка (стикеровка или же сразу готовая партия с информацией о промо-сайте), вся продукция с данной информацией находится в сетках и готова к старту, там есть POSM с упоминанием о данной акции, есть договоренности с ТТ о выделении промо-мест на полках, торцах или отдельных промо-стоек в зале, готова ATL-кампания для запуска в СМИ и, в усиление, работают промо в ТТ для помощи в регистрации на сайте и активации кодов. Чаще всего такие механики используются при стимулировании продаж: подарок за покупку, розыгрыш крупных призов, призовые отзывы о продукте и т.п.

В любом случае, если вы решили провести акцию, связанную со стимулированием продаж по всем правилам, позаботьтесь о грамотно составленных правилах и доступности этой информации для ваших покупателей.





# «Как вы считаете, насколько сейчас работает такой инструмент как распространение листовок на двери в жилых домах?»

(вопрос от представителя отдела маркетинга сети пиццерий)



**Ольга Глухова,**  
Руководитель  
РА VIVAT  
(г. Казань)  
Тел. + 7 (843) 292-18-43  
[info@vivat-m.ru](mailto:info@vivat-m.ru)  
[vivat-m.ru](http://vivat-m.ru)

VIVAT  
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО



Добрый день.  
Давайте не будем говорить о банальных листовках в двери, под звонком или, ещё хуже, стикере на двери - они точно, первое, что делают - раздражают чувством вторжения а личное пространство человека и навязывания. И тут только контент ещё может как то вырулить, если предложение на бумажке будет таким, что сгладит навязанные чувства раздражения и недовольства.

Я бы поговорила о таком инструменте как Door hanger.

Дверная вешалка.

Самая первая область использования их - это полезная табличка на двери отеля: «Убраться в номере или на беспокоить».

Для решения использовать для рекламы такой инструмент задача была - сделать контакт неминуемым.

Из почтового ящика можно и не забрать, из рук промоутера

“Давайте не будем говорить о банальных листовках в двери, под звонком или, ещё хуже, стикере на двери - они точно, первое, что делают - раздражают чувством вторжения а личное пространство человека и навязывания. И тут только контент ещё может как то вырулить, если предложение на бумажке будет таким, что сгладит навязанные чувства раздражения и недовольства.“

- тоже ( промоутер должен быть очень красноречивым и потребителя ещё надо убедить взять листовку из его рук) .

А здесь / взялся за ручку - контакт.

Но!

Расчет на удивление от необычной формы подачи рекламы сработает 1-2 раза. Далее это ощущение новизны слабеет и умирает.

Остается расчет на ее изначальное назначение - полезность.

И тут мы снова к сторитейлинг вернём вас.

Главное - та история, которую вы расскажете своим потребителям.

А с помощью чего - это вторично.

Инструменты - вторичны!

Если заинтересуете - сработают и бирки на двери.

Если расчет на удивление от инструмента - выбирайте районы, где видеть - не видели такого!

Вряд ли такие остались.  
Инструмент - не новый.

Если у человека вызовете потребность считать информацию и забрать домой вашу дверную вешалку - заберет.

В ином случае вызовете раздражение.

И в очередной раз замусорите Планету, чем тоже вызовете раздражение у экоактивной части населения.

Что заберут домой?

Реальную пользу или выгоду.

QR - код на подарок, розыгрыш или приглашение на интерактив.

Промокод - на покупку, 2- ю пиццу или доставку.

Подарок от вас, применимый в быту, заберут.

Нужность кому то из членов семьи - заберут.

Кешбек заберут.

Вот вам и Полезная дверная табличка.

Надеюсь была полезной и я - вам.







*Цитата:*  
 “Спортивный маркетинг – это непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта.”

Раскрытие темы: **93%**  
 Практичность: **99%**  
 Доходчивость: **97%**  
 Процент воды: **7%**

## Маркетинг спорта

**Авторы:** Джон Бич, Саймон Чедвик  
**Издательство:** Альпина Пабlishер

# ВДОХНОВЛЕННЫЕ СПОРТОМ

### О чем

О спортивном маркетинге каков он есть. С четким разбором практически каждого нюанса. С анализом феномена спорта с различных маркетинговых точек обзора. Эта книга вдохновение на успех и никак иначе.

