

Сувенирная продукция — путь к стандартизации и прозрачности отрасли...

В АКАР создана секция промопродукции, объединившая ведущих игроков рынка.



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ сегодня является неотъемлемой частью практически всех маркетинговых активностей. Правильно подобранный рекламный сувенир может создать задел отношений на долгие годы, а непродуманная или некачественная сувенирная продукция нанести непоправимый ущерб имиджу, на восстановление которого уйдут годы. Несмотря на то, что «сувенирка» является одним из средств маркетинговой коммуникации, осуществляющих наиболее близкий контакт с потребителем, рынок сувенирной продукции находится пока только на пути его становления.

В январе 2012 года в рамках Ассоциации Коммуникационных Агентств России по инициативе ведущих игроков рынка создана секция промопродукции. По мнению экспертов, деятельность секции обеспечит не только рост востребованности сувенирной продукции со стороны компаний-клиентов, но и окажет влияние на качество предоставляемых продуктов и услуг, а также позволит вывести индустрию на совершенно новый уровень.

Главной целью деятельности секции станет развитие и продвижение промоиндустрии как одной из важных составляющих рынка коммерческих коммуникаций, а также повышение авторитета компаний, входящих в состав АКАР, выработка консолидированных решений по актуальным вопросам отрасли.

Среди приоритетных направлений работы секции эксперты выделили классификацию рекламно-сувенирной отрасли; разработку и внедрение стандартов деятельности; проведение отраслевых исследований; разработку методологии по подсчету объемов рынка. Одним из направлений деятельности секции также станет взаимодействие с компаниями-клиентами, ведущими рекламодателями на российском рынке.

www.akarussia.ru
8 (495) 662-39-88



АКАР — статистика 2011 года:

На сегодняшний день АКАР занимает активную позицию в представлении интересов ключевых игроков рынка коммерческих коммуникаций Российской Федерации, основываясь при этом на интересах индустрии. В 2011 году в АКАР вступило **27 агентств**. Таким образом, на данный момент в рядах Ассоциации состоит **96 коммуникационных компаний в качестве «национальных» и 85 в статусе «локальных»**.

В настоящий момент деятельность Ассоциации осуществляется через работу **5 комитетов, 9 комиссий и 4 секций**. При этом в 2011 году в структуре ассоциации созданы две новые комиссии: по инновационной политике

и по социальной рекламе, секция интерактивных агентств преобразована в комитет. Помимо этого в Ассоциации возобновлена работа секции юристов, а также секция директоров по новому бизнесу, и создана: секция промо-индустрии (январь 2012 года).

В 2011 году в общей сложности АКАР было проведено **более 50 заседаний** структурных подразделений, реализовано более **13 мероприятий**, составлено **3 рейтинга**, проведено **4 исследования**, а в рамках информационной поддержки агентствам - членам АКАР предоставлены скидки на участие в более чем **20-ти** ведущих мероприятиях коммуникационной отрасли.



Souvenirs — path to industry's standardization and transparency

In January 2012 at the initiative of the leading players in the market the Association of Communication Agencies of Russia has established a section of promotional goods. According to experts the section will not only increase the demand for souvenirs among client companies, but it will have an impact on the quality of products and services too, and it will allow the industry to reach a whole new level. Section priorities are classification of the industry, standards development and implementation, research conduction and interaction with client companies.