

**Инновационные
подходы в рекламе**

**рынок
Индор Медиа**

Всеукраинская Ассоциация
Индор Медиа и АудиоВизуальных носителей

Мониторинг Индор Медиа в рамках MMI



Контакт с объектами Индор Медиа. Частота и охваты

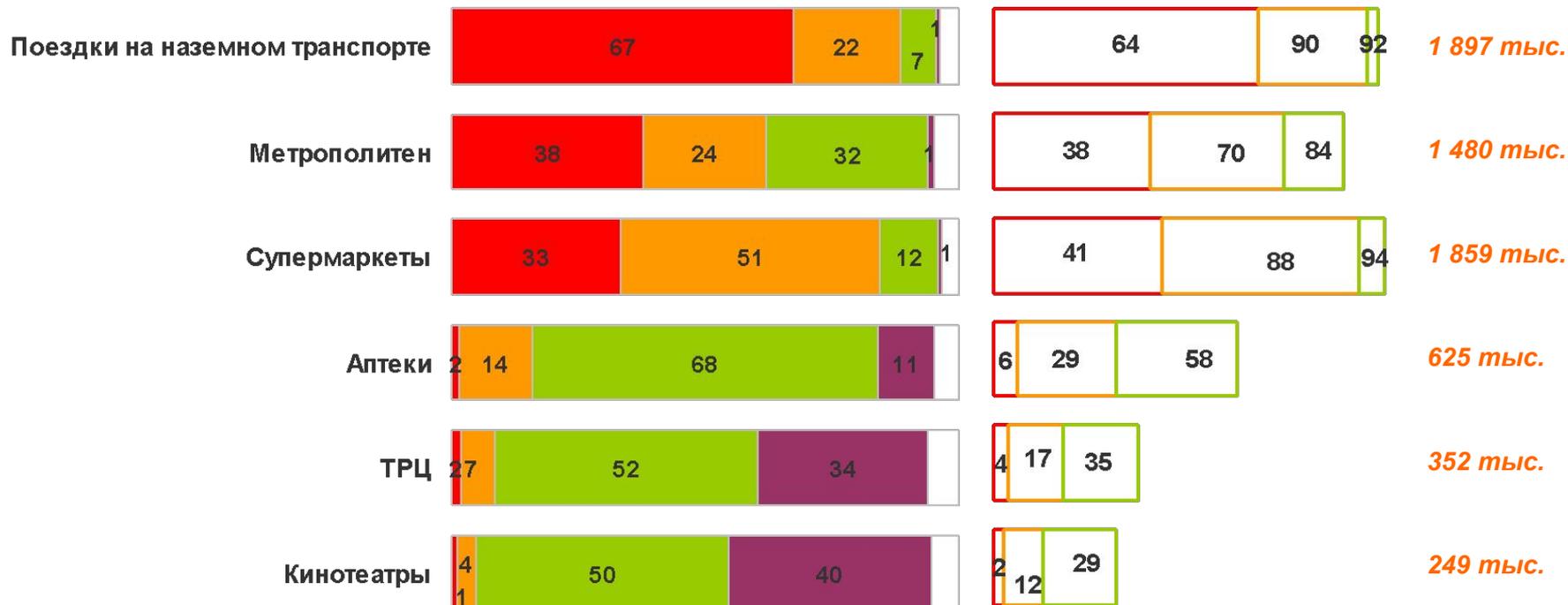
MMI Украина'2009/3 – 2009/4

База: респонденты 12-65 лет, жители Киева

% ■ Почти каждый день (4-7 раз в неделю)
■ 1-3 раза в неделю
■ 1-2 раза в месяц и реже
■ Никогда
□ 3/0

□ % охват за средний день
□ % охват за среднюю неделю
□ % охват за средний месяц

Охват за среднюю неделю (тыс. чел.)



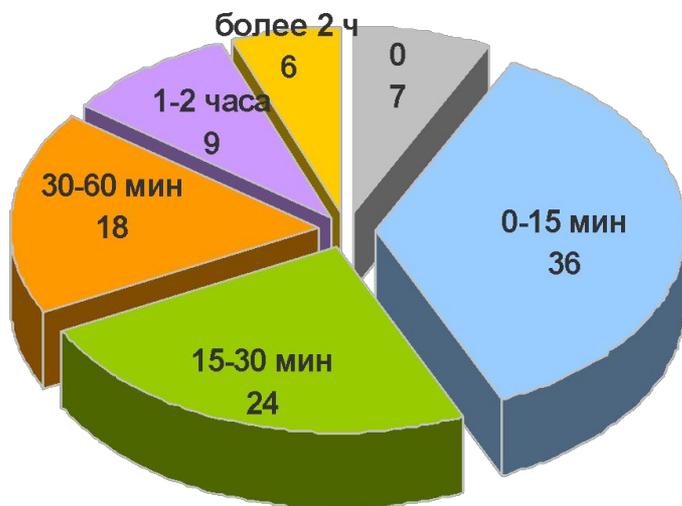
Длительность передвижения на наземном транспорте

