

# Тенденции рекламы в кабельном телевидении

# Как я купил телевизор? (история обычного жителя города )

-Привет, хочу купить хороший телевизор , как ты думаешь, какой?

- Вот у меня Сонька, хороший телевизор, только есть еще другая модель, вот эта «...» , она покруче, как купишь, покажи-заценю! А вот еще один вариант «....» говорят, отличный.

# Хлеба и зрелищ!

-Купил! Крутой, мне нравится) Вот висит сейчас в гостиной, а старый телевизор установил на кухне. Буду смотреть игры **КХЛ** и **Discovery Channel**, а жена будет смотреть свои любимые передачи на **МУЗе**, **Viasat Nature**.

# Каждому свое.

Телезрители в Уфе уже давно смотрят кабельное ТВ определенной тематики. Каждый абонент, смотрит «свой» список каналов и ради одного канала готов уйти к другому оператору.

Ауфанет.

# Скажи кто твой клиент, и я скажу что он смотрит.

Простые признаки определения целевой аудитории:

**Пол**

**Возраст**

**Социальное положение** – дети, учащийся школы, студенты, рабочие и служащие, руководители, пенсионеры, домохозяйки и др.

**По интересам** - авто, спорт, музыка, новинки техники и технологии, fashion и другие самые разнообразные сферы.

У каждого кабельного ТВ – своя конкретная аудитория. И лучше направлять усилия на определенную аудиторию, нежели размазывать свои средства.

**Реклама в кабельном ТВ – мощный инструмент усиления рекламы на федеральных каналах.**

# "Ключевые игроки сделали свои ставки"

По данным Gallup, аудитория всех ключевых федеральных каналов — "Первого", "России", НТВ и др. — неуклонно сокращается: с развитием нишевого кабельного и онлайн-телевидения зрители охотно мигрируют на источники профильного для себя видеоконтента.

**[kommersant.ru](http://kommersant.ru)**

Рекламодатели уходят от крупных телеканалов к нишевым - размещение рекламных роликов обходится дешевле, констатируют участники рынка, оценивая снижение долей основных каналов. «Рекламодатели уходят на нишевые каналы с меньшим охватом и бюджетом», - подтверждает генеральный директор 2x2 Роман Саркисов, чей канал ФАС включила в федеральный список.

По словам генерального директора TNS Russia Руслана Тагиева, «в целом это отражает существующую тенденцию, которая связана с фрагментацией аудитории».

**Газета.ру** (03.11.11)

# Преимущества рекламы в кабельной сети ОАО «Уфанет»

- Низкая цена
- Охват конкретной целевой аудитории
- Охват 8 крупных городов Башкирии и Оренбуржья, с долей рынка до 85 %
- Сотни заведений и предприятия, подключенных к сети ОАО «Уфанет»



# А как же Петя!?

Петр, тот самый, который купил новый телевизор:

- Здравствуйте, видел рекламу на Телеканале КХЛ, у вас акция на горнолыжное снаряжение, есть ли такая модель «...»?

# Реклама в сети ОАО «Уфанет»

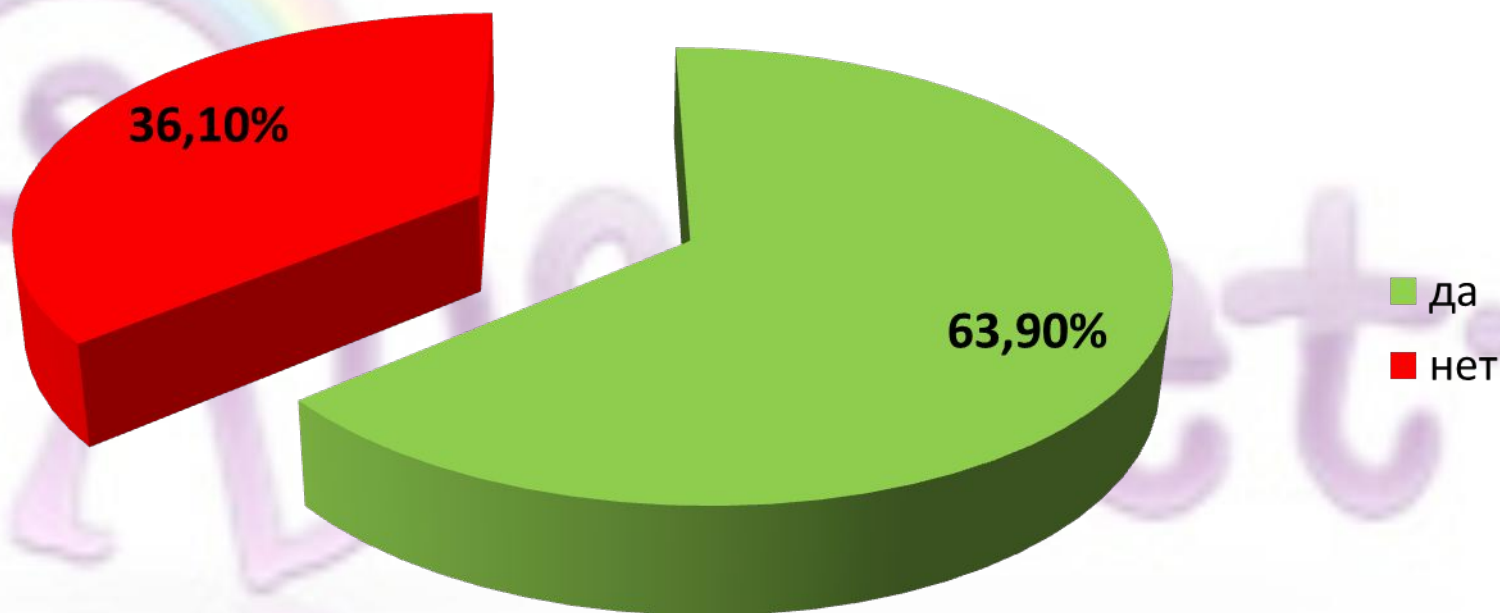


# Телеканалы



# Пример смотрибельности телеканалов хоккейной тематики

Смотрят прямые трансляции



# Распределение любителей хоккея по телеканалам



# Смотрите игры других команд?

Прямые трансляции