### Зачем читать

Прежде всего для того, чтобы систематизировать знания, добавить новые. Такого масштабного разбора спортивного маркетинга вы больше нигде не найдете. Кто-то усомнится: “Но авторы - иностранцы, а значит, процент практичности будет низок!”. Это не так. Спорт - понятие международное. Вот почему данную книгу не просто интересно прочитать и нам, а крайне необходимо. Ведь все мы стремимся к работе на более высоких, развитых рынках. Так давайте учиться их создавать, отталкиваясь от локальной специфики, вооружившись знаниями.

### Для кого

Книга будет полезна не только маркетологам и рекламистам имеющим непосредственное отношение к спорту, но и представителям иных отраслей. Поскольку продвижение посредством спортивных мероприятий и брендов - интересное и эффективное решение коммуникационных задач.

Подробнее: [www.alpinabook.ru/catalog/book-6379-reviews/](http://www.alpinabook.ru/catalog/book-6379-reviews/)

### Цитата:

“Уровень потребления продукта (посещаемость) и степень приверженности виду спорта или команде отражается в таких терминах, как «театралы», «проститутки», «ветреники», страстные болельщики и верные фанаты.”

ОБ АВТОРАХ:

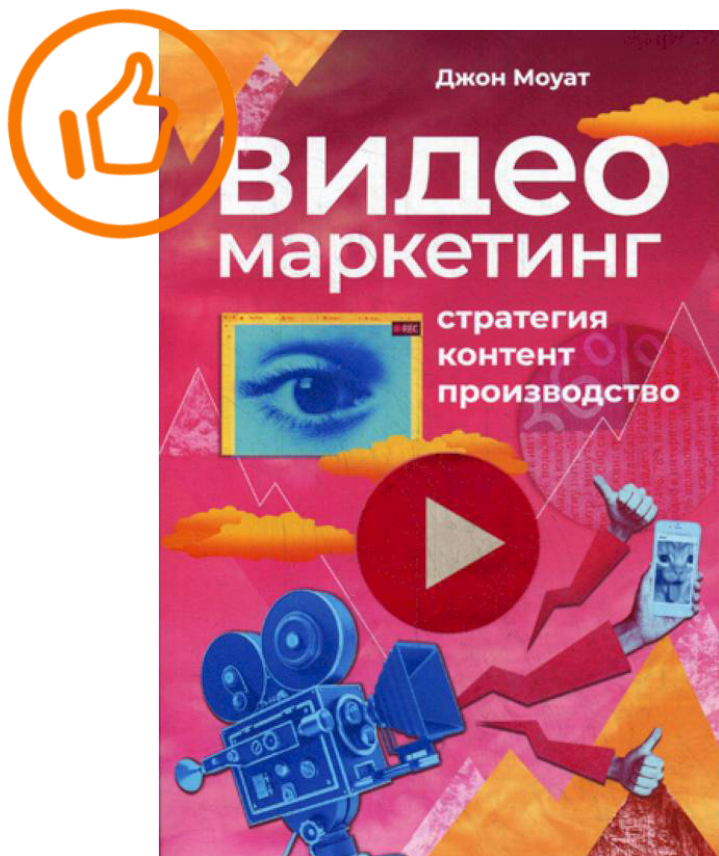
#### **Бич Джон (John Beech) -**

Глава отдела прикладных исследований в спорте и туризме Coventry University.

#### **Чедвик Саймон (Simon Chadwick) -**

Работает в Колледже Биркбек Лондонского университета. Один из директоров Центра спортивного бизнеса Биркбек. Главный редактор журнала *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Основатель и руководитель Специальной группы спортивного маркетинга при Академии маркетинга.





Цитата:

“Всем, без исключения, хочется преуспеть в двух областях: продвижении бренда в долгосрочной перспективе и повышении продаж – в краткосрочной. Видео великолепно стимулирует изменения поведения в обоих случаях.”

Раскрытие темы: **90%**  
 Практичность: **90%**  
 Доходчивость: **97%**  
 Процент воды: **10%**

## Видеомаркетинг

Стратегия, контент, производство

Автор: Джон Моуат

Издательство: Альпина Паблишер

# ЭКСПЕРТНЫЙ ВИДЕОКОНТЕНТ

### О чем

Как использовать инструментарий видеомаркетинга не от случая к случаю, а согласно грамотной стратегии. Автор делится максимально практичными знаниями, которые сегодня необходимы каждому маркетологу и рекламисту. Если ранее бренду нужно было просто присутствовать в Сети, то сейчас этого уже мало. Сейчас бренду просто жизненно необходим правильный, экспертный видеомаркетинг.

