

Контур-Экстерн

Программное обеспечение для сдачи налоговой и бухгалтерской отчетности через интернет

Рекламная кампания:

Кодекс Электронного документооборота

Категория:

Региональный проект

Масштаб проекта:

Общенациональный



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Цель проекта: Завоевание большей доли рынка электронной отчетности, укрепление лидерских позиций на рынке.

Задачи:

- Сформировать образ бренда как лидера, законодателя и эксперта на рынке электронной отчетности в России.
- Увеличить количество абонентов системы «Контур-Экстерн».
- Повысить лояльность абонентов системы «Контур-Экстерн».
- Проинформировать всех потребителей на рынке о системе стандартов качества, достигаемых при использовании системы «Контур-Экстерн».

Критерии успеха кампании:

- Увеличение базы клиентов системы «Контур-Экстерн» на 350 тысяч абонентов (45% от имеющейся базы).
- Массовый переход на использование системы «Контур-Экстерн» абонентов с других технологий (согласно заполняемым при подключении регистрационным картам до 35% от общего прироста).
- Повышение узнаваемости бренда.

Рынок специализированных операторов связи начал формироваться с 2002 года, когда законодательно была утверждена возможность сдавать отчетность по телекоммуникационным каналам связи. За 7 лет существования подобной альтернативы традиционному способу декларирования (личному визиту в инспекцию с бумажным носителем) сдачу отчетности по ТКС предпочитало уже более 50% юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (чуть менее 1,5 млн. из 2,7 млн.). Около 60% от общего количества абонентов отчитывается с помощью технологии «Контур-Экстерн», распространяемой 450 партнерами компании СКБ Контур (разработчика системы) во всех регионах страны. Ситуацию на рынке можно охарактеризовать как монополистическую конкуренцию. На сегодняшний день на рынке существует ряд технологий, как региональных, так и общефедеральных (всего около 20), и огромное количество дилеров (представителей разработчиков, агентов, партнеров), внедряющих программу по сдаче отчетности через интернет в регионах. Основные конкуренты на федеральном рынке (разработчики технологий): ООО «Такском» (Москва) www.taxcom.ru, ООО «Тензор» (Ярославль) www.tensor.ru.

ЦЕЛИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ИХ ДОСТИЖЕНИЕ

Цели рекламной компании:

- Проинформировать потребителей о сформированных правилах рынка электронной отчетности в виде «Кодекса электронного документооборота».
- Сформировать образ бренда как лидера, законодателя и эксперта на рынке электронной отчетности в России
- Увеличить количество абонентов системы «Контур-Экстерн»
- Увеличить уровень знания марки «Контур-Экстерн» среди представителей целевой аудитории.

Критерии эффективности рекламной компании:

1 цель.

Критерий оценки количественный.

Количество человек, представителей целевой аудитории, проинформированных любым образом о законах «Кодекса электронного документооборота» – не менее 500 000 человек

2 цель.

Критерий эффективности оценочный.

Увеличение количества абонентов системы «Контур-Экстерн» за период с 30.12.2007 по 30.12.2008 г. на 45% (не менее 350 абонентов)

4 цель. Критерий оценки количественный. Увеличить уровень знания марки «Контур-Экстерн» среди представителей целевой аудитории с 40% до 70%.

Общий медиа-бюджет:

от 500 до 999 тысяч долларов США

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ ПРОЕКТА

Система «Контур-Экстерн», являясь лидером рынка, задает стандарты и формирует тенденции развития электронной отчетности, сформулированные совместно с абонентами в виде Кодекса Электронного документооборота.

КАК ВЫ ПРИШЛИ К ОСНОВНОЙ ИДЕЕ?

