

НТМ строит медийный супермаркет

ИЗ ПЕРВЫХ РУК

Амбициозная команда молодых менеджеров ЗАО «Управляющая компания «НТМ-Холдинг» реализует масштабный проект в области маркетинговых коммуникаций. Вслед за созданием год назад рекламного агентства ЗАО «Видео Интернэшнл – Ярославль», которое занимается производством и размещением рекламных блоков на федеральных и местных телеканалах, холдинг активно строит медийный супермаркет. В него войдут рекламные структуры, аффилированные с телекомпанией НТМ, издательский дом «Время НТМ», современная типографская линия, дизайн-центр, офис продаж и служба логистики. Объем инвестиций, привлеченных «НТМ-Холдингом», составляет 2 млн. долларов.

– За год работы нам удалось сделать самое важное, – говорит управляющий «Видео Интернэшнл – Ярославль», а также директор телекомпаний НТМ, Александр Кукин, – структурировать рынок телевизионной рекламы и внедрить новые технологии работы с рекламодателями.

И в итоге, по словам Кукина, ярославский рынок телевизионной рекламы только за последние семь месяцев вырос в полтора раза. Объемы продаж телерекламы на федеральных и местных телеканалах поднялись на 30 процентов. Сегодня ЗАО «Видео Интернэшнл – Ярославль» – одна из самых «продвинутых» компаний в городе, считает А. Кукин: – Мы работаем в GAPP (современная система бухгалтерской отчетности, повсеместно принятая за рубежом), у нас западные стандарты работы с клиентами...

Очередным новым стандартом должна стать аналитическая программа «Паломарс», внедрение которой намечено на 2005 год. В самом «Видео Интернэшнл» данную новацию в продажах эфирного времени называют не иначе как революционной. Система позво-

лит рекламодателю оценивать эффективность телевизионной рекламы по принципу «количество контактов аудитории с видеороликом». «Паломарс» даст четкий анализ – какой именно зритель (исходя из множества характеристик: возраст, покупательская способность и т. д.) увидит то или иное рекламное предложение. И, продвигая на рынке свои товары и услуги, рекламодатель будет четко ориентироваться на своих потенциальных клиентов, размещая рекламу в определенной телепрограмме и на определенном канале. Сегодня «Видео Интернэшнл» обладает правами на размещение рекламы в «региональных окнах» Первого канала, «России», НТВ, «Спорта», МУЗ-ТВ, а также ярославских телекомпаний НТМ и «Ярославия». Появление в Ярославле программы «Паломарс», по мнению участников рынка, станет одним из ключевых этапов перехода на систему продаж рекламного времени по рейтинговым пунктам, как уже давно принято во всем цивилизованном мире.

Как сказал газете генеральный директор ЗАО «УК «НТМ-

Холдинг» Ростислав Даниленко, совместный проект с ЗАО «Видео Интернэшнл – трэнд» позволил использовать новые технологии в управлении и финансовом планировании корпоративными медиаактивами, что позволило вывести телекомпанию «Независимое ТелеМедиа» (НТМ) на хороший уровень доходности. Внедрение «Паломарс» в систему продаж эфирного времени, по словам Р. Даниленко, отвечает общей инновационной политике группы бизнесов, управляемых «НТМ-Холдингом».

– Конечная цель нашего медиастроительства, – отмечает директор департамента внешних связей «НТМ-Холдинга» Владислав Дудин, – построение рекламного-издательской группы полного цикла. На примере «Видео Интернэшнл – Ярославль» мы можем сказать, что у нас есть достаточно эффективная система реализации. Но недостаточно ресурсов для продаж. Ярославский рынок телевизионной рекламы не велик, а мы хотим поднять наши продажи в два, в три раза... И поэтому создаем новые продукты – строим типографию, создаем дизайн-центр. Мы должны предложить ярославскому бизнесу все необходимые маркетинговые инструменты для его развития и продвижения.

По словам Дудина, курирующего корпоративные медиаактивы «НТМ-Холдинга», в данном случае уместна аналогия с супермаркетом, в котором обычная семья запасается продуктами на неделю. И медийный супермаркет обеспечит средний бизнес в течение года всем – начиная с визиток, рекламного-раздаточной продукции и телевизионных роликов до разработки годовых маркетинговых и репутационных планов.

Ключевым звеном создающегося медийного супермаркета наряду с телекомпанией НТМ и «Видео Интернэшнл – Ярославль» должна стать типографская линия на базе новейшего японского полиграфического и немецкого постпечатного оборудования. Новая типография будет расположена в промышленной зоне «Резинотехники».

– В Ярославле аналогов нашей типографии не будет, – уверен Владислав Дудин. – Во-первых, это современное оборудование с высочайшим уровнем производства, а во-вторых, оно будет замкнуто в единую производственную линию. Пока ни одна ярославская типография не может предложить весь набор услуг, востребованных рынком. Поэтому лакировать листы из Ярославля сегодня возят в Кострому, а качественные календари заказывают в Туле... И таких примеров масса.

Маркетинговые исследования показывают, что только по категории рекламно-раздаточной продукции из Ярославля ежегодно «уезжают» 1500000 долларов. А ведь еще есть рынок упаковки и этикеток, который в Ярославле в большей массе обеспечивается также за счет производителей из других регионов. По словам Владислава Дудина, задача новой типографии в том, чтобы вернуть эти деньги в Ярославскую область.

Медийный супермаркет «НТМ-Холдинга» начнет работать с 2005 года. По мнению участников рынка, это станет первым столь серьезным проектом в сфере маркетинговых услуг, которые до сих пор появлялись на ярославском рынке.

Евгений СОЛОВЬЕВ.