ММІ Україна'2009/3 – 2009/4

База: респонденты 12-65 лет, жители Киева

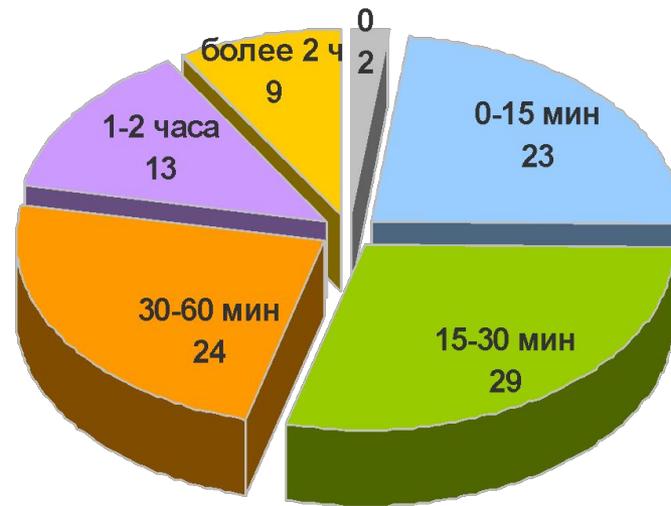
Сколько времени тратят на передвижения на наземном транспорте в среднем за день

% от населения



В среднем: 35 мин

% от тех, кто передвигается на наземном транспорте (в среднем за день)



В среднем: 48 мин

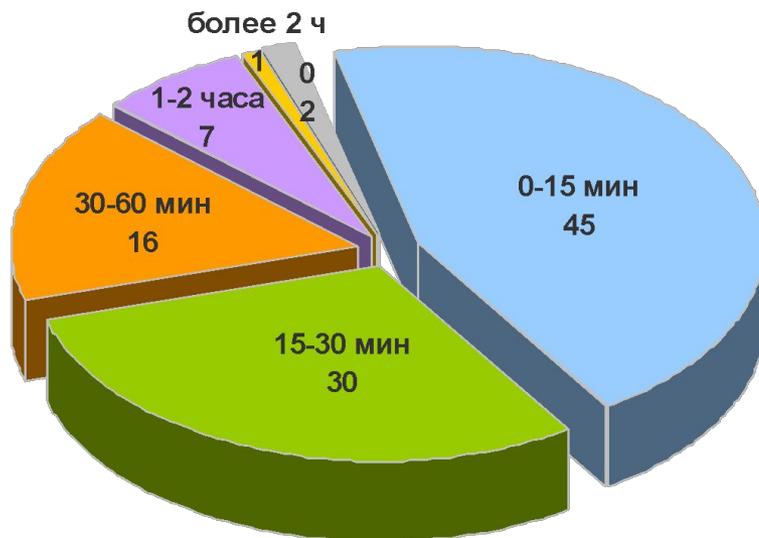
Длительность передвижения в метро

ММІ Україна'2009/3 – 2009/4

База: респонденти 12-65 лет, жители Киева

Сколько времени тратят на передвижения в метро в среднем за день

% от тех, кто передвигается в метро (в среднем за день)



В среднем: 24 мин

Реклама в транспорте



Наземный автотранспорт:

Средний охват за день: 62%

Средняя длительность поездки: 39 мин

Время-пик передвижений по городу:

Будни: 7 ч. - 9 ч. утра, 17 ч. - 19 ч. вечера

Выходные: 10ч. -17ч. дня



Метрополитен:

Средний охват за день: 18%

Средняя длительность поездки: 6 мин

Качество контакта: 91% хотя бы изредка обращают внимание на рекламу на плазменных мониторах в метро

Реклама в торговых и развлекательных заведениях: супермаркеты, ТРЦ, аптеки, кинотеатры

Супермаркеты:

Средний охват за день: 35%

Средний охват за неделю: 82%

Внимание к рекламе: 71% хотя бы изредка обращают внимание на рекламу на плазменных мониторах

