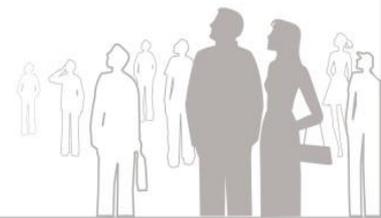
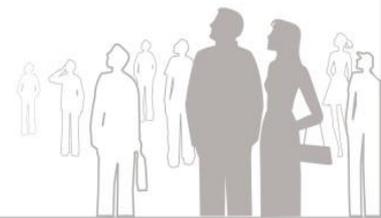


# Зачем нужна наружная реклама?...



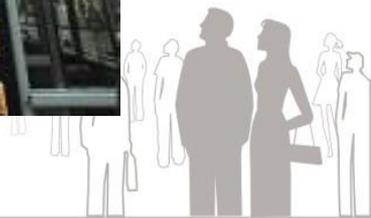
# Введение

- Данные слайды не являются последовательной презентацией
- Они представляют спектр возможных взглядов на наружную рекламу, которые вы можете использовать в процессе планирования
- Мы будем рады дополнить этот документ слайдами, рассматривающими наружную рекламу с других точек зрения, и подтверждающих её эффективность
- Вы так же можете обратиться в раздел «Про группы товаров» нашего сайта за дополнительной информацией
- Так как задачей презентации является демонстрация преимуществ наружной рекламы как таковой, на слайдах вы сможете увидеть не только проекты нашей компании, но и других отечественных и зарубежных операторов



# Имиджевая коммуникация

Gallery



# Широкий спектр носителей для контакта с различными аудиториями

Gallery



# Преимущества наружной рекламы

*Gallery*

**ЗРЕЛИЩНАЯ**

**НАВЯЗЧИВАЯ**

**НЕИЗБЕЖНАЯ**

**С ПОСТОЯННО  
РАСТУЩЕЙ АУДИТОРИЕЙ**

**ИЗМЕРИМАЯ**

**ИННОВАЦИОННАЯ**



# Высококачественная аудитория *Gallery*

## • Портрет аудитории наружной рекламы

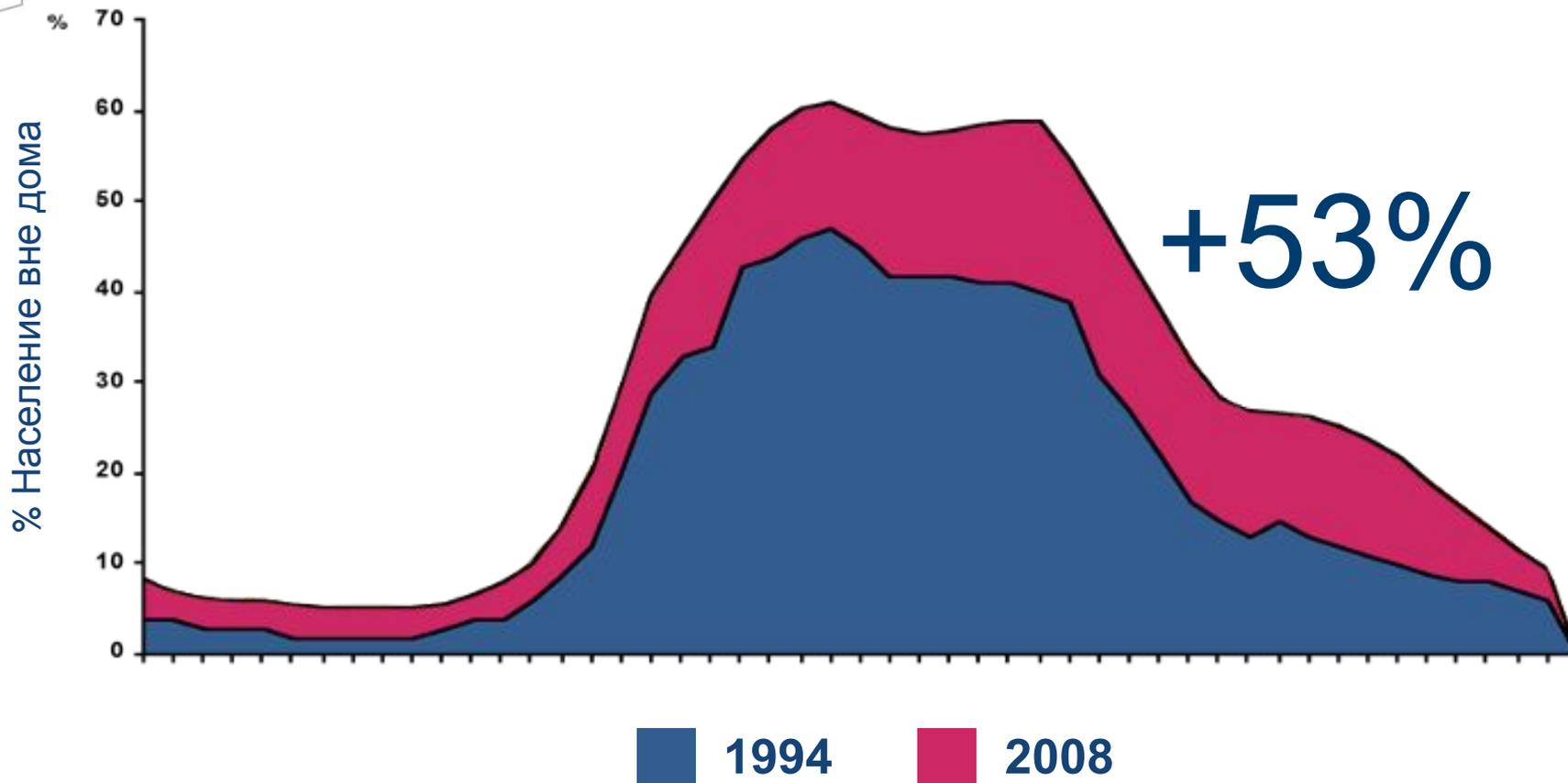
- Молодые
- Активные
- Общительные
- Обеспеченные
- Работающие полный день
- Зарплата выше среднего
- Мобильные
- Открытые для новых идей и действий
- Согласны пробовать новые марки



