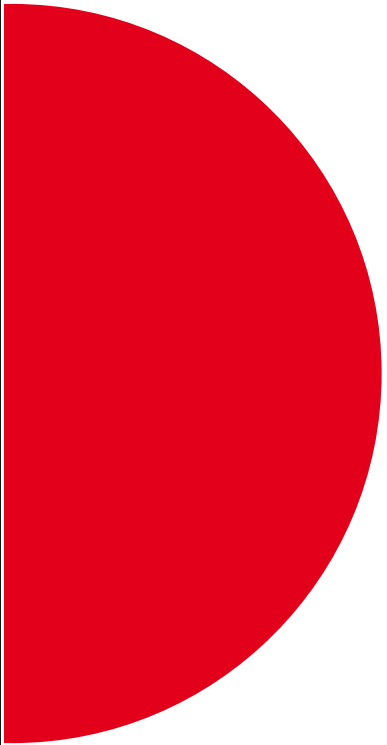


Smart media
рекламное агентство



Реклама для клиента начинается с необходимости. Необходимости стать более известным. Необходимости вывести новый продукт на рынок. Необходимости занять чуть больше места под солнцем. А потом это становится полезной привычкой — рекламные продукты становятся стилем, а рекламные кампании прочно вписываются в регулярные бюджеты.

Реклама для агентства начинается с идеи. Идеи о продукте или услуге. Идеи о самой компании. Идеи о месте компании и её продукта в окружающем мире — ярком, весёлом и жизнерадостном!

О компании

Компания «Медиа-Смарт» изобретает, производит и размещает рекламу.

Наша цель — предоставлять рекламные услуги высокого качества на территории всей нашей необъятной Родины и, конечно же, её столицы.

Мы — агентство полного цикла, обеспечиваем рекламную кампанию от понимания необходимости и разработки концепта до отчётов по результатам. Любые носители для вашей рекламы: уличные конструкции, сувенирная и печатная продукция, средства массовой информации, массовые мероприятия и индивидуальные нестандартные решения.

Наши цели соответствуют не только потребностям наших клиентов, но и интересам общества в целом. Разработка и внедрение социально значимых рекламных кампаний — отдельное приоритетное направление деятельности. Поэтому мы гордо называем себя социально направленным агентством.

Коллектив компании имеет многолетний опыт разработки и реализации промо-акций и массовых мероприятий. Наш высокий потенциал BTL поддерживается многолетними связями с продюсерскими центрами и компаниями, занимающимися шоу-техникой.

«Клиент-ориентированное» агентство

Поскольку мы не являемся собственниками объектов наружной рекламы, принципы нашей работы заключаются в 100% ориентации на нужды клиента. В наших интересах помочь выяснить:

- что именно необходимо в данное время для клиентского продукта, услуги или имиджа и почему;
- понять, кто должен получить рекламное сообщение (фокус-группы). Необязательно проводить большие исследования, чтобы определить целевую аудиторию, часто важно просто понять суть и зафиксировать её на бумаге.
- как позиционировать продукт или услугу, как сформировать или поддержать имидж. Понять, какую нишу в общественной жизни он займёт, какую социальную роль сыграет;
- какие средства оптимально и рационально использовать для передачи требуемого сообщения. Выбор носителей, объёмов, распределение времени и территорий охвата. Рекламным языком — медиапланирование.
- После формирования большого предложения нам останется только собраться вместе, посмотреть на получившийся медиаплан и выяснить, что необходимо и возможно реализовать прямо сейчас, как это уместить в бюджет, что следует перенести на следующий квартал, а что — немедленно добавить.

После этого следует процесс производства и размещения. В течение этого процесса нашей задачей перед клиентом является постоянное информирование о ходе выполнения задач. По окончании размещения, разумеется, предоставляется фотоотчёт и статистические данные по итогам.

Мы берём на себя заботы по проведению кампании от и до, причём, «от» начинается с понимания реальных потребностей, а не с начала производства и размещения.

Отличные цены от реселлера?!

Многие люди, столкнувшись с рекламными услугами, узнав, что есть компании-собственники рекламных носителей и есть компании, продающие носители своих партнёров, создают для себя представление о том, что цена у компании-собственника всегда ниже, чем у *реселлера* (перепродающего). Это неправда. Реселлеры в 99% случаев отдают носители по более низкой цене, а иногда даже предоставляют специальные выгодные цены и условия.

