

№ _____
на № _____ от _____

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Начиная со второй половины 2000-х годов на рынке рекламных услуг стали доминировать крупные рекламные и медийные агентства, которые берут на себя помощь в разработке коммуникационных и медийных стратегий. Они же предлагают подрядчиков на реализацию того или иного проекта. В свою очередь и они и компании - заказчики стремятся найти максимальное качество исполнения работ за минимальные деньги. Третьим пунктом становится скорость. И мы получаем классическую триаду «быстро, дешево, качественно».

Как известно, эти 3 качества не могут быть одновременно, в чем-то одном должна быть потеря. Нельзя верить подрядчикам, если они выходят с предложением сделать все за 5 минут, за 5 копеек и получить при этом прибыль в 200%. Именно поэтому мы, заказчики, выбираем проверенные, устоявшиеся компании, с чистой деловой репутацией и состоявшимися хороши-ми кейсами. Обращаясь к услугам компании, которая работает на рынке достаточно давно и имеет за плечами солидный опыт, мы минимизируем риск.

Но иногда профессионалы ломают классические представления об этой триаде. Таким профессионалом для меня стало агентство **MAXMEDIAGROUP**, которое в максимально сжатые сроки смогло предложить и реализовать масштабный проект причем за весьма привлекательную стоимость. Все это говорит о высоком уровне команды, о готовности слышать потребности клиента, идти к нему навстречу. А это главная вещь. Профессионала от банального исполнителя проекта отличает вовлеченность в него. Мы ищем не компанию, у которой цель одна – реализовать бюджет, а партнера, который на весь период времени станет нашими руками и глазами, который будет чувствовать наш бренд, понимать целевую аудиторию, ее поведение и предлагать наилучшие решения поставленных задач. Все это я нашла в данном агентстве.

Огромное спасибо за Ваш профессионализм, готовность работать при необходимости сутками и за то, что Вы слышите нас.

Старший менеджер по препаратам
направления "Дерматология-Косметология"



Сухоцкая Нина