Только лидер рынка, участвовавший в его формировании в состоянии выделить необходимые и важные для потребителей параметры электронной отчетности. Представляя эти параметры в виде обязательных правил, бренд четко формирует образ единственного лидера рынка. Целевая аудитория бренда – бухгалтера, женщины, 25-55 лет, имеющие среднее и высшее образование. Особенности потребителей: бухгалтера, это специалисты, часто использующие в своей работе законы, документы установленной формы. Для них очень важно исполнение законодательства и следование нормативным документам. Поэтому правила рынка были сформулированы в виде 6 законов, которые формируют «Кодекс электронного документооборота» – 1 закон: Отчетность должна быть удобной, 2 закон: Отчетные формы должны быть актуальны, 3 закон: Доставка отчетности должна быть гарантированной, 4 закон: Информация должна быть защищенной, 5 закон: Консультационная поддержка должна быть качественной, 6 закон: Отчетность должна оставлять время для семьи и отдыха. Законы выполняются только при использовании системы «Контур-Экстерн», которая создана на основе уникальной в России технологии, когда все программное обеспечение и формы отчетности находятся на серверах компании, что позволяет пользователю не задумываться об обновлениях. К числу преимуществ относится и «единое окно» для сдачи отчетности во все контролирующие органы (подача отчетности возможна в ИФНС, Пенсионный Фонд и Росстат), в любой регион страны.

КАК ВЫ ВОПЛОТИЛИ ОСНОВНУЮ ИДЕЮ В ЖИЗНЬ?

Основной целью стратегии коммуникаций было значительное повышение уровня знания марки, как системы, сформулировавшей «Кодекс электронного документооборота». Для обеспечения цели было проведено огромное количество мероприятий и акций, вот некоторые каналы и описания средств коммуникаций:

Стандартные:

- Профессиональные СМИ и Интернет. Размещение модульной рекламы, баннеров и статей, информирующих о выходе «Кодекса электронного документооборота».

Нестандартные:

- Вовлечение ЦА в участие в конкурсах «Мисс Контур-Экстерн» (март) и «Отдых в стиле «Контур-Экстерн» (июль-август), организованных на сайте системы www.kontur-extern.ru. При участии в конкурсах при регистрации необходимо ознакомиться с законами КЭДО, выбрать наиболее важный и написать эссе на заданную тему. Информационная поддержка конкурсов осуществлялась в профессиональных СМИ, Интернет, местах скопления представителей целевой аудитории (ИФНС – инспекция налоговой службы).

- ВТЛ-мероприятия в местах скопления целевой аудитории – ИФНС. Распространение листовок, выполненных в виде обложки Кодекса и проведение специальных ВТЛ-акций для бухгалтеров «День здоровья с «Контур-Экстерн» (во время весеннего периода). В рамках акции доктор «Контур-Экстерн» проводил консультацию о здоровье, выписывал рецепт для лечения авитаминоза –

следование шестому Закону «Кодекса электронного документооборота» – отчетность должна оставлять время для отдыха. Также доктор Экстерн для оздоровления рекомендовал подключаться к системе «Контур-Экстерн» и раздавал витамины в виде апельсин. Даный проект получил

награду «Лучший BTL-проект» в рамках фестиваля «Мир рекламы 2008».

3. Event-мероприятия в местах скопления целевой аудитории – конференциях и семинарах бухгалтерской тематики.

Event-Мероприятие «Голосование за законы».

Участникам семинаров сообщалось, что вступил в силу новый Кодекс ЭДО из системы КЭ и предлагаю отдать свой голос за тот закон, который больше всего нравится и получить полезный и нужный подарок – книгу «Электронная отчетность».

Event-Мероприятие «Модный показ законов «Контур-Экстерн» сезона весна-лето 2008». Это модное дефиле, в котором модели демонстрируют одежду, отражающую суть каждого из шести законов Кодекса электронного документооборота, а также напрямую носящие формулировки каждого из законов. После показа, все желающие бухгалтера могли создать собственный образ современного бухгалтера, используя аксессуары в оранжево-синей гамме «Контур-Экстерн», и сфотографироваться в полученным образе.

4. Генеральное спонсорство массовых и статусных мероприятий для бухгалтеров – конференций и обучающих семинаров, посвященных налоговой отчетности. В рамках данного мероприятия марка «Контур-Экстерн» позиционировала себя как лидера рынка, устанавливающего законы электронной отчетности.

