

# РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА ОБЪЕДИНЯЮТСЯ

Необходимость кардинальных перемен на рынке корпоративных подарков очевидна для всех его участников. Намозоливший глаза ассортимент и завышенные цены на бизнес-сувениры в каталогах основных поставщиков вызывают откровенное негодование многих рекламных агентств. Невозможность переломить эту ситуацию в одиночку привели к идее создания «Бизнес Ассоциации Рекламно-Суvenirных компаний» (БАРС).

Основной целью объединения рекламных агентств в Ассоциацию является совместное решение общих задач. Кризис вскрыл огромный ворох проблем, многие из которых требуют немедленного решения. Самостоятельно справиться с назревшими вопросами большинству агентств не под силу. Поэтому РА приходят к общему мнению, что объединение - единственный способ выжить на рынке сувениров.

Наиболее острой проблемой рекламных агентств являются высокие цены на сувениры в каталогах бизнес-подарков. Каталоги «как правило» выпускают основные поставщики корпоративных сувениров. В их числе такие компании как «Амбер», «Круг», «Макрос-Евро», «Интерпрезент» и другие. Вдобавок к завышенным ценам, сувенирный рынок испытывает острый дефицит свежих креативных решений. Из года в год каталоги бизнес-подарков демонстрируют стандартный набор товарных позиций, который уже откровенно наскучил потребителям.

Кроме известных поставщиков корпоративных подарков на российском рынке существует более 2000 компаний, предлагающих товары, которые легко могут стать сувенирами. Продукция этих поставщиков подходит для дарения и нанесения фирменной символики, отличаясь при этом более адекватной стоимостью по сравнению с ценами в сувенирных каталогах и зачастую более высоким качеством.

## Цены на ВЫСШЕМ уровне

Цены на корпоративные подарки в специализированных каталогах часто в разы превышают стоимость аналогичной сувенирной продукции, предлагаемой менее известными поставщиками.

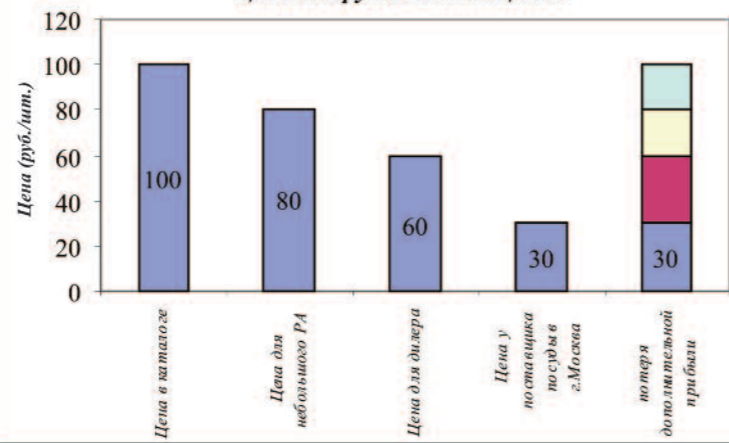
В качестве примера приведем реальный заказ на изготовление 300 стеклянных матовых кружек с фирменной символикой. Средняя цена одной такой кружки в каталогах бизнес-сувениров составляет 100 руб. С учетом дилерской скидки, ее цена для РА

приблизительно равна 60 руб. Такую же цену можно получить у некоторых известных поставщиков посуды. Для небольшого РА стоимость стеклянной кружки в каталоге - 80 руб. При этом такую же кружку в Москве можно с легкостью приобрести за 30 руб. и даже дешевле.

Работая с каталогами бизнес-подарков, субъекты сувенирного рынка несут явные потери. При стоимости одной кружки для конечного клиента 100 рублей, стоимость заказа в 300 кружек составляет 30 000 руб.

При стоимости одной кружки для конечного клиента 100 рублей, стоимость заказа в 300 кружек составляет 30 000 руб.

Сравнение цен на стеклянные кружки в каталогах бизнес-сувениров для различных субъектов рынка с ценами других поставщиков



- Дилеры, покупая кружку по цене 60 рублей, недополучают прибыль в размере 1/3 от стоимости заказа (9000 руб.). Вместо 21000 руб. прибыли они получают 12000 руб.;
- Небольшое РА, приобретая ту же кружку по цене 80 рублей, недополучает прибыль в размере 1/2 от стоимости заказа (15000 руб.). Вместо 21000 руб. их прибыль составляет 6000 руб.

Подобная ситуация характерна практически для всей сувенирной продукции: ручек и других канцтоваров, брелоков, электроники, кожгалантереи и проч.

Причины завышенных цен в каталогах кроются в серьезных издержках крупных поставщиков бизнес-подарков. Цена любого сувенира в каталоге включает в себя следующие элементы:

- стоимость сувенирной продукции на заводе-производителе;
- затраты на доставку;
- таможенная пошлина;
- расходы на поддержание склада;
- затраты на поддержание офиса;
- расходы на маркетинг;
- плата за деньги (обслуживание кредитов);
- затраты на поддержание дилерской сети;
- прибыль.

В результате итоговая цена бизнес-сувенира в каталоге превосходит его себестоимость в несколько раз.

Между тем, торговые и производственные компании находят способы существенно снизить расходы по всем перечисленным выше составляющим цены корпоративных подарков. Большинство поставщиков, которые не специализируются на рынке бизнес-подарков, в сравнении с крупными поставщиками сувенирной продукции:

- несут гораздо меньшие расходы по поддержанию склада и офиса;
- не тратят огромные средства на содержание дилерской сети;
- расходуют существенно меньшие суммы на маркетинг;
- получают, как правило, более выгодную цену у производителей сувенирной продукции благодаря своим объемам. В част-

ности, средний поставщик посуды покупает у производителя в десятки раз больше любого поставщика бизнес-сувениров.