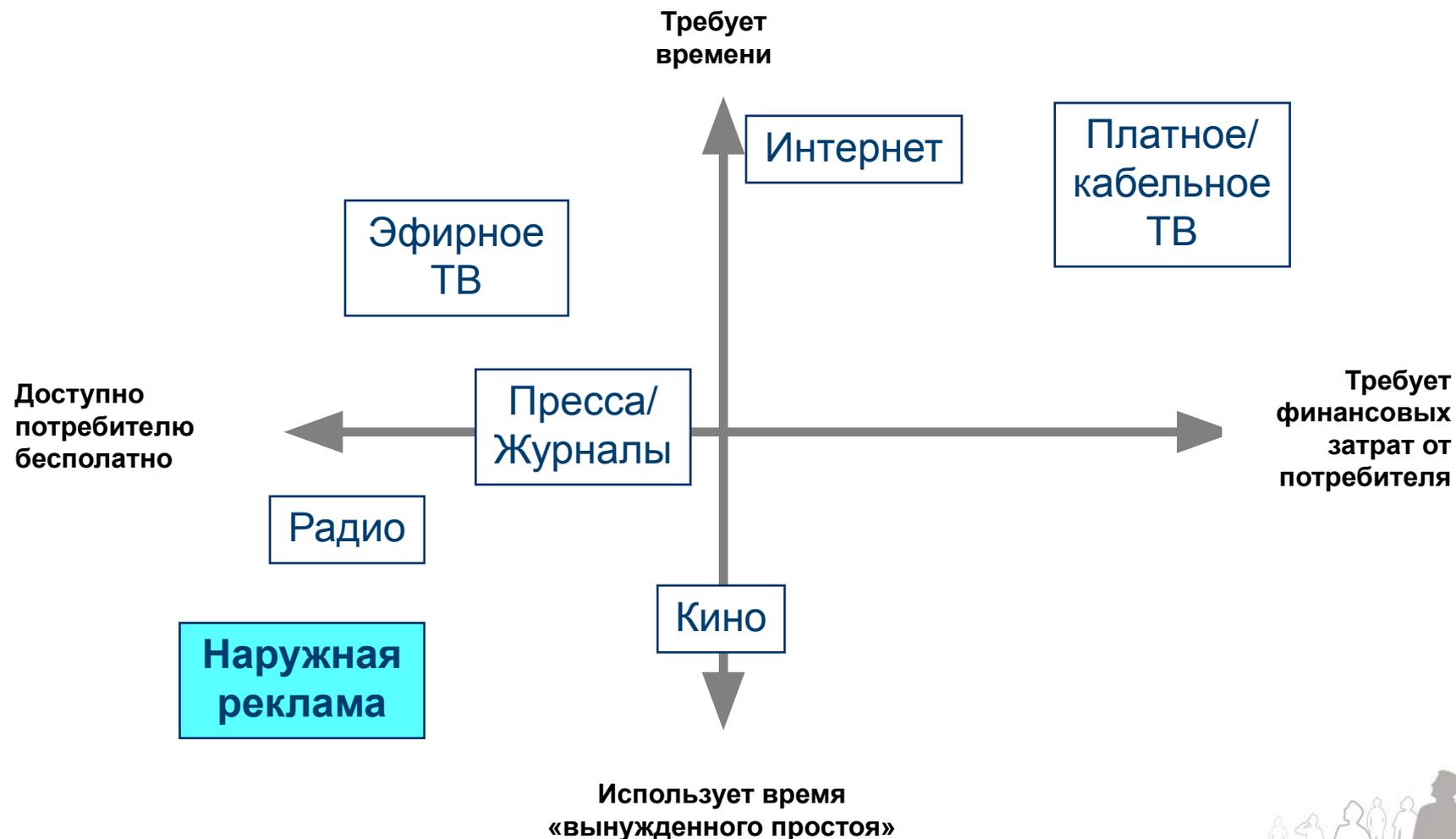
**Люди, к которым попадает ваше сообщение, это люди, к которым вы больше всего стремитесь обратиться**

