



КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ СТАНДАРТОВ БРЭНДИНГА И РЕКЛАМЫ

в территориально распределенных клиентских офисах и торговых точках



Проблематика:

Лояльность клиентов к бренду и его узнаваемость — одни из ключевых факторов конкурентной борьбы. Они напрямую влияют на доверие, предпочтения и выбор товаров или услуг компании. Это особенно актуально для отраслей с широкой сетью точек контакта: банков, страховых и телекоммуникационных компаний, крупных торговых и ресторанных сетей, АЗС. Везде, где есть территориально распределённые офисы и центры обслуживания, крайне важно обеспечить единство «look and feel» (внешнего вида и ощущений). Единый визуальный образ должен быть легко узнаваем и вызывать чёткие позитивные ассоциации с брендом и его продукцией.

При оформлении офисов и запуске маркетинговых кампаний необходимо соблюдать корпоративный стиль, но при этом учитывать объективные ограничения: актуальность контента, сроки аренды оборудования, административные и региональные требования, а также сложности взаимодействия с подрядчиками.

Когда у компании десятки тысяч клиентских офисов по всей стране и за рубежом, а рекламные кампании запускаются с высокой частотой, ручное управление этими процессами становится «узким местом». Это может привести к недопустимым ошибкам, например, когда покупатель видит рекламный плакат со скидкой уже после окончания промо-акции. Узнав об этом только на кассе, он испытывает негативные эмоции.

Как найти выход из этой ситуации? Конечно, можно увеличить штат контролирующих сотрудников, но гораздо разумнее — автоматизировать бизнес-процессы.

Цель проекта:

Повысить узнаваемость бренда и лояльность клиентов, а так же свести к минимуму штрафные санкции за нарушение правил использования рекламы за счёт усиления контроля за проведением рекламных кампаний, соблюдением единого корпоративного брендинга/ребрендинга и маркетинговых коммуникаций в территориально распределённых клиентских офисах, торговых объектах и сервисных подразделениях.

Задачи проекта:

- Усилить учет и визуальный контроль за объектами рекламы, соответствием дизайна корпоративным стандартам, единообразием маркетинговых коммуникаций.
- Отслеживать ограничительные условия при проведении рекламных и маркетинговых кампаний.
- Повысить исполнительскую дисциплину на местах и усилить контроль за действиями по исправлению выявленных недостатков.
- Формировать удобные наглядные аналитические отчеты.

Решение:

- Создание детальной базы паспортов рекламных объектов с фото- и видеофиксацией в системе на платформе «Аксиома».
- Ведение информации о рекламных ограничениях на уровне территорий.
- Учёт существенных условий использования рекламных объектов: собственных и сдаваемых в аренду.
- Интеграция с геоинформационными системами (ГИС) для геопозиционирования наружной рекламы.

Результат:

Повышение управляемости и качества рекламных кампаний и коммуникаций, обеспечение соблюдения корпоративных стандартов, оперативное выявление и исправление нарушений на местах, а также своевременная корректировка действий в соответствии с локальными требованиями и ограничениями.

- Поддержка процесса размещения внешней рекламы на фасадах магазина, от оценки возможностей, до процесса подготовки разрешений на монтаж.
- Централизованный доступ к актуальной информации по рекламным материалам, их количеству и привязке к объектам внутри помещения и к объектам уличной рекламы.
- Геопозиционирование наружной рекламы и её отображение на карте ГИС.
- Оперативный доступ к правилам и запретам территориальных администраций, регулирующим наружную рекламу и размещение во внутренних помещениях.
- Контроль сроков размещения рекламных объектов, оповещение об окончании срока действия договоров и фиксация нарушений.
- Визуальный контроль размещения рекламных объектов и соблюдения обязательств по мерчандайзингу на основе фото- и видеоотчётов.

Если тема цифровой трансформации и автоматизации управления физическими активами предприятия актуальна для вашей организации, то мы готовы помочь в решении ваших задач.