



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста

Москва, 3 декабря 2010 года

**Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и агентствам?**

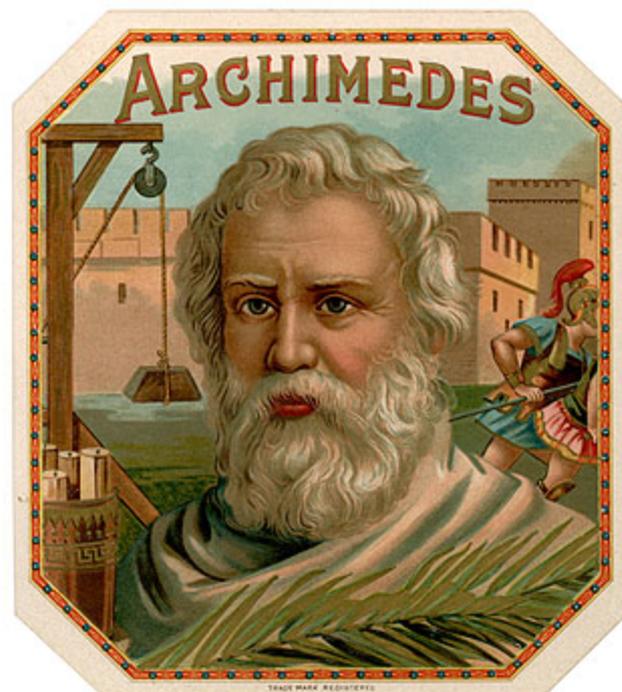
Дмитрий Кураев



KWENDI+RMA

Transparency at work

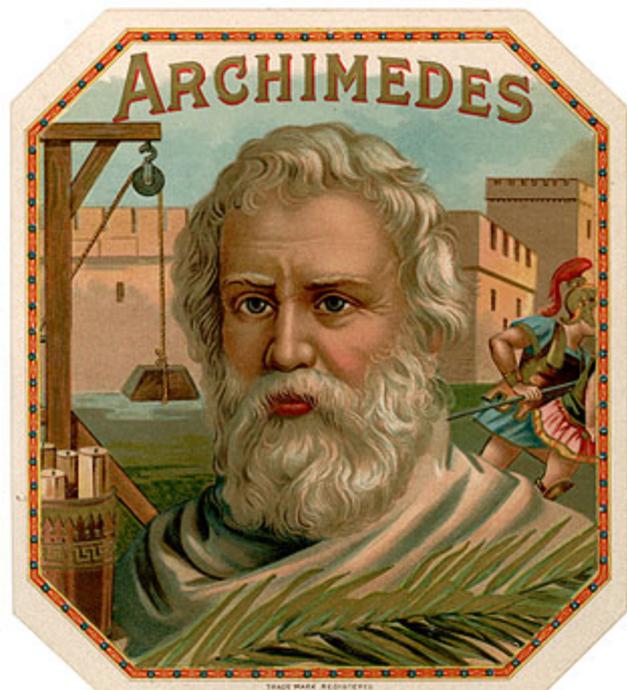




ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

**Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?**

2200 Лет назад...



- Царь Сиракуз Гиерон попросил Архимеда проверить - сделана ли его корона из чистого золота, или ювелир подмешал туда значительное количество серебра?



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?

На какие вопросы отвечает медиа-аудит сегодня?

- Насколько хорошо продумана и обоснована ваша медиа-стратегия?
- Хороши ли условия закупки?
- Эффективна ли имплементация / **ТАКТИЧЕСКОЕ размещение?**
- Насколько **АГЕНТСТВО МОТИВИРОВАНО** на достижение наилучших результатов для клиента?



Что такое медиа-аудит?

- Рекламодатели в России и по всему миру все чаще нанимают независимых экспертов в области планирования и размещения рекламы в медиа.
- Хотя таких экспертов чаще всего называют медиа-аудиторами, они оказывают услуги как **собственно медиа-аудита**
 - Т.е. Независимой количественной оценки эффективности размещения рекламных материалов рекламодателя в медиа
- Так и **консультационные услуги** в области медиа



Виды медиа-аудиторских и консультационных услуг

АУДИТ ИЗМЕРЯЕМЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

- Аудит результатов размещения в медиа
- Проверка исполнения агентством условий сделки / ценовых гарантий

КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ

- Консультирование по условиям договора с агентством
- Комиссии / Бонусы / Мотивация агентства
- Проведение тендеров
- Аудит процедур и документооборота



История вопроса

- Медиа-аудиторские компании стали играть заметную роль в Европе с начала 1990х годов, одновременно с расцветом специализированных медиа-агентств.
- В настоящее время в России аудирруется порядка 30-40% ТВ бюджетов
 - Великобритания – 60-70;
 - Франция – 30-40%
 - Германия – 55-65%



Роль медиа-аудита будет расти и дальше

- Потому что обоснование эффективности расходов становится обязательным требованием во все большем количестве компаний
 - расходы на медиа являются одной из крупнейших статей расходов!
 - роль специалистов по закупкам внутри компаний возрастает
- Потому что уровень доверия между клиентами и агентствами снизился.
- Потому что многие агентства не смогли вырасти из поставщиков в партнеров (по крайней мере в глазах клиентов).



Оценка условий размещения: Как это работает?

- 2 общепринятых подхода:
 - Сравнение ценовых показателей клиента с пулом сравнимых данных
 - Отслеживание изменений ценовых показателей клиента по сравнению с предшествующими периодами с поправкой на среднерыночную динамику изменения цен (инфляцию или дефляцию)



Скидки и цены – ЭТО ЕЩЕ НЕ ВСЁ!

| 10

- Хорошая цена на размещение или скидка – это только **ВОЗМОЖНОСТЬ** хорошего размещения.



или ?



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?

- Оценка предложенных агентством стратегических и тактических рекомендаций:
 - медиа-микс,
 - выбор носителей,
 - интенсивность медиа-поддержки,
 - сезонность,
 - график размещения,
 - анализ достигнутых результатов



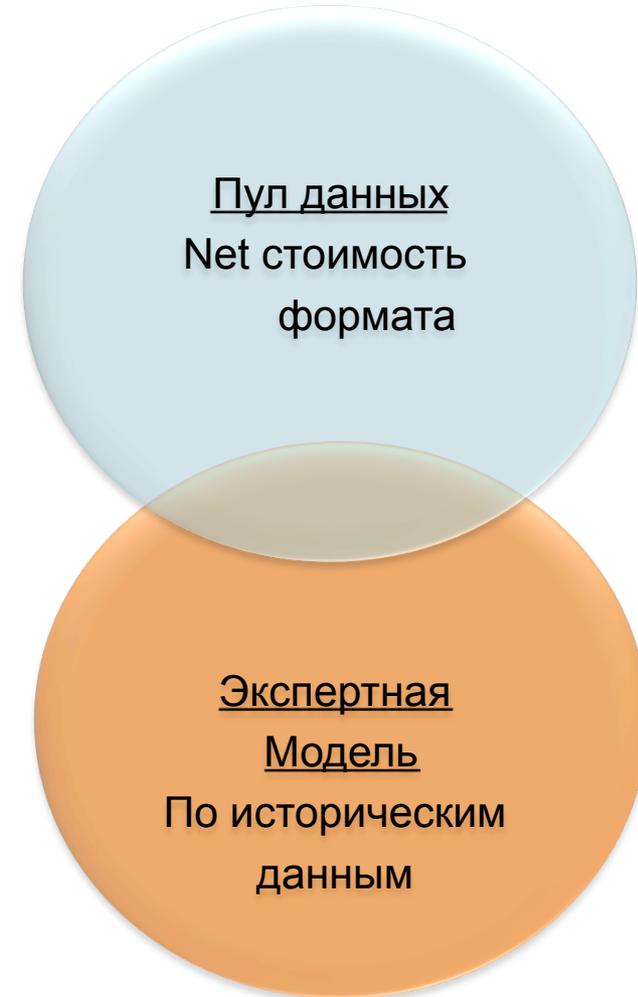
Возможности Медиа-Аудита в Наружной рекламе

- Анализ ценовых параметров размещения (только для сетевых форматов)
 - Сравнение со средней ценой сравнимой поверхности по пулу рекламодателей
- Проверка качества размещения
 - Средний рейтинг адресной программы
 - Соотношение А/В
 - Проверка фотоотчетов
- Проверка обоснованности байинговой стратегии:
 - распределение бюджета по подрядчикам



