

## Мысли клиента на главную тему

**Анастасия Комарова,  
Директор  
«Умного Рекламного Агентства»**



*Каждый день мне на почту и в социальные сети приходят вопросы: «А как вы считаете, Господин Заказчик читает BTLmagazine?», «Вот мы с вами, коллеги, обсуждаем-обсуждаем, а что на самом деле думают по этому поводу наши клиенты?».*

*Вопрос действительно интересный. Я решила выяснить, что на самом деле думают о нас – рекламных агентствах – заказчики. На тему этого выпуска журнала «Качество как бонус», я пообщалась с Анной Ерохиной, руководителем группы торгового маркетинга BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE GMBH (ООО «БСХ Бытовая техника»).*

**Какими услугами BTL агентств Вы пользуетесь (организацией какого вида промоакций)?**

Исходя из накопленного опыта работы на рынке бытовой техники, а также проведенного анализа с помощью внешних партнеров наиболее эффективными для достижения поддержания и увеличения sell-out в рознице, является комплекс следующих мероприятий: присутствие консультантов в рознице, демонстрация, дегустации, кросс промо. Применение тех или иных активностей, обусловлена присутствием бренда BOSCH в разных категориях малой бытовой техники.

**Довольны ли Вы качеством предоставляемых Вам услуг?**

Ежегодно мы проводим анализ рынка промо агентств, выбирая лучшее, так как

заинтересованы, что бы наши инвестиции были максимально эффективными. К сожалению, в процессе реализации того или иного проекта мы сталкиваемся с определенными сложностями, которые быстро решаются.

**Каковы, на Ваш взгляд, основные «проблемные места» BTL агентств? На что агентствам стоит обращать больше внимания?**

Непонимание бизнеса клиента, продукта, и рынка.

**Как Вы проверяете работу своих подрядчиков: проводите проверки собственными силами или предпочитаете аудит силами других, конкурентных агентств?**

Как собственными силами, так и силами третьих лиц.

**Сталкивались ли Вы с ситуациями полного**

непрофессионализма или некачественной работы агентства? Какие вы видите способы искоренить в профессиональном сообществе такие недобропорядочные кадры?

Такие ситуации крайне редки, но, к сожалению, они имеют место быть. Мы максимально быстро устраняем пробелы с помощью других партнерских агентств, а с недобросовестными и непрофессиональными подрядчиками прекращаем отношения.

Что для Вас наиболее значимо в сотрудничестве в BTL агентством?

Стоимость услуги, география покрытия, опыт работы с рынком бытовой техники. Это главные критерии.

Дайте рекомендации нашим читателям: каким агентством нужно быть, к чему нужно стремиться, чтобы заполучить в свои заказчики таких именитых клиентов как Bosch?

Понимание бизнеса клиента и хорошее предложение.



## Умное Рекламное Агентство

Более 100 филиалов и партнерских агентств в более чем 75 городах РФ

**BTL, Event,  
креатив,  
реклама в сми,  
полиграфия, post, pr  
audio/video/photo - production**

Наши контакты:  
[info@cleverra.ru](mailto:info@cleverra.ru)  
[www.cleverra.ru](http://www.cleverra.ru)  
8-903-13-14-789