Секрет такого положения дел прост — реселлеры обеспечивают объёмы и предоставляют гарантии на протяжении многих лет работы, то есть фактически являются дилерами со своими внутренними отношениями и правилами ценообразования. Таким образом, если у компании заказчика рекламных услуг нет долгосрочных отношений с десятками компаний-собственников и, особенно, если у компании-заказчика нет рекламного отдела как такового, работа через агентство полного цикла (реселлера) будет в десятки раз эффективнее, нежели попытки получить просчёты у собственников.

Наши преимущества

- Ориентация на клиента. Индивидуальный подход, длительные отношения, гарантии;
- Эксклюзивные предложения. Агентство «Media-Smart» изобретает нестандартные рекламные решения;
- Опыт и связи. Быстрый анализ, оперативное планирование, хорошие ценовые предложения;
- Региональные возможности. Бóльшие ресурсы для крупного бизнеса;
- Интерес к нестандартным проектам. Индивидуальность рекламной кампании;
- Качество и уровень сервиса. Мы уважаем время наших клиентов.

Мы — команда из молодых, целеустремленных, ярких и энергичных людей. Людей, не просто отработывающих время, а живущих своим делом, знающих много и желающих узнать еще больше.

Мы знаем, что нужно нам. Мы знаем «как» это сделать.

Если мы будем знать, что нужно вам — сделаем это для вас!

С нами работают



Продюсерский центр
Виктора Дробыша

ITC Publishing



ГосНИИХП



Gulfstream®

BEAUTY



Кабинет

М-ПРОМСЕРВИС
официальный дилер Mercedes-Benz

Департамент социальных программ

Департамент социальных программ нашей компании разрабатывает и реализует социально-информационные программы, тематикой которых являются острые и актуальные проблемы общества. Заказчиками таких программ являются государственные ведомства, такие как: Департамент обеспечения безопасности дорожного движения МВД РФ, МВД РФ, Министерство образования и науки РФ, ГУВД г. Москвы, Минздравсоцразвития, Российский Красный Крест, МЧС и Управление пожарной безопасности Москвы, Министерство природных ресурсов РФ, а так же ряд других федеральных и муниципальных ведомств.

Деятельность департамента направлена на привлечение внимания общества к наиболее острым проблемам, на обеспечение знания общества о способах разрешения таких проблем и готовности оказать помощь себе и близким. В числе этих проблем: улучшение демографической ситуации в стране; профилактика беспризорности и безнадзорности среди несовершеннолетних; значимость образования и культурного развития; безопасность дорожного движения; борьба с терроризмом и экстремизмом; поддержка материнства, детства и семьи; профилактика и лечение тяжёлых заболеваний.

Для выполнения таких задач нами разрабатываются и реализуются социальные информационные программы, использующие в качестве информационных носителей как наружную рекламу, телевидение, радио, прессу и интернет, так и массовые публичные мероприятия и акции.

В рамках каждой программы **мы проводим исследования проблем**, разрабатываем концепт, привлекаем спонсоров и партнеров, формируем медиапланы и программы мероприятий, запускаем проект и курируем его до окончания. После — проводим аналитику результатов и формируем отчёт. Охват такой компании может быть от



ЛОГО СПОНСОРА

Уютную кроватку — каждому ребенку!

Благотворительная акция
«Мебель в детские дома»
Компания-спонсор предоставляет мебель
в детские дома Подмосковья



одного города до всей территории Российской Федерации. Компании, выступающие спонсорами или партнёрами в таких программах, всегда оказываются в зоне внимания целевой аудитории и встают рядом со способами решения проблем. За счёт этого повышается лояльность к именам компаний и брендов, они связываются как с конкретными социальными достижениями [в рамках программы], так и с такими общими понятиями, как «помощь», «решение проблем» и «созидание».

Кроме того, имена компаний оказываются непосредственно СВЯЗАНЫ С ПОНЯТИЕМ «ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ», а, как известно, связь с государством в большинстве стран мира является показателем гарантий, законности, стабильности и долгосрочных перспектив.