Вот некоторые из этих мероприятий:

- Форум бухгалтеров в Кремле, г. Москва,
- Форум бухгалтеров г. Тольятти,
- Выставка «Бухучет и аудит», г. Москва,
- «Учет. Налоги. Право. 2008», г. Москва, г. Санкт-Петербург,
- «Форум «Новые принципы и практика налогового контроля», г. Москва, г. Санкт-Петербург,
- Конференция «Годовой отчет 2008», г. Москва
- «Всероссийская конференция бухгалтеров 2008», г. Москва

ВОПЛОЩЕНИЕ В ЖИЗНЬ ОСНОВНОЙ ИДЕИ

Видео:

- Реклама в местах скопления целевой аудитории

Радио:

- Радиореклама

Печатные СМИ:

- Профессиональные

Прямая рассылка:

- В печатных изданиях
- По электронной почте

PR:

- Мероприятия

Диалоговая:

- Online-реклама
- Интернет сайты
- Конкурсы для представителей целевой аудитории на Интернет сайте

Выставки:

- «Бухгалтерский учет и Аудит»
- Конференции издательства «Главбух», «РНК» и пр.

Спонсорство:

- Конференция «Главбух» Сдача отчетности
- Конференция «Годовой отчет»
- Конференция «РНК» Сдача отчетности
- Конференция «Учет. Налоги. Право»

Розничные продажи:

- Реклама в местах скопления ЦА
- Видео в местах скопления ЦА
- Развлекательные мероприятия в местах скопления ЦА
- Продвижение товара

РЕЗУЛЬТАТЫ. ОТКУДА ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО ЭТО СРАБОТАЛО?

В результате рекламной компании в течение 2008 года удалось достичь:

1. Увеличение числа абонентов системы «Контур-Экстерн» на 350 тысяч абонентов. Количество абонентов системы на 2008 год составляет 800 000 абонентов. Источник данных: отдел сбыта ЗАО «ПФ СКБ Контур», данные подтверждаются статистическими отчетами ФНС России.
2. Увеличение доли рынка по России. Около 60% от общего количества абонентов отчитывается с помощью «Контур-Экстерн». Источник данных: отдел сбыта ЗАО «ПФ СКБ Контур», данные подтверждаются статистическими отчетами ФНС России.
3. Массовый переход на использование системы «Контур-Экстерн» абонентов с других технологий до 35% от общего прироста. Источник данных: внутренний корпоративный отчет о новых абонентах по данным регистрационных карт.
4. Увеличение уровня знания марки среди целевой аудитории до 87%. Источник данных: отчет об исследованиях, проведенных аналитической группой отдела сбыта ЗАО «ПФ СКБ Контур».
5. Марка «Контур-Экстерн» устойчиво воспринимается представителями целевой аудитории как лидер рынка с высокими стандартами обслуживания клиентов. Источник данных: отчет об исследованиях, проведенных аналитической группой отдела сбыта ЗАО «ПФ СКБ Контур».

ПРОИСХОДИЛО ЛИ ЧТО-НИБУДЬ ЕЩЕ (КАК С ВАШИМ УЧАСТИЕМ, ТАК И БЕЗ), ЧТО МОГЛО ПОЛОЖИТЕЛЬНО ПОВЛИЯТЬ НА РЕЗУЛЬТАТЫ?

С 1 января 2007 года по статье Налогового Кодекса Российской Федерации, предприятия численностью более 100 человек (8% от общего количества налогоплательщиков по России) должны отчитываться по налогам по телекоммуникационным каналам связи.

Kontur-Extern

The software for delivery of the tax and accounting reporting through the Internet

Campaign title: **The Code of electronic document circulation**

Category: **Regional Project**

Project scale: **Multinational**

WHAT WAS THE STRATEGIC COMMUNICATION CHALLENGE?

The goal is to gain the most shares of the market of the electronic reporting, strengthening of leading positions in the market.

Problems:

1. To generate an image of a brand as the leader, the legislator and the expert in the market of the electronic reporting in Russia.
2. To increase quantity of subscribers of system «Kontur-Extern».
3. To raise loyalty of subscribers of system «Kontur-Extern».
4. To inform all consumers in the market on system of the quality standards reached at use of system «Kontur-Extern».

