

# как контролировать эффективность рекламного агентства на каждом этапе сотрудничества

Алексей Вальский



*control*

# аутсорсинг – не операционный вызов, система организации бизнеса



- **Включает** и поиск специалиста для решения отдельной задачи, и разработку большой кампании, и выбор пула агентств на длительный период, и **целиком команду маркетинга**.
- Агентство – частный случай

**Ставьте агентству операционную задачу, не бизнес цель:**

- **Бизнес цель** (в том числе, цель кампании) шире аутсорсинга и связана с **P&L** компании
- **Операционные задачи** по проектам/под-кампаниям определяют **эффективность агента**

# эффективность агента – не механический выбор, оценка комплекса компетенций и ресурсов

## Люди: мотивация и дисциплина

- результат нужен клиенту – мотивация исполнителя дает больше за те же деньги
- делегирование полномочий – не поиск недостающих «рук» и «голов»
- проектная дисциплина – SLA, KPI, операционное управление, документооборот

## Компетенции в разработке и управлении кампаниями

- стратегические компетенции в трендах потребления и коммуникации
- технические компетенции в разработке и организации рекламных кампаний
- доступ к ресурсам третьих сторон

## Работа с аудиторией для достижения максимального эффекта

- коммуникационные и креативные инсайты для целевой аудитории (*story-telling*)
- использование «сильных» средств доставки сообщения (*Reach/ER*)
- реагирование на развитие кампании по ее ходу (*работа с обратной связью*)

## Технологии и процессы: время – деньги

- брифинг, тендер, on-boarding, исполнение, оценка
- коворкинг (*Прощай, почта! Здравствуй, облако!*)



Помним, что  
продаем продукт  
или услугу клиента

Помним, что  
KV не работает без  
контекста

# ДИСЦИПЛИНА ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ :

## время – главная валюта

### Почему не качество?

- Умение **поставить задачу**, подобрать ресурсы и **делегировать полномочия**
- **Оценка** каждого этапа делается **по отношению к конечной цели**, не к максимально возможному качеству на отдельном этапе

### Этапы планирования и исполнения

- Бриф (*качество и сроки результата*) и тендер (*вероятность успеха в срок*)
- On-boarding\ **Погружение** (*как работает клиент и агент*)
- Постановка и коррекция операционных задач и бюджета (*цели по этапам*)
- **Прогноз разрыва до завершения проекта** (*вероятность достижения цели*)
- Оценка итогов проекта (*стратегическая и операционные цели*)

### Инструменты оценки

- Оценка качества идей – 4С (*Заметно/Понятно/Вызывает отклик/Бренд узнаваем*)
- Планирование бюджета – 70 / 20 / 10 (*имейте гибкий бюджет*)
- Оценка эффективности кампании – ROO (*другие KPIs*)
- Оценка эффективности управления проектом – SLA (*операционные KPIs*)

# ДИСЦИПЛИНА ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ : управляйте изменениями в задачах, не в цели



Всегда будут новые вводные, но:

- целевая аудитория быстро меняет каналы коммуникации – это **НЕ ведет к росту числа под-проектов и НЕ меняет цель**
- каналы коммуникации требуют быстро адаптировать контент – это **НЕ ведет к росту вовлеченности в детали и НЕ отодвигает цель**

**Не забывайте завершать проект, особенно если он у вас не один!**

- Оценка проекта
- Оценка перспектив
- Документооборот

# ИТАК

- **аутсорсинг – система организации бизнеса, не операционный вызов**
- **эффективность агента – оценка комплекса компетенций и ресурсов, не механический выбор**
- **дисциплина достижения цели : время – главная валюта**
- **результат нужен клиенту – мотивируйте агента, получите больше за те же деньги**
- **делегируйте полномочия – не ищите недостающие «руки» и «головы»**
- **соблюдайте проектную дисциплину – SLA, KPI, операционное управление, документооборот**
- **управляйте изменениями в задачах, не в цели**
- **не забывайте завершать проект, особенно если он у вас не один**