



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
общие тенденции и особенности  
развития российских городов

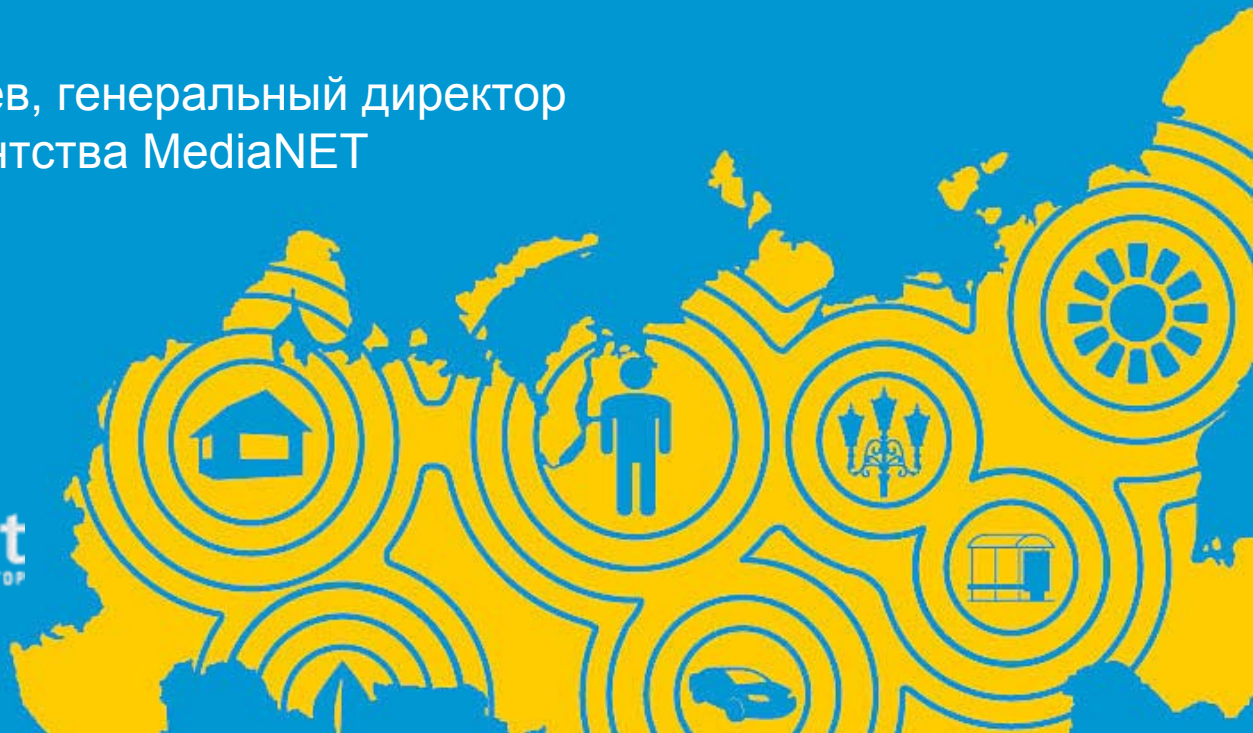
Москва, 22 октября 2008 года

## Зачем столичные медиа агентства открывают офисы в регионах?

Сергей Дмитриев, генеральный директор  
рекламного агентства MediaNET



**MediaNet**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИАОПЕРАТОР



А вот зачем...

- ✦ Чтобы помогать базовым клиентам на местах
- ✦ Чтобы привлекать новых локальных и национальных клиентов



- ✦ Территориальная экспансия клиентов
- ✦ Увеличение расходов национальных клиентов в регионах
- ✦ Рост локальных рынков
- ✦ Качественное повышение требований локальных клиентов



- ⊕ Планирование
- ⊕ Закупки
- ⊕ Отчетность (баинговая,  
финансовая и т.д.)
- ⊕ Клиентский сервис



# Медиа Сервис Все можно делать из Москвы?

- ✦ Планирование
- ✦ Исследования

- ✦ TNS Gallup Media :
  - ✦ ТВ – 33 города
  - ✦ Радио – 23 города
  - ✦ Пресса – 20 городов
- ✦ Espar-Analyst
  - ✦ ООН – 50 городов
- ✦ Тем временем многие национальные Клиенты размещаются в 200 и более населенных пунктах