# Население все больше времени проводит вне дома

Gallery



# Наружная реклама: Использует время «вынужденного простоя» потребителя и не требует затрат на доступ



# Наружка подходит для решения любых рекламных задач

## • Стратегически

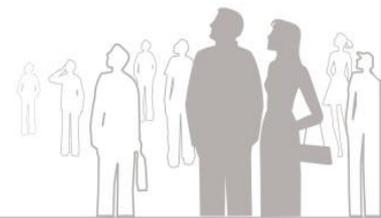
- Как единственный канал коммуникаций и в связке с другими каналами коммуникаций
- Построение узнаваемости/поддержка
- Охват вторичной целевой группы

## • Тактически

- Анонс предложений / запуск новых продуктов
- Поддержка промо-активности в точках продаж

## • Как элемент окружающей среды

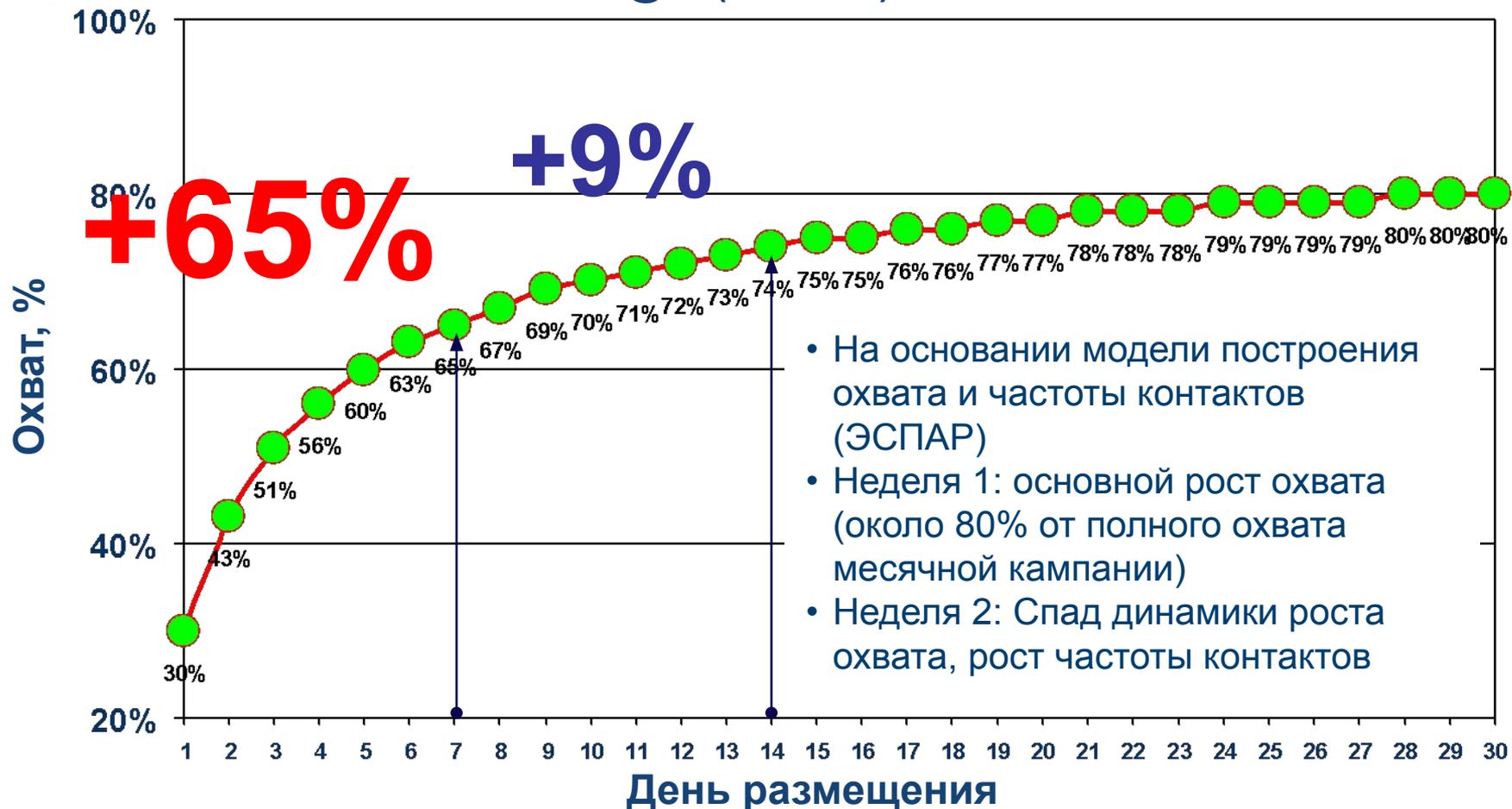
- Размещение сообщения за пределами стандартных / предсказуемых локаций
- Сюрприз для потребителя



# Быстрое построение охвата

Gallery

Охват @1+ (100 GRP) Москва



Основной охват строится в первые 7 дней кампании

# 8 причин использовать наружную рекламу

*Gallery*

- **Успешная:** используется 70 из 100 крупнейших рекламодателей
- **Неизбежная:** нельзя выключить, миновать или стереть
- **Дружественная потребителю:** не-раздражающее, обращается к потребителю во время его вынужденного бездействия
- **Растущая:** +16% рост выручки в 2011 в России