Criteria of success of campaign:

1. Increase in base of clients of system «Kontur-Extern» at 350 thousand subscribers (45 % from available base).
 2. Mass transition to use of system «Kontur-Extern» of subscribers from other technologies (according to registration cards filled at connection to 35 % from the general gain).
 3. Increase of recognition of a brand.
- The market of specialised communication statements has started to be formed since 2002 when possibility to hand over the reporting on telecommunication channels has legislatively been confirmed. For 7 years of existence of similar alternative to a traditional way of declaring (the personal visit to inspection with the paper carrier) reporting delivery on telecommunication channels has preferred already more than 50 % of legal bodies and individual

businessmen (hardly less than 1,5 million from 2,7 million). About 60 % of all the tax-payers are reporting with the «Kontur-Extern» system help extended by 450 partners of the SKB Kontur Company (the developer of system) in all regions of the country. The situation in the market can be characterised as a monopolistically competition. For today in the market there is a number of technologies, as regional, and federal (all nearby 20), and a large quantity of dealers (representatives of developers, agents, partners), introducing the program on reporting delivery through the Internet in regions. The basic competitors in the federal market (developers of technologies): OJSC «Taxcom» (Moscow) www.taxcom.ru, OJSC «Tensor» (Yaroslavl) www.tensor.ru

WHAT WERE YOUR CAMPAIGN OBJECTIVES? STATE SPECIFIC GOALS.

The goals of the advertising company:

1. To inform consumers on the generated rules of the market of the electronic reporting in a kind of «the Code of electronic document circulation».
2. To generate an image of a brand as the leader, the legislator and the expert in the market of the electronic reporting in Russia
3. To increase quantity of subscribers of system «Kontur-Extern»
4. To increase the level of knowledge of mark «Kontur-Extern» among representatives of target audience.

Criteria of efficiency of the advertising company:

1 purpose. Criterion of estimation the quantitative. Quantity of the person, the representatives of target audience informed in any image about laws «Code of electronic document circulation» – not less than 500 000 persons

2 purpose. Criterion of efficiency the estimated.

3 purpose. Criterion of estimation the quantitative. Increase in quantity of subscribers of «Kontur-Extern» system from 30.12.2007 to 30.12.2008 on 45% (not less than 350 subscribers)

4 purpose. Criterion of estimation the quantitative. To increase the level of knowledge of «Kontur-Extern» mark among representatives of target audience from 40% to 70%.

Total media budget:

\$500 – 999 thousand

WHAT WAS YOUR BIG IDEA?

System «Kontur-Extern», being the leader of the market, sets standards and forms tendencies of development of the electronic reporting, formulated together with subscribers in the form of the Code of Electronic document circulation.

HOW DID YOU ARRIVE AT THE BIG IDEA?

Only the leader of the market, participating in its formation in a condition to allocate necessary and important parameters for consumers of the electronic reporting. Representing these parameters in the form of obligatory rules, the brand accurately forms an image of the unique leader of the market. Brand target audience – bookkeepers, women, 25-55 years having secondary and higher education. Features of consumers: the bookkeepers are the experts often using in their work laws, documents of the established form. Execution of the legislation and following to standard documents is very important for them. Therefore market rules have been formulated in the form of 6 laws which form «the Code of electronic document circulation» – 1 law: the reporting should be convenient, 2 law: the forms of account should be actual, 3 law: reporting delivery should be guaranteed, 4 law: the information should be protected, 5 law: consulting support should be qualitative, 6 law: The reporting should leave time for a family and rest. The laws are carried out only at use of «Kontur-Extern» system which is created on the basis of unique technology in Russia when all software and reporting forms are on the company's servers that allows the user not to reflect on updating. Number of advantages concerns and «a uniform window» for reporting delivery in all supervising bodies (reporting giving is possible in the Inspection of federal tax



КОДЕКС ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА от КОНТУР ЭКСТЕРН

Закон Первый
Отчетность должна быть удобной

Закон Второй
Отчетные формы должны быть актуальны и обновляться автоматически

Закон Третий
Доставка отчетности должна быть гарантирована

Закон Четвертый
Информация должна быть защищена

Закон Пятый
Консультационная поддержка должна быть качественной

Для всех подключившихся до 31 января 2008

КОНТУР ЭКСТЕРН

service, the Pension fund and the Statistics service), in any region of the country.