ТРЦ:

Средний охват за день: 3%

Средний охват за неделю: 14%

Внимание к рекламным материалам на месте продажи: 15%

Аптеки:

Средний охват за день: 7%

Средний охват за неделю: 32%

Внимание к рекламным материалам на месте продажи: 16%

Кинотеатры:

Средний охват за день: 2%

Средний охват за неделю: 9%

Внимание к рекламе в кинотеатре: 14%

Время-пик для покупок:

Будни: 17 ч. - 20 ч. вечера

Выходные: 10ч. - 14ч. дня



Время-пик для отдыха вне дома:

Будни: 18 ч. - 22 ч. вечера

Выходные: 16ч. - 21ч. вечера

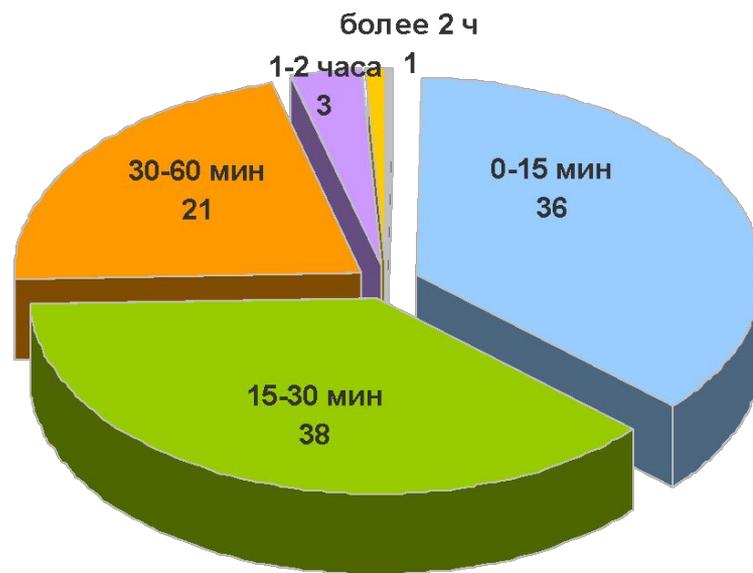
Длительность пребывания в супермаркете

MMI Украина'2009/3

База: респонденты 12-65 лет, жители городов 500 000+

Сколько времени тратят на посещение супермаркета в среднем за день

% от тех, кто посещает супермаркеты (в среднем за день)



В среднем: 25 мин

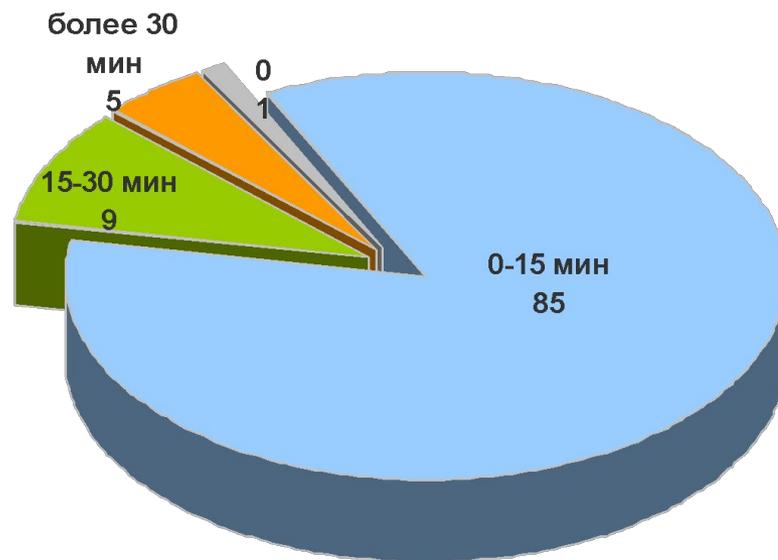
Длительность пребывания в аптеке

ММІ Україна'2009/3 – 2009/4

База: респонденти 12-65 лет, жители городов 500 000+

Сколько времени тратят на посещение аптек в среднем за день

% от тех, кто посещает аптеки (в среднем за день)