- **Измеримая:** аудиторинные показатели, основанные на замерах пассажиропотоков и транспортных моделях городов
- **Разнообразная:** широкий выбор типов и форматов носителей рекламы и объектов размещения
- **Совершенствующаяся:** инвестиции операторов в улучшение качества рекламоносителей, подсветка, мультипанельные и цифровые носители
- **Адаптивная:** сокращение минимальных периодов размещения, гибкость и скорость размещения рекламы на цифровых носителях



# Закон Бейкера\*: индикаторы необходимости наружной рекламы

Gallery

\* - Майкл Бейкер (Michael Baker) президент Ассоциации наружной рекламы Великобритании

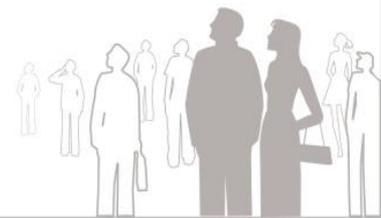
1. Это запуск нового продукта?
2. Кампания рассчитана на молодежь?
3. Кампания рассчитана на состоятельную аудиторию?
4. Рекламуемый продукт может потребляться вне дома?
5. Рекламуемый продукт может быть куплен в результате сиюминутного решения?
6. Рекламуемая марка находится в жесткой конкурентном окружении?
7. Дизайн упаковки продукта является очень важным для продвижения товара, например в точках продаж?
8. Построение широкого охват аудитории и частота контактов являются важными целями кампании?