HOW DID YOU BRING THE IDEA TO LIFE?

Substantial increase of level of knowledge of mark, as the system which has formulated «Code of electronic document circulation» was the main objective of strategy of communications. For purpose maintenance the large quantity of actions, here some channels and descriptions of means of communications have been spent:

Standard: 1. Professional mass-media and the Internet. Placing of modular advertising, banners and articles informing on an exit «Code of electronic document circulation».

Non-standard:

1. Involving of target audience in participation in competitions «Miss Kontur-Extern» (March 2008) and «Rest in Kontur-Extern style» (July-August 2008), organised on the system site www.kontur-extern.ru. To participate in competitions it is necessary to familiarise with laws of «Code of electronic document circulation», to choose the most important and to write an essay on the set theme. Information support of competitions was carried out in professional mass-media, the Internet, places of a congestion of representatives of target audience (the inspections of tax service).

2. BTL-actions in places of a congestion of target audience – the inspections of tax service. Distribution of the leaflets executed in the form of a cover of the Code and carrying out of special BTL-actions for bookkeepers «the Day of health with Kontur-Extern (during the spring period). Within the limits of the action the doctor «Kontur-Extern» carried out consultation about health, wrote out the recipe for avitaminosis treatment following to the sixth Law «Code of electronic document circulation» – the reporting should leave time for rest. Also the doctor Extern for improvement recommended to be connected to «Kontur-Extern» system and distributed vitamins in a kind of orange. The given project has received the award «Best BTL-project» within the limits of festival «the World of advertising 2008».

HOW DID YOU BRING IT TO LIFE? (COMMUNICATION TOUCH POINTS)

TV:

■ Product placement

Radio:

■ Spots

Print:

■ Trade / Professional

PR:

■ Events

Interactive:

■ Online Ads
■ Web site

Trade shows:

■ The Exhibition «Accounting and audit», Moscow

■ Conference of the publishing house «GlavBukh», «RNC» and others

Sponsorship:

■ Conference «GlavBukh»
Delivery Reporting
■ Conference «RNC» Delivery Reporting
■ Conference «Annual Report»
■ Conference «Accounting, Taxes, Law»

Retail experience:

■ Video
■ In-Store Merchandizing
■ Sales promotion

RESULTS. HOW DO YOU KNOW IT WORKED?

As a result of the advertising company within 2008 it was possible to reach:

1. Increase of number of subscribers of «Kontur-Extern» system at 350 thousand subscribers. The quantity of subscribers of system for 2008 makes 800 000 subscribers. A source of the data: Sales department of Joint-Stock Company «SKB Kontur», the data proves to be true statistical reports of the Inspection of tax service of Russia.
2. Increase in a share of the market across Russia. About 60% of all tax-payers reporting with «Kontur-Extern» system help. A source of the data: Sales department of Joint-Stock Company «SKB Kontur»,

the data proves to be true statistical reports of the Inspection of tax service of Russia.

3. Mass transition to use «Kontur-Extern» system of subscribers from other technologies to 35 % from the general gain. A source of the data: the internal corporate report on new subscribers according to registration cards.

4. Increase in level of knowledge of mark among target audience to 87%. A source of the data: the report on the researches spent by analytical group of a Sales department of Joint-Stock Company «SKB Kontur».

5. Mark «Kontur-Extern» is steadily perceived by representatives of target audience as the leader of the market with high standards of servicing. A source of the data: the report on the researches spent by analytical group of a sales department of Joint-Stock Company «SKB Kontur».

