**Рейтинг BTL­­­ Index 2021: методология исследования**

Исследование проведено в формате онлайн-анкетирования. Участие в опросе принимали представители компании-заказчиков из числа крупнейших российских рекламодателей.

Респонденты выбрали услуги, которые они использовали за последний год, и называли своих поставщиков. Оценка общей удовлетворенности сервисом агентств давалась по семибалльной шкале.

Ранжирование агентств проводилось по доле сотрудничества в семи сегментах:

* Интегрированные кампании. Комплекс маркетинговых мероприятий с использованием средств: Direct marketing, Consumer Promotion, Event marketing, POSM & In-Store Visual Communications, сувенирная продукция, Digital marketing ­ в рамках единой концепции.
* Consumer Promotion. Разработка и проведение рекламных акций для конечного потребителя в местах продаж и в местах скопления целевой аудитории (например, в магазинах, кинотеатрах, ресторанах и т.д.). Используются следующие инструменты: презентация продукта/ услуги, дегустация, раздача образцов, проведение конкурсов и розыгрышей.
* Trade Marketing. Программы по продвижению товаров/услуг в торговых каналах: мотивационные программы для персонала торговой точки, дистрибуторов; программы по мерчандайзингу (выкладка товара, размещение рекламных материалов); аудит торговых точек (проверка выкладки продукта согласно заданным параметрам).
* Event Marketing. Разработка и проведение различных мероприятий для конечного потребителя и торговых посредников: городские праздники, спортивные праздники и фестивали, шоу-программы, корпоративные праздники, выставки, конференции и семинары, спонсорские проекты.
* Digital Marketing. Осуществление интерактивного взаимодействия между брендом и потребителем, с помощью которого решаются маркетинговые задачи продвижения бренда.
* Direct Marketing / CRM. Набор услуг, который дает возможность прямого контакта с целевой аудиторией, а именно телемаркетинг (телефонный обзвон для формирования базы данных рассылки), почтовые рассылки, рассылки по электронной почте, SMS-рассылки, маркетинг баз данных (составление базы данных целевых аудиторий по определенным запросам для конкретных кампаний).
* POSM & In-Store Visual Communications, сувенирная продукция. Разработка специальных рекламных материалов, рекламного оборудования, сувенирной продукции для мест продаж и целевой аудитории с целью выделения данного товара/ услуги и стимулирования сбыта.

Рейтинг сотрудничества сопровождался оценками качества сервиса, выставленными по семибалльной шкале.

Помимо этого, была изучена известность агентских брендов (доля знания с подсказкой и без), а также готовность заказчиков рекомендовать компании в качестве партнеров.