

**Анастасия Комарова,  
Директор  
«Умного Рекламного Агентства»,  
(г. Москва)**



## ПРОМ ВОРУЕТ, РА ГОРЮЕТ

Промоутеры, как правило, воруют на память себе и на подарки друзьям. Для промоутеров унести с акции «трофей» - уже традиция. Реже - они «списывают» подарки или семплы, чтобы увеличить результаты по отчетам (особенно, если точка не проходная и промоутеры просто боятся сдавать

отчеты с такими скудными результатами).

Супервайзеры редко уносят парочку подарков или семплов «на трофей», на память или на подарки друзьям. В 99% случаев они таскают раздаточный материал - на продажу. Через друзей. Через соц. сети. Через палатки на рынках.

“В 99% случаев они таскают раздаточный материал - на продажу. Через друзей. Через соц. сети. Через палатки на рынках”.

Чем это грозит?

Не так страшен сам факт воровства промо-персоналом, как последствия в стратегическом рассмотрении.

Воровство семплов и подарков прикрывается подделкой отчетов, в результате чего агентство, а позже заказчик, получают данные по эффективности акции, не имеющие ничего общего с действительностью. Оценка рентабельности проведенной рекламной кампании строится на этих данных и, естественно, акция показывает низкий результат рентабельности, а может быть и вовсе минусовой.

А еще бывает...

Бывали случаи, когда после проведения семплинга, сотрудники компании – заказчика находили в продаже на рынке семплы своего продукта с маркировкой «не для продажи». Результат

понятен. Заказчику не важно, кто стал причиной сего казуса: нерадивые супервайзеры или подлое руководство агентства. Агентство теряет клиента. А вместе с ним и репутацию.

Как избежать воровства персоналом?

В первую очередь, нужно бороться с причиной, а не с результатом, т.е. с тем, почему у персонала возникает желание присвоить что-то себе, и не возникает страха и стыда это делать. Промоутеры в меру своей юности и беззаботности не осознают, что это воровство, которое является уголовным преступлением и грозит реальным судебным сроком. Супервайзеры, как правило, понимают это, но уверены, что агентство не пойдет по этому поводу в суд, т.к. испугается судебных санкций в свой адрес за нарушение трудового кодекса и не соответствующее закону оформление персонала.

“В первую очередь, нужно бороться с причиной, а не с результатом, т.е. с тем, почему у персонала возникает желание присвоить что-то себе, и не возникает страха и стыда это делать“.

### Делаем выводы

Первое, что необходимо изменить – максимально соответствовать законодательству, при оформлении персонала. Таким образом, чтобы в случае выявления воровства персоналом, не бояться обратиться в суд.

Второе, донести информацию об этом до персонала. Проводить им

обучение, в процессе которого уделять внимание моменту ответственности, в том числе за подделку отчетов и сохранности промо-материалов. Выдавать на руки инструкции по работе, в т.ч. штрафные санкции.

И конечно необходимо, создать мотивацию, для того, чтобы персонал боялся потерять любимую, интересную и высокооплачиваемую работу.

“Первое, что необходимо изменить – максимально соответствовать законодательству, при оформлении персонала“.

## Умное Рекламное Агентство

BTL|Event|PR|Creative

[Тренинги для персонала]

[Тренинги для руководства]

[Консалтинг]



### Почему мы называем себя «УМНЫМ» агентством?

Каждый свой проект мы начинаем с маркетингового исследования. Прежде, чем выставить промоутера на раздачу листовок, мы определим, в каких точках он встретит наибольшее количество целевой аудитории, а также в какие часы ЦА будет более заинтересованной в прочтении рекламной листовки нашего клиента. Прежде, чем разработать логотип, фирменный стиль или вывеску для нашего клиента, мы выясним, какая цветовая палитра лучше обратит на себя внимание нужного сегмента. А прежде, чем разработать рекламную стратегию для клиента или концепцию его рекламной кампании, мы промониторим рынок конкурентов и на основе полученных данных разработаем максимально эксклюзивное, ни на кого не похожее решение. При таком подходе, нам удастся достигать наибольшей эффективности результатов, при наименьших затратах клиента.

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

8-903-13-14-789

[info@cleverra.ru](mailto:info@cleverra.ru)