



ОТ СТРОИТЕЛЬСТВА ДОМОВ — К «СТРОИТЕЛЬСТВУ» БРЕНДОВ

Как опыт капитального строительства пригодился для эффективного ведения рекламного бизнеса

Кризис — это испытание: одни компании закрываются, другие выживают, а третьи набирают обороты. Нередко случается и так, что все эти процессы происходят одновременно в рамках одного холдинга. Так, рекламно-оформительский отдел известной строительной компании «СКФ-XXI» вырос в крупное рекламное агентство, предоставляющее целый комплекс услуг, — «Стиль Рекламы».

Группа компаний «СКФ-XXI» работает на рынке уже 17 лет. За это время ею были возведены десятки объектов самого различного назначения: школы, детские сады, медицинские учреждения, жилые дома. На сегодняшний день основным заказчиком треста является Управление делами Президента РФ. Конечно, выйти на такой уровень сотрудничества, а тем более закрепить на нем, не имея репутации опытного и надежного партнера, было бы непросто, но любые услуги компании должны были соответствовать общему высокому уровню холдинга.

Знакомство с рекламными технологиями началось в 2005 году с оказания услуг по декорированию помещений как для частных лиц, так и впоследствии для крупных сетевых заказчиков (одним из первых была широко известная сеть аптек «36,6», с которой сотрудничество продолжается и в настоящее время). С 2009 года этому направлению стали уделять больше внимания, и было принято решение о создании отдельного юридического лица — так на рекламном рынке появилось новое имя — «Стиль Рекламы». Если раньше деятельность специализированного подразделения базировалась в основном на богатом строительно-монтажном ресурсе, а производственные мощности для рекламы развивались медленно, то в новом формате компания осуществляет рекламные проекты «под

ключ», где субподряд привлекается лишь на осуществление узкоспециализированных задач. Имея значительный опыт в рекламной сфере, в кризис эта компания активно продолжала наращивать обороты и превратилась в заметного игрока рекламного рынка, сделавшего ставку ни много ни мало на работу с крупными брендами.

Миссия компании — «Мы доводим до клиентов идеи Вашего бизнеса, помогая воплощать их в жизнь». Комментируя принципы работы, генеральный директор агентства «Стиль Рекламы» Сергей Руленко подчеркнул: «Выстраивая отношения с заказчиком, мы никогда не упираемся в одну плоскость отношений «заказчик — договор — подрядчик». Мы партнеры».

Неудивительно, что с таким багажом строительного опыта одним из крупнейших направлений деятельности агентства стало производство наружной и интерьерной рекламы. На производственной базе площадью около 500 кв. м организованы: интерьерный цех; участок по производству наружной рекламы; фрезерно-гравировальный цех на базе станка MultiCam серии 1000 с рабочим полем 2 x 3 м; принт-бюро с печатным оборудованием для наружной рекламы HP DesignJet 10000s, принтером Epson Stylus Pro 9880 для высококачественной ин-



терьерной рекламы, режущим плоттером Roland Camm-1 Pro и ламинатором GMP 920 для осуществления по необходимости защиты изображения. Монтажный отдел компании состоит из нескольких бригад, это позволяет одновременно обслуживать несколько объектов, что крайне важно для решения таких задач, как оформление больших сетей для синхронного старта рекламных акций. К примеру, в июне в рамках грядущей летней распродажи в сети Finn Flare за 2,5 дня было переоформлено около 40 магазинов. Причем большинство торговых точек были расположены на территории крупных торговых центров, где действует особый порядок проведения рекламно-формительских работ и допуск монтажных бригад ограничен (до или после открытия торгового центра). Способствует эффективно планированию и осуществлению подобных задач отдел логистики с собственным автопарком. Это значительно облегчает реализацию проектов не только в границах Московского региона, но и гораздо шире, а опыт осуществления региональных проектов по всей России у компании немалый: это комплексное оформление магазинов и мест продаж (включая производство, логистику и монтаж) в Волгограде, Воронеже, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Оренбурге, Перми, Ростове-на-Дону, Самаре, Саратове, Тюмени, Ярославле, на очереди и другие региональные проекты.

Одним из лучших проектов можно считать сотрудничество компании «Стиль Рекламы» с сетью «М.Видео». На первый взгляд могло показаться, что бренд № 1 в тяжелые времена отступил от своего принципа выбирать себе партнеров из других областей из числа компаний такого же высшего уровня. На практике же для допуска на тендер компания «Стиль Рекламы» прошла тщательную проверку на финансовую и технологическую состоятельность, что позволило ей в конце 2009 года не только принять участие в тендере на поставку больших тиражей и монтаж рекламно-информационной продукции, но и выиграть его. И уже сейчас компания может отрапортовать о нескольких успешно реализованных заказах и для «М.Видео» — по счастливому совпадению, наиболее успешной сети магазинов электроники и бытовой техники в наши непростые времена кризиса.

«Стиль Рекламы» является одним из немногих, кто выиграл от последствий кризиса. 2009 год для компании стал периодом активного развития: не только расширялась производственная база и наращивались технические мощности, но и активно пополнялся штат сотрудников, в том числе высококвалифицированным персоналом. В настоящее время в рамках расширения спектра предоставляемых услуг развиваются новые направления деятельности. Комплекс услуг агентства также включает в себя полиграфию и сувенирную продукцию, организацию event-мероприятий и корпоративных праздников, профессиональную фото- и видеосъемку, разработку фирменного стиля и



отдельных имиджей, а также создание брендов. Высокий уровень работы дизайн-бюро агентства пригодился и для производственного направления деятельности, где порой от дизайнера требуется лишь адаптировать фирменный стиль заказчика (например, к задачам наружной рекламы). Как отметил Сергей Руленко, все подобные работы принимаются заказчиками с первого раза, настолько сотрудники агентства проникаются духом и чувством бренда. Это в свою очередь позволяет значительно ускорить запуск производственного этапа заказа.

Особое внимание стоит уделить отделу по продаже рекламных мест в торговых сетях (Р.О.С.М., напольная графика, рекламное оформление витрин и прочее). Он занимается разными видами деятельности — от разработки новых рекламных возможностей для своих партнеров до планирования индивидуальных кампаний для заказчиков. В настоящее время адресная программа в основном включает в себя аптеки, а также ряд поликлиник — данная специализация позволяет предлагать клиентам уникальный и качественный ресурс для продвижения брендов фармацевтической товарной группы.

В заключение хотелось бы отметить, что «Стиль Рекламы» — это редкий случай, когда представители из других отраслей имеют такой успех на отчасти новом для себя и высоко конкурентном рынке. Секрет прост — они не учатся, а уже умеют работать с брендами. Предлагаем всем воспользоваться данным бесценным качеством этого агентства, обладающего чувством стиля и знанием рекламного дела.


Стиль Рекламы
 стиль вашего бизнеса

(495) 666-01-02
www.advstyle.com