Подход к ценовому анализу

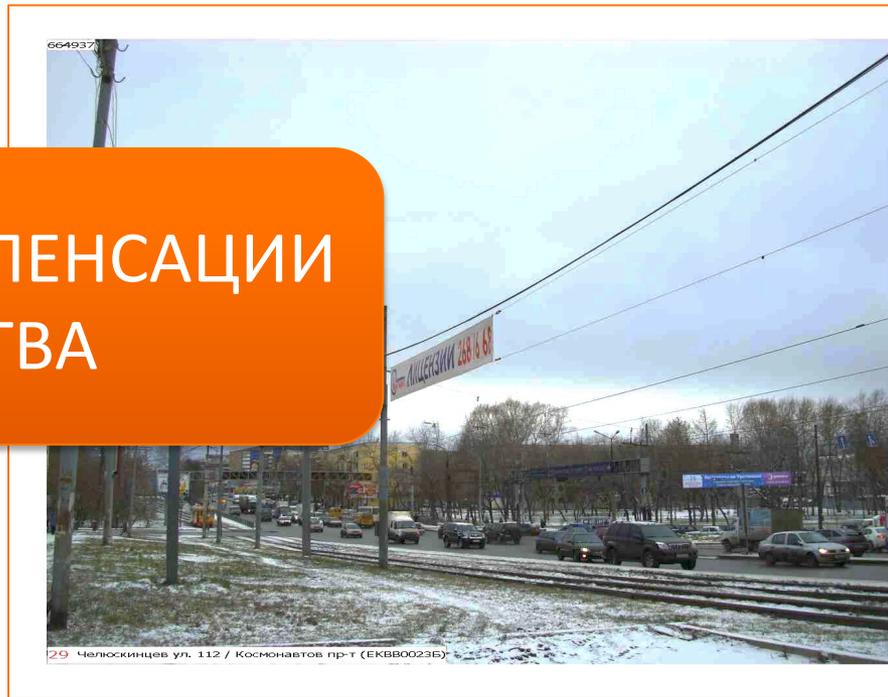
- Рынок наружной рекламы сильно фрагментирован
- Данных из актуального пула рекламодателей не всегда достаточно для анализа ценообразования в регионах
- Экспертная оценка позволяет смоделировать недостающие точки на основании исторических данных.



Работа с фотоотчетами

- Выбраковка некачественных поверхностей по фотоотчетам

РЕЗУЛЬТАТ – КОМПЕНСАЦИИ
ОТ АГЕНТСТВА



Москва, пр-т Андропова – Метромост
«Б», вдали от проезжей части, за деревом

Екатеринбург, Челюскинцев 112
«Б», вдали от проезжей части



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?

- Проверка достоверности фото-отчетов



Калининград, октябрь 2009



Калининград, июль 2009

НАЙДИТЕ ХОТЬ 1 ОТЛИЧИЕ!



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?

- Проверка достоверности фото-отчетов



Калининград, октябрь 2009



Калининград, октябрь 2009

КАК БЫСТРО ОПАЛИ ЛИСТЬЯ!



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
Эффективная наружная реклама:
точки роста
Москва, 3 декабря 2010 года

Медиа-аудит:
Зачем он нужен рекламодателям и
агентствам?

ДА, мы дублируем работу медиа-агентства

- ИНОГДА...
- Когда они плохо справляются со своей работой



- Может помочь улучшить отношения и взаимопонимание с клиентом
- Возможность обратиться к стороннему авторитету в спорных ситуациях
- Платформа для улучшения работы с медиа на стороне клиента, при необходимости (более четкие брифы, меньше изменений в последний момент, больше внимания рекомендациям агентства и т.п.)
- Возможность разрешения конфликтной ситуации не доводя до тендера
- Ссылки на аудированные результаты прошлых кампаний в тендерах
- Обоснование бонусов от клиента



- Может помочь улучшить отношения и взаимопонимание с агентством
- Аудитор помогает найти общий язык между агентством и отделами маркетинга и закупок рекламодателя
- Медиа-аудит - разумная альтернативу ежегодному тендеру для проверки цен
- Внешняя экспертиза, когда нет специалиста по медиа и рекламе внутри компании
- Возможность внедрения лучших рыночных практик в отношениях с агентством





KWENDI+RMA

Transparency at work

Контакты:

Дмитрий Кураев, Управляющий партнёр

DKuraev@media-audit.ru

Tel: +7 495 710 71 19

Mobile: +7 963 712 28 88