## Медиа Сервис Все можно делать из Москвы?

- ✦ Планирование
- ✦ Исследования
- ✦ При большом региональном охвате определяющим становится «экспертное мнение»
- ✦ Собственные региональные офисы могут предложить:
  - ✦ Независимую медиа информацию
  - ✦ Независимую местную экспертизу с рынка, на котором оперирует клиент



# Медиа Сервис

## Все можно делать из Москвы?

- ✦ Закупки
- ✦ Спецпроекты
- ✦ Отчетность
  
- ✦ Из Москвы напрямую у поставщиков
  - ✦ Неполная информация о существующих поставщиках
  - ✦ Проблема часовых поясов
  - ✦ Отсутствие личного контакта
  - ✦ Неоперативность при объемах
  
- ✦ Через баинговые агентства
  - ✦ Плюс: оперативность
  - ✦ Минус: Зависимость от «байеров»
    - ✦ Репутация
    - ✦ Бизнес ситуация, интересы
    - ✦ +1 звено коммуникации «-» управляемость



# Медиа Сервис

## Все можно делать из Москвы?

- ✦ Закупки
  - ✦ Спецпроекты
  - ✦ Отчетность
- ✦ Напрямую у поставщиков из региональных офисов
    - ✦ Максимум информации о поставщиках
    - ✦ Синхронизация работы с поставщиками в одних часовых поясах
    - ✦ Личный контакт
    - ✦ Управляемость и «прозрачность» процесса
    - ✦ Оперативность
    - ✦ Широкие возможности нестандартного размещения





# Медиа Сервис

## Все можно делать из Москвы?

- ✦ Закупки
  - ✦ Спецпроекты
  - ✦ Отчетность
- 
- ✦ Коммуникация с Клиентом
- ✦ Через крупнейших селлеров, News Outdoor, ВИ Трэнд», «Граммофон»
    - ✦ Зависимость от бизнес интересов селлеров
    - ✦ +1 звено коммуникации «-» управляемость
    - ✦ Стандартные продукты
  - ✦ Зависит как устроен Клиент



«Дистанционно и своим-то бизнесом управлять очень непросто, кто ж Вам позволит издалека управлять бизнесом чужим?»

*Уоррен Баффет, инвестор*





**MediaNet**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИАОПЕРАТОР



- ✦ управление массовыми коммуникациями национальных брендов на локальных рынках
- ✦ повышение эффективности рекламных затрат клиентов
- ✦ создание высококачественного регионального продукта для медиа агентств



- ⊕ Следуем за своими клиентами
  - ⊕ **Синхронизация коммуникации**
    - ⊕ Поэтому открыли офис в Твери
    - ⊕ И во Владивостоке, а не в Хабаровске.  
А теперь и в Хабаровске
- ⊕ Региональный офис должен стать центром прибыли за счет локального бизнеса
  - ⊕ Поэтому закрыли офис в Твери (когда отпала задача коммуникации с действующими федеральными клиентами)
- ⊕ Управляемость = стратегическая надежность



## Собственные офисы vs независимые контрагенты

- ⊕ Предсказуемость развития и ответственности
- ⊕ Локальные офисы становятся со временем автономными профит-центрами
- ⊕ Независимая медиа информация
- ⊕ Независимая местная экспертиза с рынка, на котором оперирует клиент
- ⊕ Эффективное сочетание вертикального контроля и горизонтальной интеграции



- 31 августа 2005 г. – головной офис (Москва)

Семь базовых региональных офисов:

- ⊕ Владивосток
- ⊕ Екатеринбург
- ⊕ Краснодар
- ⊕ Нижний Новгород
- ⊕ Новосибирск
- ⊕ Самара
- ⊕ Санкт - Петербург

