



# **Рейтинги студий и агентств: как извлечь пользу, методика построения популярных топов, и кто есть кто на рынке (2014)**



Ну, во-первых, рейтинги – это весело =)



1. Прямой канал продаж/лидогенерации
2. Брендинговый эффект, повышение узнаваемости в профессиональной тусовке и клиентской аудитории
3. Дополнительный рычаг/аргумент в процессе продаж
4. Эффект «процесса»
5. Развитие рынка и его инфраструктуры

# К слову, примерно так выглядит сейчас инфраструктура нашего digital-рынка



CMS/  
вендоры

СМИ и сообщества

Ивент-провайдеры  
и фестивали

Клиенты/каналы

Рынок  
digital-  
комму-  
никаций

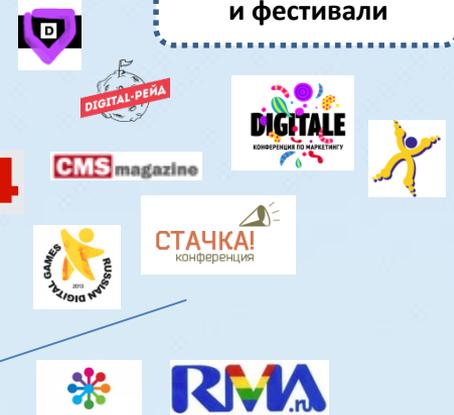
Образование

Ассоциации

Рейтинги и  
аналитика

Консалтинг

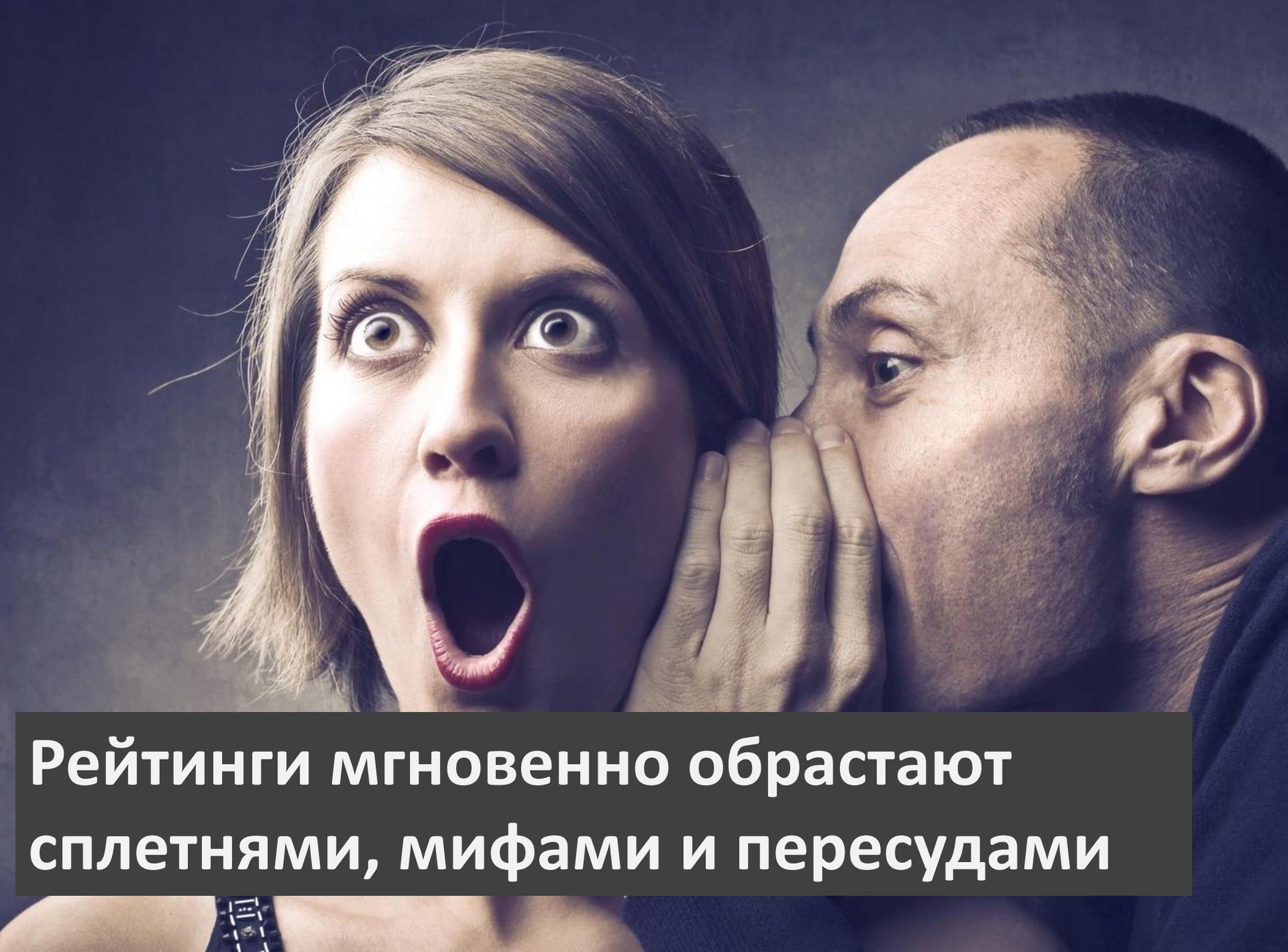










**Рейтинги мгновенно обрастают  
сплетнями, мифами и пересудами**



1. «Все куплено»
2. Это пузомерки, нет смысла принимать участие, крупным агентствам рейтинги не интересны, и они их игнорируют
3. Попадание в рейтинг дает «взлет ракетой»
4. Попасть в рейтинги новому агентству почти невозможно



**Далее я рекомендую открыть главную страницу сайта [www.ruward.ru](http://www.ruward.ru) – и параллельно с моим рассказом о конкретных рейтингах в нашем эпизоде – смотреть и открывать соответствующие чарты.**



Больше материалов для агентств/студий в «Библиотеке RUWARD»: [www.ruward.ru/library/](http://www.ruward.ru/library/)  
Регистрация в спецпроекте UMI: <http://lessons.umi-cms.ru>

На этом по эпизоду у нас все,  
спасибо за внимание! =)

