**Переобулись первыми: рекламные агентства почуяли новый тренд**

**30 октября 2023 года в Москве в рамках Международной выставки потребительских товаров International Commodity Fair 2023 состоялся VII российско-китайский форум, где среди производителей и поставщиков производственной техники, одежды, товаров для дома, красоты и здоровья неожиданным связующим элементом выступило агентство маркетинговых коммуникаций Logos** **Group. Какие тренды привели на форум тех, кто чует их безошибочно? И не настал ли момент заскочить в последнюю дверь последнего вагона азиатского поезда, на всех парах мчащегося на российский рынок?**

Участие в мероприятии одного из ведущих агентств, специализирующегося на сопровождении международных проектов, интригует и наводит на размышления о важности происходящего. Событийный сектор всегда развивался под девизом «Новый год — новый рынок», но сегодня, когда горизонт планирования схлопнулся до одного дня, и реальность диктует новые правила и возможности, важно действовать стремительно.

Рекламные агентства почувствовали тренд - будущее индустрии маркетинга российского бизнеса зависит от приходящих на рынок китайских производителей. Это подтверждает геополитическая повестка, новостные ленты и ежедневный выбор потребителей, которые голосуют рублём за китайские товары.

Агентства первыми чувствуют тренды и переобуваются на лету, проявляя интерес к азиатскому рынку вслед за ушедшими европейскими брендами. Так, в рамках деловой программы российско-китайского форума специалисты Logos Group дали оценку текущего состояния индустрии маркетинга: потребительское поведение в корне изменилось, и требуется перестройка подходов и трансформация привычных инструментов под действующие реалии.

В рамках выступления «Пятый элемент бизнеса: успешная маркетинговая стратегия для вывода китайских брендов на российский рынок» эксперты Logos Group, опираясь на большой опыт сотрудничества с китайским брендами, рассказали, как происходит продвижение китайских товаров и услуг на российский рынок и какую роль в этом играет реклама и маркетинг.

*«Сегодня потребитель стал более искушенным и ответственным. Низкая цена товара уже не играет определяющую роль при выборе. Принимая во внимание реальность российского рынка, китайские товары вышли на новый уровень, дешево – уже не значит некачественно. Наша задача изменить потребительское поведение, плотно работать с аудиторией, предлагая ей все лучшее, чем обладает рынок и эффективно закрывать потребность. В этом случае агентство берёт на себя роль переводчика и коммуникатора, выступает связующим звеном между интересами потребителя и заказчика»,* - прокомментировали в Logos Group.

Маркетинговые стратегии компании по продвижению китайских производителей на российский рынок построены на принципе Пяти Драконов, как говорят в агентстве. Четыре «дракона» - это 4Р, всем известные в маркетинговом мире: product, price, place, promotion. А пятым, ключевым элементом стратегии выступает pre-sales. Основная цель preselling этапа – обеспечение условий для китайского заказчика для заключения сделок на российском рынке. В Logos Group считают, что задача агентства в этой практике - предоставить клиенту анализ ситуации, перечень потенциальных партнеров, поставщиков и даже ниш, где «сидит» покупатель продукта, а также помочь организовать продажи на постоянной бесперебойной основе и максимально выгодных для китайского заказчика условиях. Основной сложностью, по мнению специалистов, является адаптация товара или услуги китайского бренда к особенностям российского рынка и создание условий для успешного заключения сделок.

*«Российский рынок сегодня как никогда открыт для прихода крупных китайских брендов. Это абсолютный тренд, мы наблюдаем момент перерождения рекламы и маркетинга в стране и ее адаптацию под китайский культурный код. В данном случае рекламные агентства играют роль пятого элемента, отвечающего за успешное развитие китайского бизнеса на нашем поле. Мы разделяем важность происходящих тенденций, способствующей формированию нового будущего рекламной индустрии. Уверены, что совместная работа с азиатскими брендами будет содействовать эффективному развитию отрасли и достижению нашей общей цели – удовлетворению запросов потребителей».*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Международная выставка потребительских товаров International Commodity Fair / China Commodity Fair* седьмой год объединяет производителей и поставщиков из Китая, России и других стран. Здесь можно получить консультации, а также юридическую помощь в вопросах логистики, финансирования ВЭД и заключения контрактов, работе с маркетплейсами и другим аспектам ведения торгового бизнеса.

[*www.icf-expo.ru*](http://www.icf-expo.ru)

Logos Group – маркетингово-коммуникационное агентство

Свыше 15 лет на рынке, предлагает полный пакет услуг: стратегии, креатив, digital, event, production, education. Клиенты: автопроизводители и телекоммуникационные системы, госструктуры и международные организации, производители продуктов питания и non-food товаров.

<https://logosevent.ru/>