Итог 4+: к использованию наружной рекламы стоит серьезно присмотреться

Итог 5+: Наружная реклама определено должна быть в медиа-плане

Итог 6+: Наружная реклама должна быть основным каналом коммуникации

## **Преимущества комплексного использования Наружной рекламы с другими медиа**



# «Чистая» наружная реклама

**Массовый охват**

Относительно  
низкая цена

**Молодая, мобильная  
аудитория**

**Множество форматов**

**Элемент окружающей  
среды**

**Зрелищная**

**Цифровая**

Обращается  
во время перерыва



## Наружка + ТВ

### Охват «сбежавших от телевизора»

Увеличение частоты контактов в разы

Усиление вещательных кампаний на локальных рынках

Охват более молодой аудитории

Снижение CPT



# Наружка + Радио

**Преимущество звука-  
усиление запоминаемости  
сообщения**

**Постоянное присутствие в  
наружке + «волновое»  
усиление на радио**

**Синергия визуального  
и звукового  
сообщений**

**Спонсорство на радио  
работает лучше в связке с  
«вещательной» наружкой**



**Наружка + Пресса**

**Уменьшение CPT**

**Усиление национальных  
кампаний на  
локальных рынках**

**Удлиняет время жизни  
сообщения**

**Охват более молодой  
аудитории**

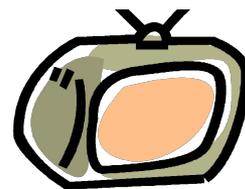
**Повторяет сообщение  
в форме призыва к  
действию**



# Усиливает эффект мультимедийной кампании

Gallery

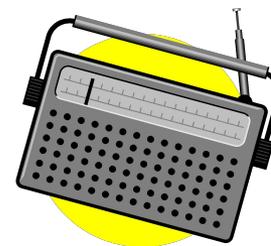
- Достигает целевой аудитории в ситуациях, когда другие традиционные медиа бессильны
- Типичным для кампаний, использующих наружную рекламу вместе с другим медиа, является улучшение охватных показателей
- Наружная реклама улучшает показатели: проникновение, присутствие, proximity, recency, continuity, frequency



