



Типичный пример провальной промоакции: на входе в магазин стоит робкая девушка и монотонно повторяет: «Купите три пакета нового сока, и вы получите еще один в подарок». Маловероятно, что такой вялый промоутер сможет увлечь покупателей идеей набить до отказа сумки малознакомым товаром. Как же сделать так, чтобы промоакция действительно принесла нужный эффект? А в каких случаях стоит обращаться за помощью в рекламное агентство?

Залог успешного проведения любой промоакции — проверенные и хорошо обученные промоутеры — люди, которые будут непосредственно рекламировать товар. Если вы не обучите промоутеров, предоставив им всю необходимую информацию о вашей продукции и подробно разъяснив, как следует вести себя с покупателями, эффект может быть абсолютно противоположный ожидаемому, а деньги улетят в трубу

Не допускайте самодеятельности со стороны промоутеров. Один сообразительный промоутер, выдавал за покупку детских игрушек купоны на пиво. Другой пытался стимулировать спрос с помощью такого креативного лозунга: «Если не хотите брать наш товар — тогда вы «пролетаете со свистом» мимо подарка!».

Довольно часто непрофессиональные промоутеры считают, что им платят деньги только за факт присутствия на месте проведения промоакции. Пример, в ходе одной промоакции посетительница магазина стала подробно расспрашивать девушку-промоутера, чем хорош так рекламируемый шампунь, какие у него свойства и как правильно его применять. На что девушка отреагировала довольно грубо: «Я что — обязана отвечать вам на эти вопросы?» С таким отношением к потенциальным

покупателям, промоутер только оттолкнет их от возможной покупки, как сейчас, так и, что еще более важно, в дальнейшем.

Если вы проводите сэмплинг (так называется промоакция, в ходе которой посетителям, например, магазина раздаются бесплатные образцы товаров), важно, чтобы промоутеры знали, кому и как они должны вручать образцы товаров. Промоутер, который не знает четко, кто входит в целевую группу потребителей, начнет раздавать рекламируемый товар всем подряд или, наоборот, не будет раздавать их никому. Тогда, например, гигиенические прокладки могут быть вручены и молодым женщинам, и пенсионеркам. Промоутер быстро опустошит пакет с образцами, после чего будет считать свою миссию оконченной. А ваша в итоге просто компания потеряет на этом деньги. Целью акции являлось ознакомление с деликатным товаром только молодых женщин — их прямых потребителей (целевой аудитории товара).

Важно, чтобы промоутеры отличались от окружающих людей. Тогда они не затеряются в толпе и будут привлекать внимание потенциальных покупателей к месту проведения промоакции и, соответственно, рекламируемому товару. Поэтому обычно для них изготавливается специальная промо форма или ее отдельные элементы (футболки, кепки, фартуки и т. п.).

Для того, чтобы промоутеры лучше выделялись на фоне окружающих, промоутеры должны работать в группах. Если нет возможности работать в группах, то промоутеры должны работать хотябы в парах. Иначе они просто потеряются в толпе. Хорошая красочная промо форма и работа в небольших группах позволяют существенно повысить результативность промоакции.

Очень важно, чтобы подбор промоутеров осуществлялся профессионально и в соответствии с целями акции. При этом необходимо учитывать особенности рекламируемого товара. Нелепо, если очень полная женщина будет предлагать потребителям средство для похудения, а девушка с плохой кожей — новый суперкрем от морщин.

Обращаться для проведения в рекламное агентство или нет решать только вам. Да, агентствах стоимость работы промоутеров выше, но сэкономив на работе промоутеров, есть большая вероятность просто потратить деньги на промоакцию в пустую.

За время работы у нашего агентства сложился большой опыт организации проведения промоакции. Поэтому мы готовы дать вам следующие **гарантии**.

- **Мы гарантируем**, что все промоутеры отработают все заявленное время, не опоздают и не уйдут раньше времени.
- **Мы гарантируем**, что промоакция пройдет в точном соответствии с техническим заданием и планом ее проведения
- **Мы гарантируем**, что все ваши листовки будут розданы, и ни одна из них не будет выброшена. Мы работаем только с проверенными промоутерами, которые уже зарекомендовали себя исключительно с положительной стороны.

5 причин в пользу выбора нашей компании

1. У нас накоплен большой опыт успешного проведения промоакций.
2. Мы готовы подобрать пакет оптимальный именно для вашего бизнеса.
3. В штате нашего агентства более 500 подготовленных промоутеров.
4. Мы гарантируем высокое качество работы наших промоутеров.
5. Мы не используем некачественную полиграфию для повышения прибыли.

Звоните по телефону в Хабаровске 75-19-04 и заказывайте проведение промоакций в рекламном агентстве Клио ДВ.☐

Не забудьте сказать, что вы пользователь сайта www.kliodv.com Только если вы хотите получить 5% скидку.

ps Проведение промоакций также отлично сочетается с проведением [маркетинговых исследований](#).

==AA==