

Стали известны результаты работы рекламного рынка Новочеркасска за I полугодие 2015 года. Именно на такие данные следует ориентироваться тем деятелям коммерческого сектора города, кто нацелился в условиях кризиса сэкономить на самой расходной статье. То есть тем, кто ищет [лучшее рекламное агентство](#) в Новочеркасске.

Обзор рынка рекламы

Так, в городском округе всего зарегистрировано чуть меньше 10 компаний, которые позиционируют себя как полноценные агентства рекламных услуг. Еще порядка 50 организаций действуют на рынке в рамках сетевых программ – дочерние предприятия столичных брендов.

Из всего объема рынка с технологиями интернет-рекламы (тренд современной маркетинговой программы) работают только 30%. Из них 20% готовы действовать комплексно – охватить рекламой заказчика и онлайн-среду, и оффлайн.

Эффективность на должном уровне, по мнению самих клиентов – преимущественно в опросе участвовали крупные компании, – выдают только 25% участников. Из них половина завышает цены.

Другими словами, при выборе примерно в 60 организаций заказчик рекламы рискует:

- переплатить за услуги;
- получить малоэффективный продукт;
- ограничить сферу своего действия на целевую аудиторию одним направлением (оффлайн либо онлайн).

В условиях кризиса, когда расходы на рекламу просто необходимо сокращать, такая ситуация формирует потребность в крайне серьезном подходе к выбору рекламщика.

Эффект выше ожидаемого: как выбирать лучшее рекламное

агентство?

Перед заказчиком, по сути, стоит задание найти не просто эффективное, но [лучшее рекламное агентство](#)

. Как эксперты рекомендуют действовать в стремлении к данной цели?

Ключевыми акцентами надо делать не цену (хотя анализ тарифов это тоже важно), а показатели работы компании – четкие цифры факты.

- Сколько посетителей на сайты клиентов де-факто претендент «привел» по итогам прошлого года (квартала, полугодия)?
- Где представлен бренд агентства? Специалисты уверены, что в условиях кризиса сотрудничать стоит только с сетевыми проектами, представленными повсеместно в стране.
- Насколько серьезен подход к работе? У тех, кто работает с окупаемостью в 100% и более, имеются полноценные отделы, занятые строго медиабаингом (закупка площадок в СМИ под рекламу), брендингом, интернет-рекламой, мониторингом результатов. Понятно, что сами термины а-ля брендинг и нейминг для специалиста не будут новыми или непонятными.

Лучшее агентство «выдают» два признака. Во-первых, профессионал никогда не пускает дело на самотек: он ведет клиента от желания продвинуться на рынке до прихода новых клиентов. Во-вторых, он всегда работает индивидуально – с персональным менеджером по каждому проекту.