В среднем: 9 мин

Пересечение охватов Индор рекламы

MMI Украина'2009/3 – 2009/4

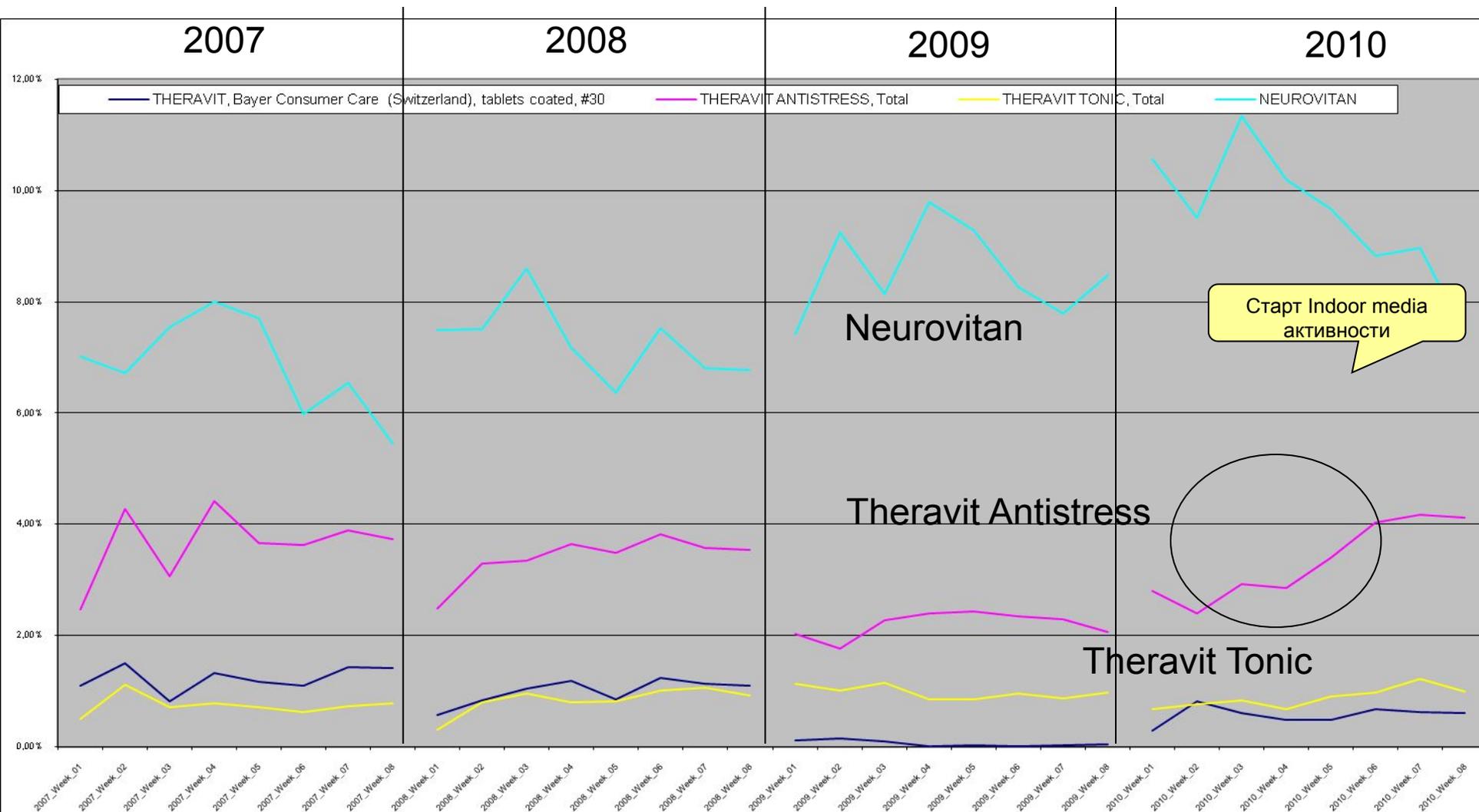
База: респонденты 12-65 лет, жители городов 500 000+

