

Formas de atuação e recomendações para formatos de remuneração:

Existem diversas formas de atuação das agências de marketing promocional, estando elas baseadas fortemente, na maneira como são compostas as diversas áreas que determinam a sua estrutura funcional:

Atendimento: profissionais que se dedicam à gestão estratégica do relacionamento com o cliente;

Diagnóstico e planejamento: normalmente formada por profissionais que possuem a capacidade de receber o briefing do cliente, atender o cliente em todas as suas necessidades, interpretar e monitorar pesquisas, realizar o planejamento estratégico, propondo soluções que serão ainda internamente discutidas com as demais áreas envolvidas;

Criação: um núcleo envolvendo redação e arte que desenvolve a parte criativa dos projetos em sintonia com o planejamento e depois se responsabiliza pelo andamento dos processos de arte finalização e de conteúdo para as demais áreas acionadas no desenvolvimento de uma proposta criativa; .

Produção gráfica: responsável pela compra de serviços gráficos e afins para o desenvolvimento dos projetos;

Compras: área que se responsabiliza pela compra de serviços de qualquer natureza e que envolvam os andamentos dos trabalhos, assim como, responsáveis pela compra de brindes e gimmicks em geral;

Operação e logística: quando existe com separação específica, é a área que desenvolve e controla, conjuntamente com o atendimento, todos os procedimentos operacionais para a realização de um projeto;

Mídia: quando as agências de marketing promocional também veiculam as campanhas criadas por elas, este departamento é responsável pelo relacionamento com todos os veículos de comunicação, sejam eles de qualquer natureza; A atividade de marketing promocional difere da de propaganda e publicidade que, normalmente, em função dos volumes na mídia, na maioria das vezes possuem suas remunerações baseadas no comissionamento sobre a veiculação. A remuneração, no caso do marketing promocional, é diferente e vamos elencar as possibilidades existentes:

Investimentos iniciais:

Pode haver investimento inicial dos clientes, numa fase não mencionada anteriormente, que chamaremos de Consultoria, ou seja, a agência é simplesmente contratada para realizar apenas o diagnóstico, que dependendo do resultado, o cliente prefere não programar ou deixar para realizá-lo, mais tarde.

Não é um formato comum, mas alguns clientes acabam utilizando da experiência das agências para obter informações e eventuais propostas.

Numa situação como esta, a agência deverá estabelecer de comum acordo com o cliente, antes de desenvolver o trabalho, um valor que seja compatível com o envolvimento/ hora dos seus profissionais.

Remuneração: varia

Gestão:

Neste caso com o envolvimento da agência e dos seus diversos setores no desenvolvimento das propostas para o cliente.

Possibilidades de remuneração:**1. “Fee” mensal fixo (fee)**

Formato que remunera a agência como um todo (diagnóstico, planejamento, atendimento, criação e operação/implementação) através de um valor fixo mensal, previamente acertado com o cliente e relativo a um calendário de ações e campanhas a serem desenvolvidas num determinado tempo. Normalmente, após a fixação dos valores e das obrigações, periodicamente é realizado um “balance” pela agência, para avaliar o volume de trabalho x a remuneração compatível.

2. “Fee” mensal básico + taxa de agência (fee integrado)

Além de um “Fee” mensal básico para cobrir (diagnóstico, planejamento, atendimento e criação) e mais uma taxa, em geral de 15% (quinze por cento) aplicada sobre os serviços de terceiros contratados, para cobrir o item operação/ implementação do projeto e/ ou campanha. No caso da refação de material, aplica – se em geral uma taxa de 10% (dez por cento).

3. “Fee” mensal básico + criação caso - a - caso + taxa de agência (retainer fee)

Nesta modalidade o “Fee” cobre o envolvimento das áreas de atendimento e planejamento com a garantia das horas de envolvimento dos respectivos profissionais. As peças criativas passam a ser cobradas por uma tabela que está anexa e, finalmente, a taxa de agência como no caso anterior.

4. Por trabalho realizado (job)

O formato prevê o pagamento de um valor que vai cobrir todas as despesas envolvidas nas atividades para um ação isolada. Neste caso a agência deve considerar:

Horas de planejamento

Horas de atendimento e operações

Tabela de criação

Taxa de agência

5. Por controle geral de horas (time sheet)

Neste caso a remuneração do grupo envolvido é pelo controle rígido das horas despendidas (planejamento, atendimento e criação) e para operações aplica – se a taxa de agência, nas duas condições, conforme contido item 2.

6. Por resultados (success fee)

Modalidade que prevê a complementação da remuneração, quando baseada em qualquer um dos itens anteriores, agregando - se premiações adicionais aos resultados alcançados ou para metas pré – estabelecidas em contrato. Os resultados podem ser através de volume de vendas global, vendas por área, faturamento, adimplência, etc.. Pode – se aplicar algum tipo de desconto nas modalidades da referência e aplicar – se um sistema de compensação por resultados.

De qualquer maneira, não é recomendável essa modalidade como única forma de remuneração, pois os resultados são na verdade consequência também da atuação do cliente e das variáveis deles envolvidas no processo, além é claro do trabalho da agência.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.