Презентации наших последних разработок можно найти на нашем сайте в разделе социальных программ: <http://www.media-smart.ru/social/>



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРОГРАММА ПО ПОДДЕРЖКЕ МАТЕРИНСТВА, ДЕТСТВА И СЕМЬИ

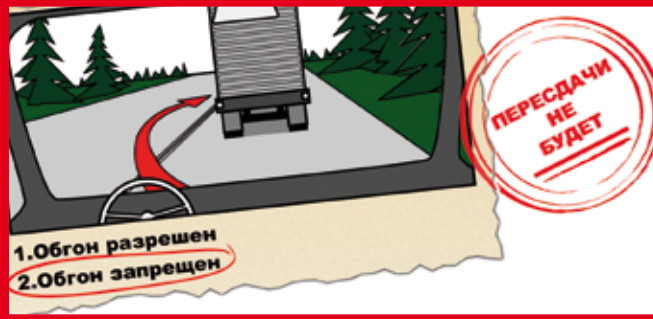
www.demographia.ru

ТОЛЬКО 6,6% СЕМЕЙ В РОССИИ ИМЕЮТ ТРЕХ И БОЛЕЕ ДЕТЕЙ*

С прибавлением!

ИПОТЕКА | УРАЛСИБ | БАНК

ПАРТНЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ* www.uralsib.ru



1. Обгон разрешен
2. Обгон запрещен

ПЕРЕСДАЧИ НЕ БУДЕТ

ГОРОДСКАЯ ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА ПО ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЮ
Департамент топливно-энергетического хозяйства г. Москвы

Экономь энергию

НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ВЫКЛЮЧАТЬ ЭЛЕКТРОПРИБОРЫ



Госавтоинспекция МВД РОССИИ

70 ЛЕТ

УДАЧИ НА ДОРОГАХ!

70 лет



ПАРТНЕР ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ*
ЮНИТ
Телевизионный центр BMW & Mercedes

Разработка идеи рекламы

Для того чтобы придумывать, изобретать и создавать уникальные вещи требуется труд многих людей. Разных людей. Поэтому наша компания работает с большим числом фрилансеров: креативщиков, копирайтеров, художников, музыкантов, дизайнеров. Это позволяет нашим кампаниям быть разными и интересными, а нашим творцам — свободными и творческими.

Наружная реклама

Это направление — одно из ключевых в деятельности нашей компании. Обширная адресная программа, сформированная из опыта размещения, позволяет нам быстро, легко и точно сформировать предложение и выполнить размещение. Под вашу рекламную кампанию мы можем разработать концепт, создать макет, подобрать места, сформировать адресную программу и напечатать плакаты для размещения.

Также наша компания оказывает широкий спектр услуг по разработке, изготовлению и монтажу собственных изделий наружной рекламы, в том числе нестандартных.

Мы можем найти подходящее для вашей конструкции место, взять на себя работу по получению соответствующих разрешений, построить необходимую конструкцию и зарегистрировать её в необходимых инстанциях.

Также мы можем осуществить размещение вашей рекламной кампании на конструкциях наших партнёров — собственников, которые являются основными игроками рынка наружной рекламы на территории РФ — по доступным для вас ценам, в необходимые сроки, с высоким уровнем сопутствующего сервиса.

По итогам размещения мы по умолчанию предоставляем полноценный отчёт, а при необходимости проводим дополнительный анализ эффективности кампании.

Телевидение

Самым главным и основным преимуществом размещения рекламы на телевидении является возможность охвата очень широкой аудитории, так как телевидение является самым массовым СМИ. Именно это позволяет в кратчайшие сроки ознакомить огромную аудиторию с предложением наших партнеров и клиентов.

Размещая рекламную продукцию наших клиентов в телеэфире, мы делаем ставки на:

- Обращение к нескольким каналам восприятия одновременно;
- Выбор аудитории по географическому фактору, времени суток, интересам и направленности программы;
- Быстрое накопление целевой аудитории клиента;
- Способность воздействовать на чувства и эмоции целевой аудитории во благо интересов наших клиентов.
- Практически моментальную отдачу со стороны аудитории в адрес рекламодателя.



Радио

Главное преимущество радио — создавать любые образы при минимальных затратах. Радиоролики стимулируют воображение потребителей. Радио слушают везде: в машине, дома, на работе, на улице в плеере — это единственный источник информации, воздействующий на потребителя в течение всего дня, где бы он не находился. Его слушают все группы населения.