Два доп. Офиса: Хабаровск и Воронеж

План 2009: Казань, Уфа, Ростов-на-Дону, Омск

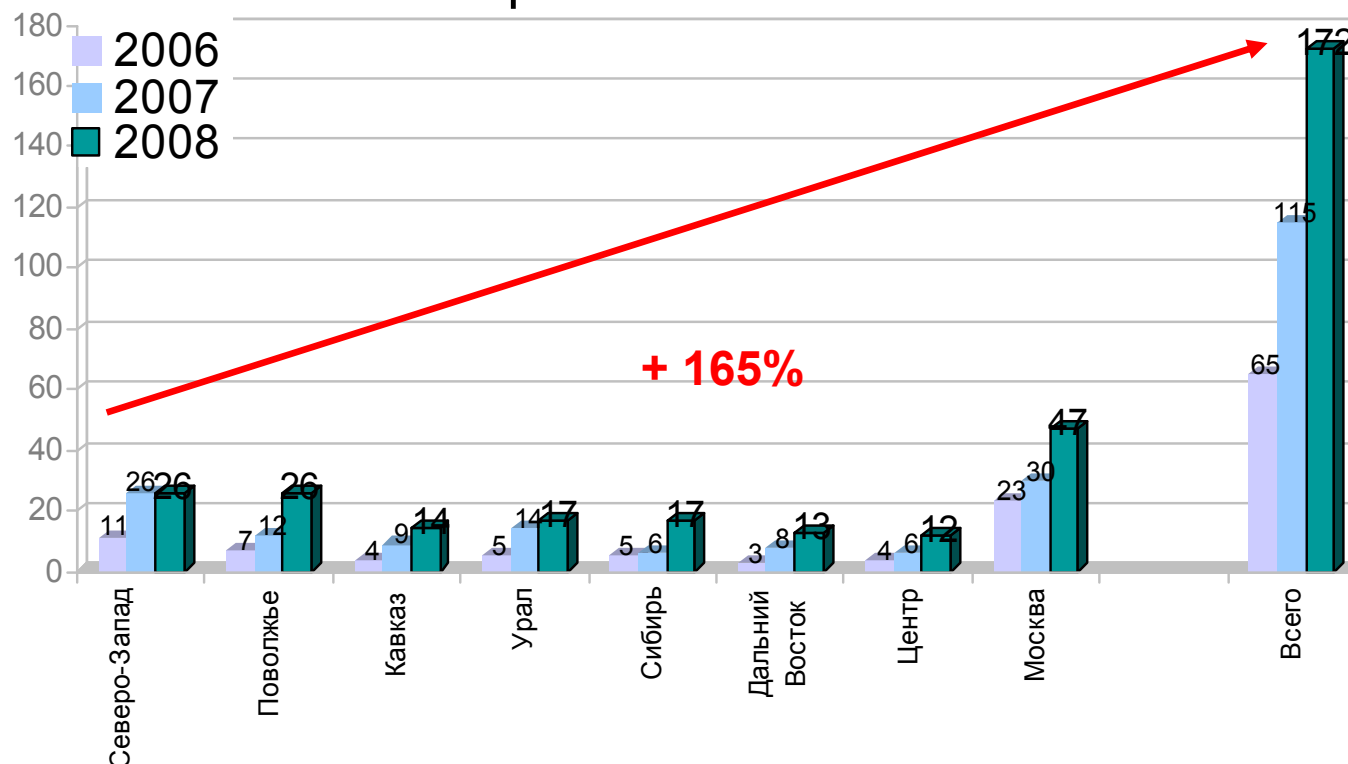


# Команда

Сентябрь 2006 – 65 сотрудников

Сентябрь 2007 – 115

Сентябрь 2008 – 172