### Зачем читать

Место работы автора книги - одно из ведущих видеомаркетинговых агентств Великобритании, создающее контент для множества брендов, в числе которых Airbus Space, BMW, Mazda, Volvo, AXA и многие другие. Интересен ли его опыт? Вопрос риторический!

### Для кого

Для тех, кто ставит себе целью с помощью онлайн-видео повысить эффективность маркетинга. Кто идет в ногу со временем и не желает быть просто потребителем трендов, а их создателем.

Подробнее: [www.alpinabook.ru/catalog/book-550354/](http://www.alpinabook.ru/catalog/book-550354/)

### Цитата:

*“Наполненное эмоциями видео создает сильную долговременную связь с брендами, а видео с важными фактами эффективно способствует выполнению краткосрочных целей. Правильная видеокампания объединяет в себе обе цели.”*

### ОБ АВТОРЕ:

**Джон Моуат** — эксперт по видеостратегии и лектор. Его карьера началась на BBC, где он 12 лет проработал продюсером и режиссером документальных фильмов. Он получил множество телевизионных наград, в том числе три награды Королевского телевизионного общества. С 2005 года Джон работает управляющим директором Hurricane Media — одного из ведущих видеомаркетинговых агентств Великобритании. Hurricane создает контент и разрабатывает стратегии для многих брендов, в том числе Airbus Space, Barclaycard, BMW, Fred Olson Cruises, Mazda, Peugeot, Volvo и многих других.





Цитата:

*“Мы приобретаем товары определенной торговой марки, потому что они гарантируют качество и одновременно дают некоторое эмоциональное удовлетворение.”*

Раскрытие темы: **99%**  
 Практичность: **99%**  
 Доходчивость: **97%**  
 Процент воды: **1%**

## Private labels

*Новые конкуренты традиционных брендов*

**Авторы:** Ян-Бенедикт Стенкамп, Нирмальья Кумар  
**Издательство:** Альпина Паблишер

# ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ

### О чем

Собственные марки торговых сетей - заслуживают сегодня большего внимания, нежели ранее. Из гадких утят они превращаются в конкурентоспособные товары и уже не воспринимаются потребителями как второсортные.

О стратегиях и мифах. Об инструментари и практике. Вот о чем данная книга.

### Зачем читать

Авторы собрали уникальный практический материал из различных уголков мира.

Private labels - растет с каждым годом. Некоторые торговые сети выбирают стратегию повышения качества, некоторые - ставят на другие клиентские потребности. Какую же специфику выбрать и почему - эксперты раскрывают множество примеров.

### Для кого

Для тех, кто занимается разработкой брендов, их продвижением. И всех, кто стремится понять стратегии продвижения, найти оптимальный вариант для себя.

Подробнее: [www.alpinabook.ru/catalog/book-8686/](http://www.alpinabook.ru/catalog/book-8686/)

### Цитата:

*“Позади времена, когда собственные марки розничных магазинов выглядели «гадкими утятами» по сравнению с более шикарными и разрекламированными соперниками.”*

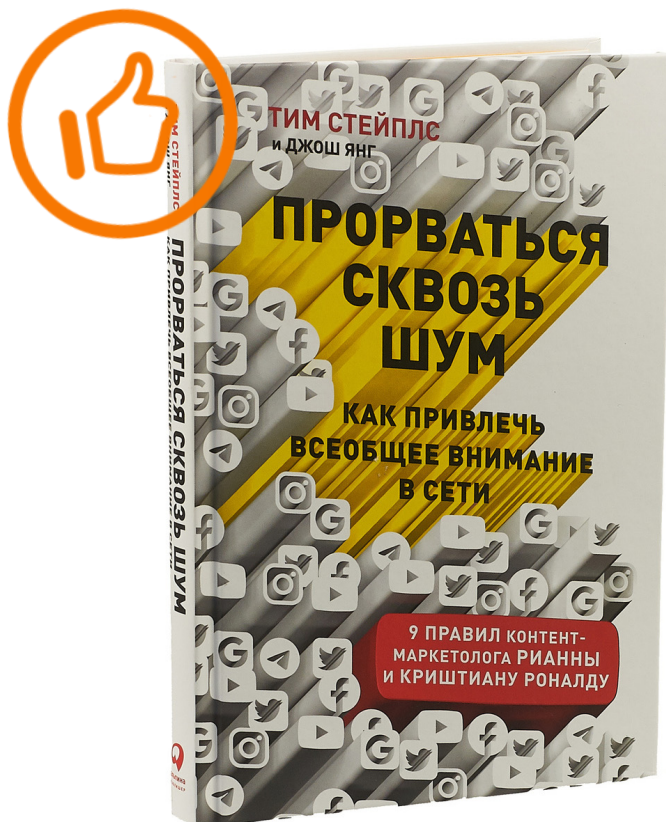
### ОБ АВТОРАХ:

#### **Стенкамп Ян-Бенедикт** -

Заслуженный профессор маркетинга от фонда К. Нокса Мэсси, председатель отделения маркетинга бизнес-школы Кинэн-Флэглер в Университете Северной Каролины в Чейпел-Хилл. Он одновременно является исполнительным директором AiMark, всемирного исследовательского центра.

**Кумар Нирмалья** - приглашенный профессор маркетинга Лондонской бизнес-школы. Один из ведущих мировых специалистов по стратегии и маркетингу. Автор 6 книг, 5 из которых опубликованы в HarvardBusinessPress. Работал в качестве коуча и консультанта с более чем 50 компаниями из списка Fortune 500 в 60 различных странах.





Цитата:

“Наши видео собрали более 5 миллиардов просмотров, 50 миллионов репостов и стали инфоповодом более чем для 100 000 статей, посвященных таким гигантам, как Pepsi, Adobe, Hyatt, или, например, Олимпийские игры.”

Раскрытие темы: **83%**  
 Практичность: **89%**  
 Доходчивость: **97%**  
 Процент воды: **17%**

## Прорваться сквозь шум

*Как привлечь всеобщее внимание в сети*

**Автор:** Тим Стейплс, Джош Янг

**Издательство:** Альпина Паблишер

# ИНФОПОВОД, НУЖЕН?

**О чем**

Каким бы ярким ни было ваше рекламное сообщение, оно может затеряться в информационном шуме — среди миллионов постов и видео, появляющихся ежедневно. Но внимание пользователей можно привлечь и заставить все глобальные платформы — Google, Facebook, YouTube и Instagram — работать на вас.

Секрет — в задействовании базовых эмоций и вовлекающем сторителлинге. Тим Стейплс рассказывает о девяти ключевых правилах, которые помогут вашим сообщениям прорваться сквозь шум.

**Зачем читать**

Собран опыт зарубежных коллег, который следует принять во внимание. Множество примеров из личной практики авторов и практических отсылок на историю рекламных коммуникаций.

В книге рассказывается, по каким принципам строить сообщения, какие эмоции задействовать, чтобы людям хотелось делиться вашим контентом, создавая волну вирусного распространения.

**Для кого**

Для контент-маркетологов, блогеров, для тех, кто продвигает личный бренд в соцсетях или отвечает за онлайн-маркетинг компании.

Подробнее: [www.alpinabook.ru/catalog/book-587633/](http://www.alpinabook.ru/catalog/book-587633/)

**Цитата:**

*“Многие бренды мечтают о том, чтоб сорвать джекпот, выпустить хотя бы один вирусный хит, в то время как нам удастся повторять такое снова и снова, утирая нос всем скептикам.”*

ОБ АВТОРАХ:

**Тим Стейплс**

Предприниматель, сооснователь и генеральный директор Shareability, компании, занимающейся контент-маркетингом. Среди клиентов компании Pepsi, AT&T, Hyatt и Adobe.

Еще до Shareability Тим основал Converge — компанию, специализирующуюся на онлайн-маркетинге, которая работала со многими знаменитостями, включая Рианну, Викторию Бекхэм, 50 Cent, Шакила О’Нила, Майли Сайрус и Ашера.

В 2016-м ведущий американский новостной портал TheWrap назвал Тима одним из «инноваторов, которые потрясли Голливуд».

Сайт: <http://www.shareability.com/>

Профиль в соцсетях: Twitter: @micodala

**Джош Янг**

Писатель, журналист, редактор.

Соавтор пяти бестселлеров по версии The New York Times.



РОССИЙСКАЯ  
АССОЦИАЦИЯ

**BTL**

[www.rabttl.ru](http://www.rabttl.ru)