Радиостанции имеют формат. Музыкальный формат формирует целевую аудиторию каждой радиостанции. Для рекламодателя это означает определение четко очерченного сегмента потребителей, объединенных демографией, стилем жизни, уровнем доходов и т. д. Радио — наиболее оперативное средство для рекламодателя, имеющее превосходное сочетание охвата и частоты передачи при минимальных рекламных затратах.

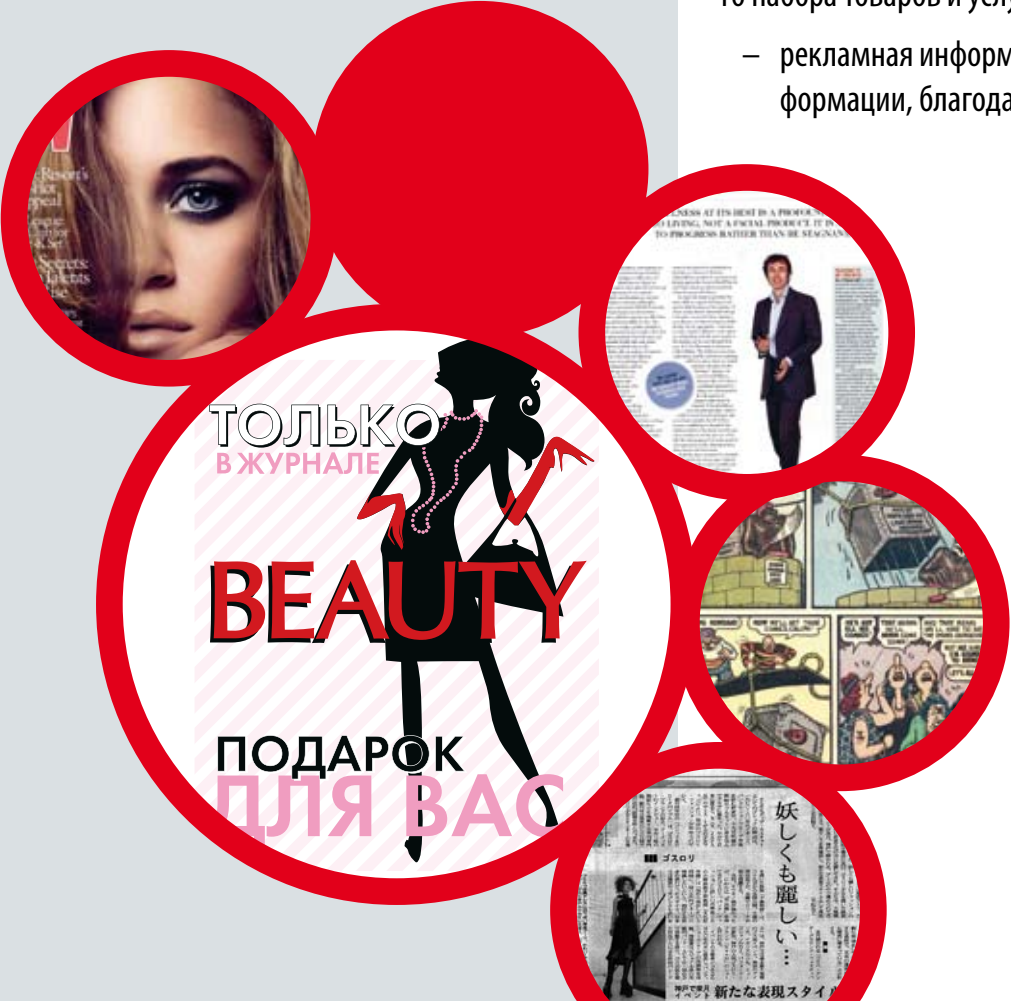
Многочисленные исследования показывают, что слух преобладает над зрением. Звуковой образ быстрее запоминается и дольше держится в памяти. Поскольку радио работает исключительно через слух, его сообщения достигают сознания быстрее и эффективнее, чем сообщения других средств массовой информации, создают четкие, запоминающиеся образы и, самое главное, управляют действиями потребителей, то есть приводят к реальным покупкам. Кроме того, радио является мощной поддержкой для BTL-акций. Радио в этом случае является фактором, влияющим на объем продаж.

Наша компания размещает рекламу на всех радиостанциях Москвы, как в рамках комплексной программы, так и отдельно.