# География

10 часовых поясов

83 субъекта Федерации

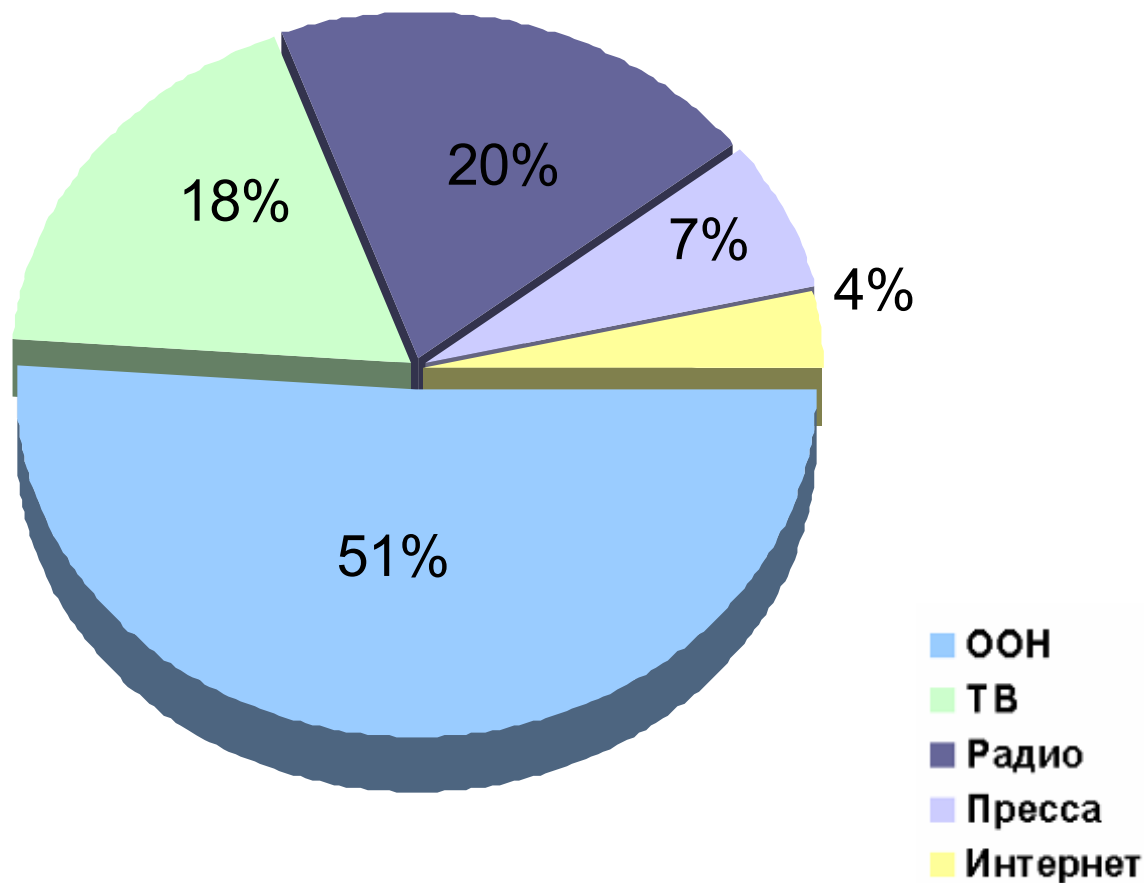
более 200 населенных пунктов

3 636 поставщиков



# Структура оборота

2007  
55 млн. долл.