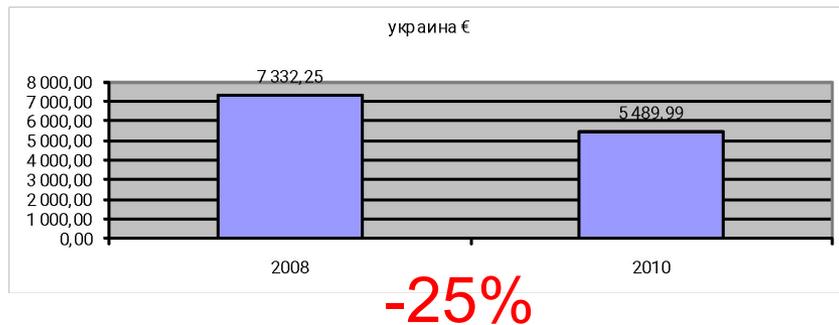
% от населения, охваченного двумя носителями (по строке, и по колонке)	Метрополитен (за неделю)	Наземный авто-транспорт (за неделю)	Супермаркеты (за неделю)	ТРЦ (за неделю)	Аптеки (за неделю)	Кино-театры (за неделю)	Общепит (за неделю)	Аэропорт (за полгода)	Авто-вокзал (за полгода)	Ж/д вокзал (за полгода)
В целом	30.4	87.8	76.3	7.2	16.8	3.6	12.2	3.8	15.8	22.1
Метрополитен (за неделю)	-	27.9	25.1	2.8	5.0	1.3	4.7	1.3	4.2	9.0
Наземный автотранспорт (за неделю)	27.9	-	67.5	6.3	14.6	3.3	11.1	3.5	14.5	20.2
Супермаркеты (за неделю)	25.1	67.5	-	6.5	14.0	3.1	10.4	3.3	11.9	18.0
ТРЦ (за неделю)	2.8	6.3	6.5	-	2.4	2.0	1.9	0.8	1.1	1.9
Аптеки (за неделю)	5.0	14.6	14.0	2.4	-	1.7	2.1	0.5	2.2	3.6
Кинотеатры (за неделю)	1.3	3.3	3.1	2.0	1.7	-	1.0	0.3	0.4	0.8
Заведения общепит (за неделю)	4.7	11.1	10.4	1.9	2.1	1.0	-	0.7	3.1	3.8
Аэропорт (за полгода)	1.3	3.5	3.3	0.8	0.5	0.3	0.7	-	1.1	1.3
Автовокзал (за полгода)	4.2	14.5	11.9	1.1	2.2	0.4	3.1	1.1	-	6.5
Ж/д вокзал (за полгода)	9.0	20.2	18.0	1.9	3.6	0.8	3.8	1.3	6.5	-

Кейс Теравит Антистресс вводные данные

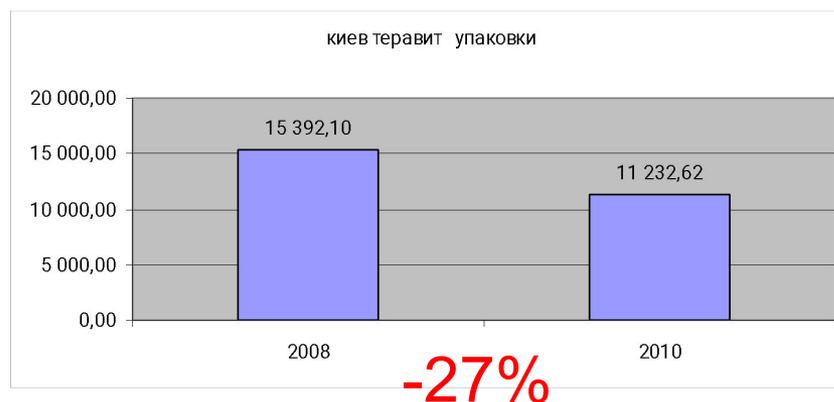
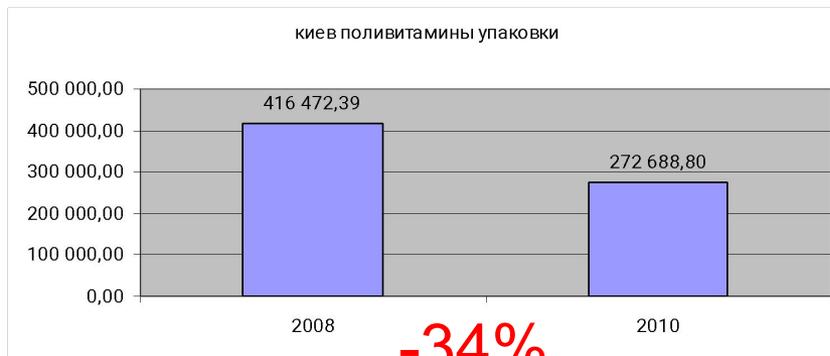
- Препарат на рынке с 2005 года
- 7-8 недели 2010 года – исторический максимум доли рынка
- Рост за счет доли основного конкурента
- 2009 год – дефектура в рынке
- 2007-2010 ежегодно в сезон ТВ реклама с сопоставимыми весами
- старт активности на indoor media – 5 неделя 2010 года
- задействованы: супермаркеты, аптеки, метрополитен, ж/д вокзал, маршрутные такси, рестораны быстрого питания, магазины бытовой химии, БЦ
- все задействованные носители indoor media расположены в г.Киеве и области
- В качестве базы для сравнения был выбран 2008 год, во первых это лучший год за всю историю украинского фармрынка, во вторых - это бездефектурный год для Теравита.