Пресса

Реклама в прессе является относительно недорогостоящим и эффективным видом рекламы, для достаточно широкого набора товаров и услуг. Преимущества:

- рекламная информация в прессе доступна в любое время, всегда есть возможность повторного обращения к информации, благодаря этому этот вид носителя обладает самой большой длительностью рекламного контакта;
- пресса сегментирована и имеет определенную аудиторию, поэтому вероятность попадания рекламной информации в целевую аудиторию очень высока;
- рекламные сообщения в газетах и журналах не прерывают чтение, не мешают читателям и не раздражают, в отличие от роликов на телевидении и радио;
- есть возможность оперативных и частых публикаций;
- возможность проникновения практически во все сегменты общества;
- визуальное качество и широкие возможности продвижения товара;
- реклама в прессе также может использоваться для формирования имиджа.



Печать

Рекламная полиграфия — материалы массового распространения и сопровождения маркетинговых акций. Полиграфическое исполнение листовок, буклетов, плакатов:

- Буклеты
- Листовки
- Открытки
- Флаеры
- Плакаты

Представительская полиграфия — элементы деловой полиграфии, объединенные единым фирменным стилем:

- Визитные карточки
- Фирменные бланки
- Бумажные пакеты
- Полиэтиленовые пакеты
- Конверты
- Прайсы
- Самокопирка

- Приглашения
- Папки
- Блокноты

Многостраничная полиграфия — рекламно-информационные издания, ориентированные на демонстрацию товаров и услуг, облегчение коммуникации:

- Журналы и каталоги
- Брошюры
- Годовые отчеты

Календарная полиграфия — рекламно-имиджевая и сувенирная полиграфия:

- Карманные
- Настольные
- Квартальные
- Настенные
- Планнинги

POS-материалы — продукция, предназначенная для оформления

мест продаж (point of sale):

- Бирки, ценники
- Шелфтокеры
- Диспенсеры
- Вобблеры

Прикладная полиграфия — продукция производственно-технологического и специального назначения.

- Этикетки
- Наклейки
- Дипломы и сертификаты
- Товарные спецификации
- CD, DVD, VHS, Audio
- Дисконтные карты
- Меню

А ещё существует широкоформатная печать, лазерная гравировка и многое другое. Мы всё это делаем.



Интернет и мультимедиа

Многие говорят о рекламе в интернете, как о технологии будущего. К сожалению, это действительно так. Место сети «Интернет» в жизни каждого человека все ещё до конца не определено. На сегодняшний день есть определённые сформировавшиеся сервисы, действующие в рамках сети, такие как система сайтов «www» (WorldWide Web), системы мгновенных сообщений (ICQ, MSN), почта и ряд других. Однако, аудитория пользователей этих сервисов, их интересы и потребности всё ещё меняются, причём достаточно быстро.

Реклама в интернете живёт вместе с этими сервисами и меняется вместе с ними. Поэтому для того, чтобы такой вид рекламы был эффективным, необходимо быть столь же динамичным, как и сам интернет. Нельзя создать универсальное рекламное средство, которое будет работать на вас хотя бы год, потому что уже через месяц всё изменится. Также неэффективно заявлять о себе в интернете на месяц, а потом отказываться от этого, потому что о вас забудут через неделю. Настолько быстро всё меняется. Помимо скорости есть ещё один важный момент — потребности в определённых технологиях интернет-рекламы очень сильно качественно зависят от рекламируемого товара, услуги или бизнеса.

Однако, как известно, чем больше неопределённости, тем больше возможностей и интереснее работа. Наши специалисты помогут вам разобраться в тонкостях рекламы в интернете и реализуют рекламную кампанию в интернете. Проведение встречи и анализ потребностей — отличное начало для такого проекта!

Помимо рекламы в интернете, существуют и несетевые мультимедийные рекламные средства — электронные каталоги, презентации, интерактивные видеоролики. Наша компания сотрудничает с рядом ведущих специалистов в области производства мультимедиа-продуктов. Примеры флеш-презентаций вы можете найти на нашем сайте: <http://www.media-smart.ru/works/multimedia/flash/>



Сувенирная продукция

Люди издавна дарили друг другу подарки — для того, чтобы сделать приятное, для того, чтобы оставить память о себе. Находясь на расстоянии, не имея возможности увидеть друг друга — в таких ситуациях он помогает вспомнить о связи с тем, кто преподнёс этот подарок. Конечно, сувенир никогда не заменит человеческого общения, его как правило нельзя использовать вместо других коммуникаций. Однако, в рекламной сфере использование сувенирной продукции в сочетании с другими средствами рекламы позволяет укрепить коммуникацию, стилизовать её, а иногда даже начать с нуля.