**+15%**



**+25%**



**+35%**

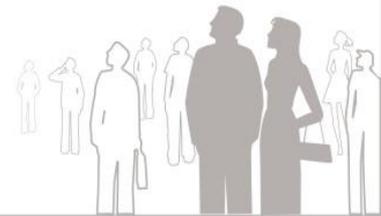


**+45%**

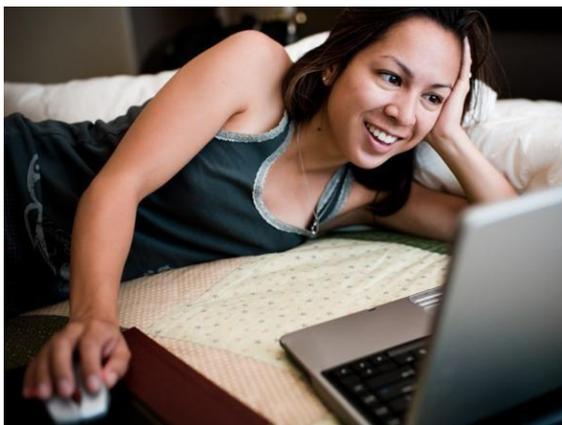


*Gallery*

# Наружная + On-line реклама



# Наружка и On-line

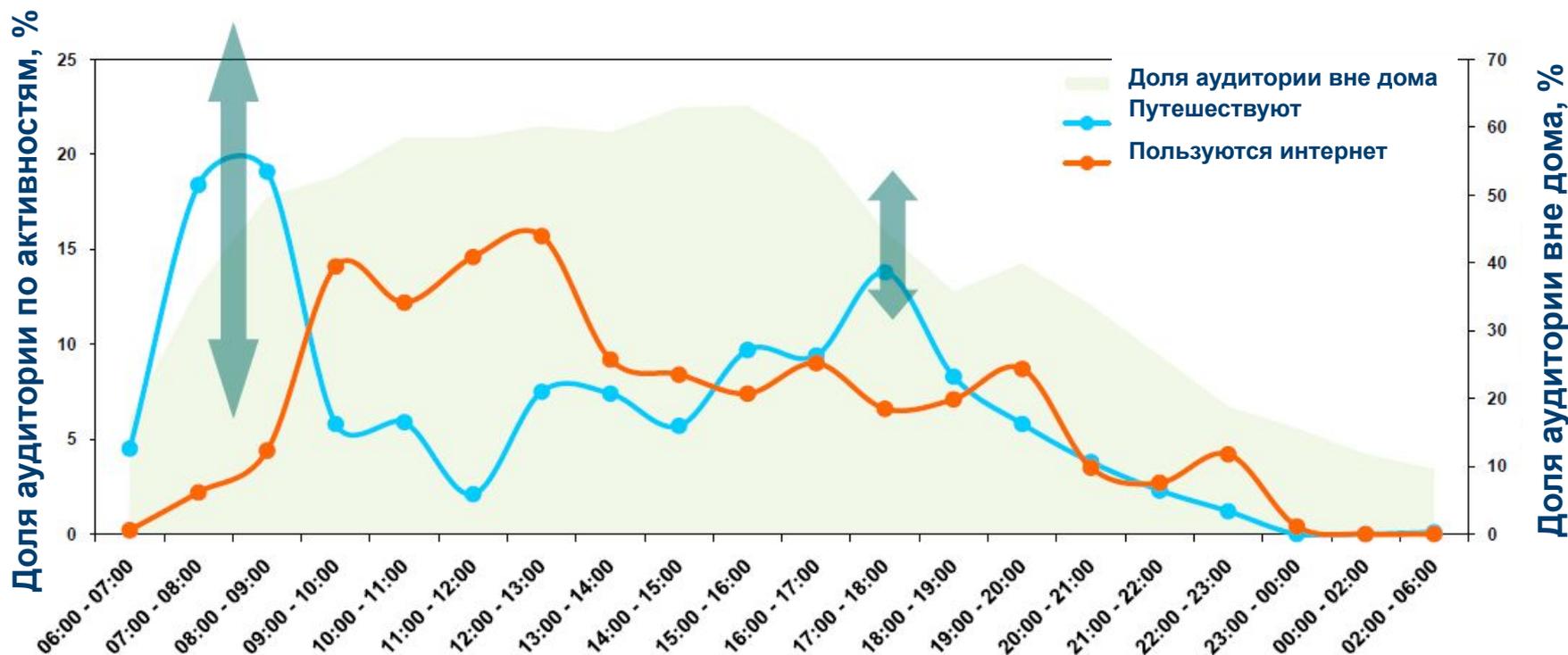


- Активные пользователи Internet и активные путешественники в большинстве случаев
  - почти не смотрят ТВ
  - молодые люди
  - более позитивно относятся к рекламе («...она помогает мне сделать выбор...») и меньше негативных проявлений («...просмотр рекламы это потеря времени...»)



# Наружка усиливает On-line коммуникацию

Gallery



Комплексное использование наружной рекламы и рекламы в интернет чрезвычайно эффективно так как периоды максимальной эффективности коммуникации в этих каналах не пересекаются, находятся в противофазе

# Наружка дополняет On-line коммуникацию

Gallery

- On-line реклама может обеспечить призыв к действию, но не может «достать» потребителя рядом с точкой продаж так, как это может сделать наружка
- Наружка может охватить массовую аудиторию, в то время как on-line реклама позволяет обратиться к конкретным потребителям (например, посетителям тематического сайта)
- Наружная реклама может обеспечить новизну сообщения для массовой аудитории используя сценарии мобильной on-line коммуникации



# Наружка + On-line реклама = Отличная стратегия

*Gallery*

**Наружная реклама + Интернет позволяют эффективно охватить аудиторию, которая не доступна для ТВ рекламы**



Обеспечивает доступ к активной молодежной аудитории

Наружка прекрасно стимулирует посещаемость интернет-ресурсов

On-line позволяет обеспечить нестандартные коммуникационные решения

Активно путешествующие люди в дополнение к наружке будут, с высокой вероятностью охвачены on-line кампаниями, что повысит частоту контактов аудитории с рекламой



Наружка охватывает массовую аудиторию



# Зачем нужна наружная реклама?...