ANYTHING GOING ON (WHETHER OR NOT YOU WERE INVOLVED) THAT MIGHT HAVE HELPED DRIVE RESULTS

The companies with the staff of more than 100 persons (8% of all tax-payers of Russian Federation) are obliged to report their taxes on telecommunication links according to the Tax Code of the Russian Federation from January, 1, 2007



**Оранжевое море, оранжевое небо, оранжевый ноутбук!
или Как сделать бухгалтера счастливым.
Страницы из Женского дневника, найденного под собственной подушкой**

9 июня, понедельник

Я звезда. Без ложной скромности – ЗВЕЗДА. Мне, конечно, не нужны доказательства, я и сама это прекрасно знаю. Но за меня проголосовали 500 посетителей сайта www.kontur-extern.ru!!!

Титул «Мисс оригинальность», мегабайт восхищенных отзывов, потрясающий кулон «Королева», сертификат в салон, а главное – подключение и год бесплатной работы в системе электронного документооборота «Контур-Extern». Неплохой подарок к летнему сезону!

10 июня, вторник

Пора готовиться к летнему отчету. Моя задача как Человека и Бухгалтера – на этот раз обойтись без жертв.

11 июня, среда

Психологи говорят, что для достижения цели надо ее четко сформулировать и произоинить как заклинание несколько раз в день.

Итак, чего я хочу этим летом:
- оранжевое море
- оранжевое небо
- оранжевый купальник
Короче, я хочу летом в отпуск!!!!

16 июня, понедельник

Полдня ушло на изучение системы. Если «Контур-Extern» и вправь скакомит неделю бессонных ночей в отчетный период, 4 часа рабочего времени – ерунда! Пока баланс положительный. Оранжевое лето на горизонте!



17 июня, вторник

Баланс кренит в положительную сторону. Оказалось, система совмещается со всеми бухгалтерскими программами. Выгрузила все документы из Excel в «Контур-Extern» за 5 минут! Если так пойдет дальше, лето и правда будет ярким!

P.S. Оказалось, система «Контур-Extern» позволяет сдавать отчетность не только в Налоговую, но и в Пенсионный фонд, и в Росстат. Причем КРУГЛОСУТОЧНО!!!

Кстати, законы об Электронном документообороте гласят следующее: «Отчетность должна быть удобной». «Отчетные формы должны быть актуальны и обновляться автоматически». «Доставка отчетности должна быть гарантирована». «Информация должна быть защищена». «Консультационная поддержка должна быть качественной». А вот это проверим. Скоро время Ч.

18 июня, среда

Невероятно! «Контур-Extern» издал новый закон «Отчетность должна оставлять время для отдыха и сонячи». Гуманно. Повесил закон директору в кабинете – кажется, он симпатизирует партии зеленых.

19 июня, четверг

С «Контур-Extern» каждый день что-нибудь новенькое! С 1 июня по 31 августа объявлен конкурс: «Отдых в августе «Контур-Extern»! Вроде еще не время... Но почему бы не прислать свое фото? Загор от солария еще держится. Купон тоже. Немного усилий – и у меня не только оранжевое настроение, но и оранжевый сотовый телефон, мышка и ноутбук! Главное условие – отдых должен быть в ауре «Контур-Extern»!

23 июня, понедельник

Работать совершенно некогда! Каждый день – фотосессии!

28 июня, суббота

Пытаясь выложить надпись «Контур-Extern» из купальника на местном пляже. Почему-то вмешались мухоморы. Неплохо получился логотип из плюшевых мишек. Пока лежала наверх, чтобы снять композицию с высоты, миши растаскали дети... В городе мало оранжевого!

30 июня, понедельник

Урал Шедевр! Просто божественно!!!! Логотип и композиция на песке из летних туфель! Оранжевый сотовый к сумочке обеспечен!!!!

8 июля, вторник

Начала готовить отчетность. Директор считает, что я перекрасилась в оранжевый цвет, чтобы стать умнее и наконец-то сдать отчет вовремя. Он еще не знает, что я выиграла оранжевый ноутбук и уеду в отпуск!

P.S. Кстати, почему отпуск бывает только ПОСЛЕ отчетности? Когда у меня будет свой ноутбук, отчетность буду отправлять прямо с пляжа! Система «Контур-Extern» сама обновит формы, проверит ошибки. Если что – звонок по оранжевому сотовому – и все проблемы помогут решить служба поддержки. Кажется, я счастлива.