Сувениры бывают разные. Можно подарить типовую авторучку, это будет напоминать о вас «в ближайшее» — месяц или около того. Можно подарить что-то очень дорогое, а можно — что-то чрезвычайно полезное, этот предмет будет жить с человеком достаточно долго.

Классифицировать сувениры по их функциям можно так:

- **Имиджевый подарок** ставит необходимый акцент, создаёт имидж и стилизует коммуникацию;
- **Пробный экземпляр** знакомит с продуктом (услугой), позволяет начать общение или закрепить связь имени компании (бренда) с конкретным продуктом или услугой;
- **Предмет повседневного использования** укрепляет известность компании, позволяет стать ближе к клиенту.

Наше агентство предлагает полный спектр услуг по производству сувенирной продукции, от банального брендирования типовых сувениров ведущих производителей, до поиска и/или разработки эксклюзивной сувенирной продукции.

VTL: Промо-акции

Промо-акции — самый эффективный способ донести продукт или услугу до конечного потребителя, дать ему возможность получить пробный экземпляр продукта или пробный пакет услуг. Более того, в ряде случаев есть возможность получить координаты обратной связи конкретных представителей целевой аудитории.

В рамках промо-акций обычно происходит:

- Раздача информационных материалов;
- Раздача памятной сувенирной продукции;
- Анкетирование;
- Распространение промо-продукции, пробных пакетов услуг, приглашений на ознакомительные мероприятия (презентации, семинары, форумы);
- Проведение лотереи;
- Проведение игр, спортивных состязаний, культурных мероприятий.

Отдельно хотелось бы выделить **провокационные** акции: театрализованные представления на улицах, *флеш-мобы*¹ и другие акты нетипичного поведения в городе. Такие мероприятия способны выдернуть внимание даже самых «спящих» горожан, о них начинают говорить массы, они обрастают слухами, их просто обожают пресса! Проведение подобных мероприятий является одним из любимых видов работ нашего коллектива, поскольку подобные акции позволяют реализовать творческий потенциал.

¹ Флеш-моб — краткая массовая акция, как правило, не имеющая определённой цели и организованная с помощью интернета или мобильной связи: люди собираются в условленном месте, выполняют определённые, заранее оговоренные действия и быстро расходятся. [Словарь общей лексики]

BTL: Events — массовые мероприятия

Ещё один способ сформировать большую целевую группу — устроить праздник, массовое мероприятие. Англоговорящие называют это «event» — событие. Это может быть концерт, фестиваль, выставка, ярмарка, конференция, форум, семинар. Преимущества инициирования таких мероприятий и участия в них очевидны:

- Люди сами приходят в место проведения события, шаг по направлению к рекламной коммуникации сделан самостоятельно и осознанно.
 - Люди приходят для того, чтобы получать пользу и испытывать положительные эмоции; рекламная коммуникация связывается с пользой и положительными эмоциями.
 - На любых мероприятиях есть авторитеты — известные артисты на концертах, крупные компании и популярные бренды на ярмарках и выставках. Это позволяет связать рекламную коммуникацию с успехом и подкрепить эту связь заявлениями авторитетных людей и компаний.
 - Любое более-менее крупное мероприятие освещается СМИ. Журналисты печатных изданий, радио, телевидения и интернет-порталов просто обожают вечеринки и праздники. Тот, кто участвует в событии, а тем более тот, кто является организатором или спонсором, обязательно будет присутствовать в поле зрения фотоаппаратов и телекамер.
 - Организаторы, спонсоры и партнёры мероприятия присутствуют в коммуникациях рекламной кампании, анонсирующей события. Также они вновь попадут в поле зрения СМИ после окончания события, во время «пост-кампании», когда журналисты будут сообщать о результатах и достижениях мероприятия.

Такие проекты достаточно объёмны и сложны, поэтому в нашей компании существует отдельный департамент, занимающийся разработкой и реализацией концертно-зрелищных проектов и выставок.

Контактная информация



Адрес: Москва, ул. Николаямская, д. 49, стр. 2

Телефон и факс: (495) 775-74-54, -56

Электронная почта: info@media-smart.ru

Сайт: <http://www.media-smart.ru/>