В итоге альтернативный поставщик (например, поставщик посуды) может предложить тот же продукт, что и лидеры сувенирного рынка, по гораздо более выгодной цене. Та же ситуация сложилась в сфере канцтоваров, бытовой электроники, галантереи, игрушек, инструмента и т.д.

## Должна быть ИЗЮМИНКА

Недостаток эксклюзивной сувенирной продукции бьет по работе РА. Рекламное агентство, которое не способно предложить нетривиальное решение, теряет своих клиентов. Сегодня заказчики отчетливо понимают, что по-настоящему эффективным инструментом продвижения является только тот сувенир, который позволяет получателю чувствовать себя особенным. Поэтому все чаще клиенты РА просят подобрать их что-нибудь нестандартное для деловых партнеров.

Лидеры сувенирного рынка, конечно, постоянно пополняют свои коллекции интересными новинками. Однако разработкой и поиском оригинальных идей России занимаются еще более чем 2000 поставщиков различной продукции. Очевидно, что в совокупности их ассортимент намного богаче того, что представлен в каталогах.

## Решение - альтернативные поставщики

Работа с поставщиками потребительских товаров, подходящих для нанесения фирменной символики, может стать спасением для РА. Однако отдельное рекламное агентство не обладает достаточными ресурсами для организации эффективной работы со всеми возможными поставщиками сувениров. С одной стороны, это дорогое удовольствие. Создание инфраструктуры, необходимой для анализа информации обо всех возможных поставщиках корпоратив-



ных подарков и отслеживания постоянных изменений на рынке сувениров, обойдется РА как минимум в 250 тыс.руб./месяц. Эта сумма включает в себя затраты на организацию и содержание грамотного отдела закупок, соответствующее программное обеспечение, услуги аналитиков, подписку на профильные СМИ и проч. С другой стороны, рекламное агентство не может рассчитывать на значительные скидки со стороны крупных специализированных

поставщиков (канцтовары, посуда и проч.). Это связано с небольшими объемами закупок отдельного агентства по каждому товарному направлению.

Тем не менее, работа с альтернативными поставщиками, несмотря на перечисленные сложности, зачастую играет решающую роль в борьбе за клиента. Приведем яркий пример. Крупному заказчику требовалось 4 тыс. наборов для суши в течение 3-х недель. При этом четко оговаривалась цветовая гамма: белая посуда в японском стиле в красных коробочках. За каждый набор клиент готов был предложить не более 150 руб. (при его среднерыночной стоимости в 300 руб.). Достать такое количество подарков в указанной цветовой гамме без рисунка в оговоренный срок не представлялось возможным.

Заказ получило агентство, которое собрало набор по частям у различных поставщиков в 5-ти регионах РФ. Себестоимость одного набора составила около 70 руб. Как видите, купив продукцию у нескольких непрофильных поставщиков, агентство получило не только хорошую прибыль в размере 320 000 руб., но и постоянного клиента.

## БАРС приходит на помощь

Объединение РА в рамках новой ассоциации БАРС уже произошло. Создан Сервисный Центр, обладающий необходимыми ресурсами, который позволяет

- вести масштабную работу по исследованию рынка поставщиков сувенирной продукции,
- генерировать и собирать технологические и конструкторские разработки новых бизнес-подарков,
- получать наиболее выгодные условия сотрудничества с поставщиками бизнес-сувениров.

БАРС является открытым объединением, в которое может вступить любое РА России. Членские взносы, как таковые, не взимаются. Однако агентство-участник ежемесячно оплачивает услуги Сервисного Центра. В зависимости от набора услуг этот платеж составляет от 2000 до 15000 руб./мес.

## Сервисный Центр решает целый спектр общих задач:

1. оптимизирует поиск поставщиков любого вида сувенирной продукции путем создания базы данных поставщиков и разработки специального программного обеспечения. За состоянием базы данных постоянно следит масштабный аналитический отдел;
2. аккумулирует технологические и конструкторские находки в области изготовления бизнес-подарков и нанесения фирменной символики;
3. ведет совместную работу с поставщиками сувениров с целью получения скидок и выгодных условий сотрудничества для РА - членов Ассоциации.

## Подведем итоги

Очевидно, что вхождение в Ассоциацию - это верный путь для успешного решения наболевших проблем рекламных агентств. Становясь участником Ассоциации, агентство получает весомые преимущества:

- возможность покупать сувенирную продукцию по существенно более низкой цене;
- возможность расширить свой ассортимент множеством нетривиальных корпоративных подарков;
- поддержку в решении ряда вопросов, возникающих при работе с поставщиками и проч.

Обладание этим арсеналом сегодня становится все больше вопросом выживания в будущем.

Дополнительную информацию о проекте «БАРС» Вы можете получить по адресу [www.bars-russia.ru](http://www.bars-russia.ru)

**ENG** The necessity of fundamental changes at the market of corporate gifts is obvious to all its participants. The cloying assortment and overprices for business gifts in the catalogs of main suppliers move to righteous indignation of many advertising agencies. Inability to turn the tide alone led to idea to create the "Business Association of Agencies, providing promotional merchandise. Nina Kolpakova, Director of agency "Recona", tells about undeniable advantages of accession to the Association for advertising agencies.