Динамика рыночной доли с 1-й по 8-ю неделю года с 2007 по 2010 гг.



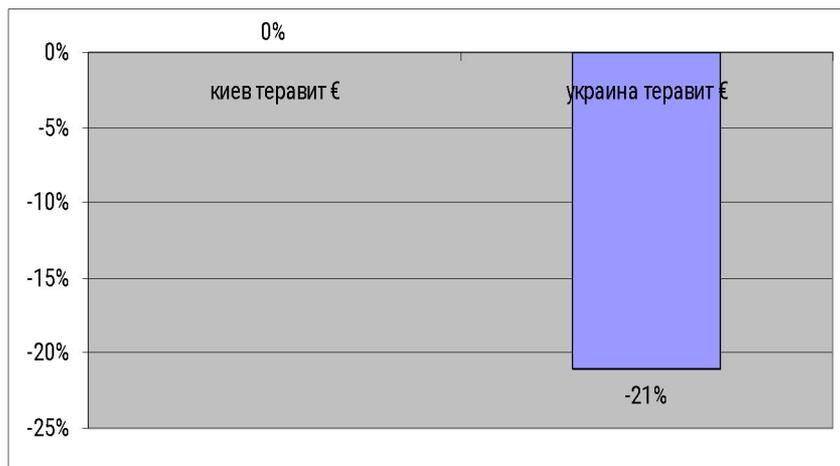


Оказалось что в феврале-апреле 2010 года продажи сегмента импортных поливитаминов по Украине (не включая Киев и область) упали на 35% в упаковках и на 25% в деньгах по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. В то же время продажи Теравита Антистресс по Украине (не включая Киев и область) упали на 43% в упаковках и на 21% в деньгах.



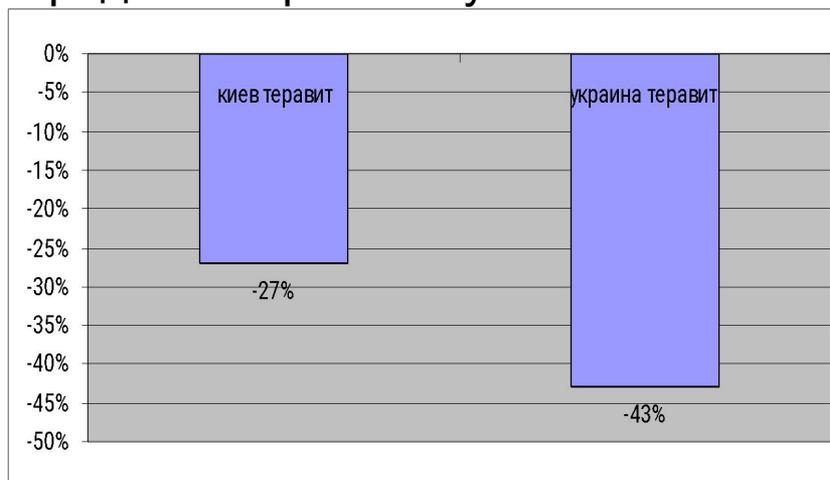
В то же время в Киеве (включая область) в феврале-апреле 2010 года продажи сегмента импортных поливитаминов упали на 34% в упаковках и на 21% в деньгах по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. В то же время продажи Теравита Антистресс упали на 27% в упаковках и вышли на докризисный уровень в деньгах.

Продажи Теравит в деньгах



В деньгах продажи Теравит антистресс в Киеве вышли на докризисный уровень 2008 года

Продажи Теравит в упаковках



Прирост продаж Теравит антистресс в Киеве был на 16% выше, чем по стране в целом

Индор Медиа носители, Украина

Индор Медиа носителями оборудованы:

- Аптеки и медицинские учреждения
- Супермаркеты, ТЦ, ТРЦ
- Места общественного питания
- Кинотеатры
- Спорт клубы, салоны красоты
- Отделения УкрПочта
- Бизнес центры
- Учебные заведения
- Метро и общественный транспорт, ж/д поезда
- Аэропорты, жд/авто вокзалы

Охват: более 30 городов Украины!

Более 2 000 объектов!