# Структура оборота

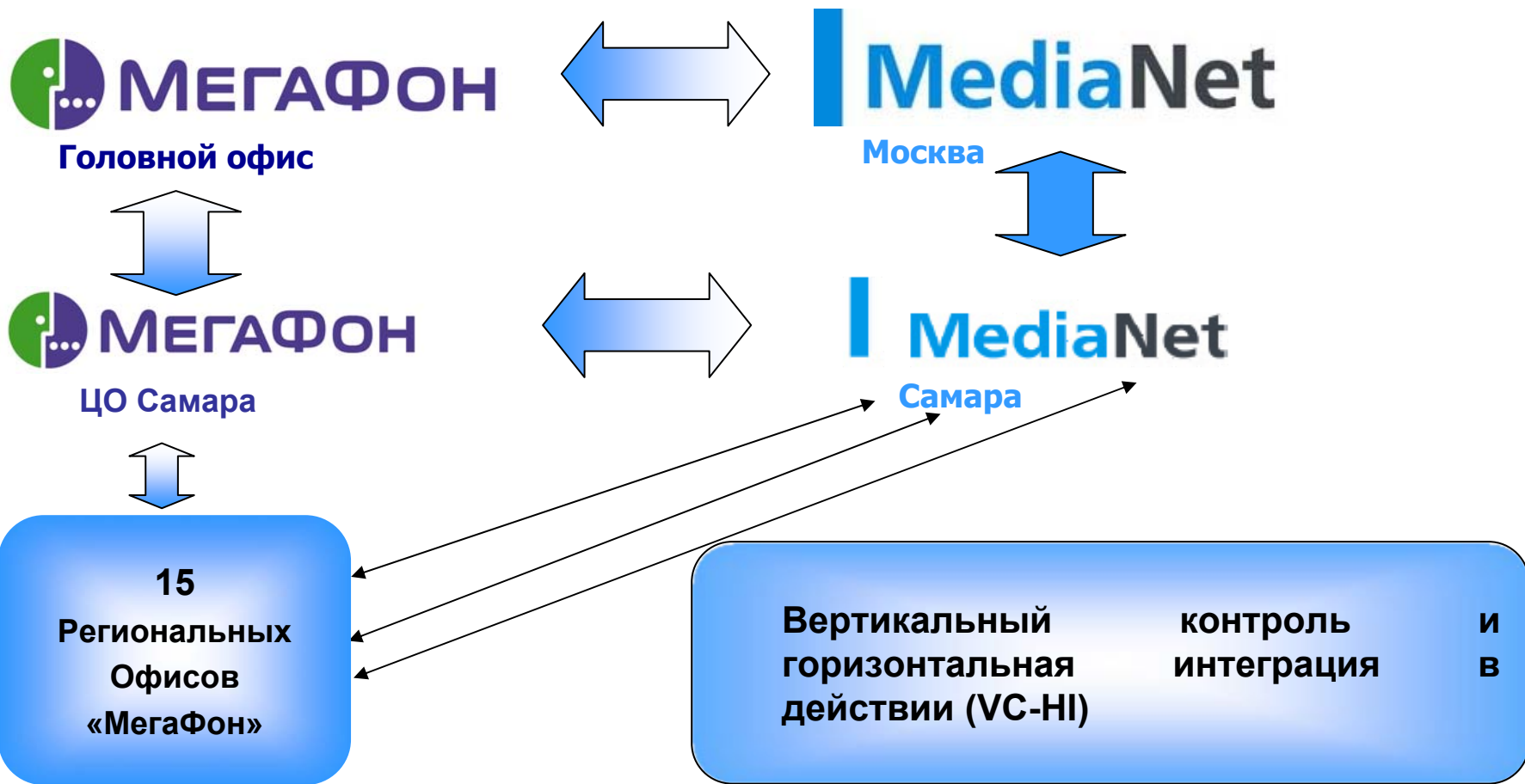
71% - федеральные клиенты



29% - мульти региональный и локальный бизнес  
Банки, торговые сети, местные производители, авто дилеры



# Схема взаимодействия



# Возможности



**Задачи Клиента**  
Экспансия в другие  
регионы (Сочи,  
Новосибирск)

**Проблема:**  
Контроль  
кампании из СПб,  
оптимизация  
бюджета



•Баинг по  
региональным  
Ценам

•Знание  
Региональных  
особенностей

•Контроль  
•на Местах



## Что приобрел Клиент

- Локализация по районам города с учетом местной специфики (щиты 3\*6)
- Max GRP
- Оптимизация затрат на РК за счет закупки мест не у сетевых подрядчиков





**Задачи Клиента**  
РК гастрольного тура в  
регионах (от Урала до  
Казани и Сочи)

**Проблема:**

- организация РК более чем в 20 городах
- Контроль) из слабо контролируемых объектов размещения (Афиши СПб!
- Отсутствие в СПб РА с такой разветвленной сетью офисов

## ВОЗМОЖНОСТИ

• **Региональный Контроль на местах**

• **Возможность оптимизации географии размещения**



**Сокращение цепочки документооборота**

### ★ **Что приобрел Клиент**

- Размещение в нужных клиенту городах (не только региональные центры – Адлер, Туапсе и др.)
- Мах контроль и отчетность по размещению на Афишах
- Удобство Документооборота – Клиент и Агентство в одном городе (СПб)



## Глазами Клиента

- ⊕ Снижение количества контрагентов при сохранении и/или увеличении количества поставщиков
  - ⊕ Расширение возможностей при снижении издержек
  - ⊕ **Пример:**  **МЕГАФОН**
    - ⊕ **Было > 2000 контрагентов, теперь !1! –  MediaNet**
- ⊕ Стандартизация сервиса
- ⊕ Единый стандарт документооборота
- ⊕ Снижение налоговых рисков
  - ⊕ в связи с несвоевременными и неверными документами
- ⊕ Оптимизация финансов
- ⊕ Повышение открытости операций



## На сегодняшний день

- Уникальный опыт работы на различных медиа-рынках
- 100-процентный медиа охват регионов
- Точное знание специфики регионов
- Эффективная система управления бизнес-процессами и высокая оперативность работы
- Единый стандарт работы во всех регионах
- Регулярные тренинги для всей команды сотрудников
- Возможности реализации проектов нестандартного размещения





Так все же зачем...

✚ Чтобы помогать базовым клиентам на местах

**Вместе Мы Можем Больше!**

✚ Чтобы привлекать новых локальных и национальных клиентов

**Будущее зависит от нас!**

