

MediaValue

Медиа аудит наружной рекламы

” Медиа аудит – оценка независимым экспертом качества проведения рекламных кампаний, их эффективности с точки зрения рыночной ситуации и возможностей оптимизации в будущем.



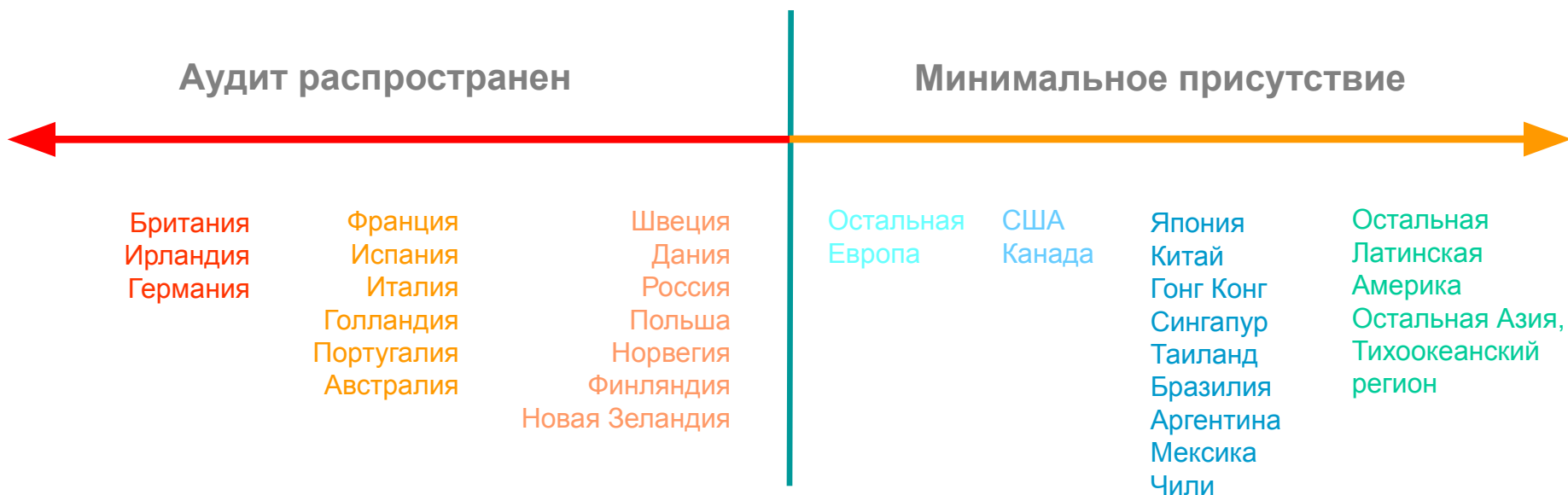
Медиа аудит в мире

Медиа аудит возник в конце 70-х годов в Великобритании, как результат развития профессионального медиа рынка

- ✓ На сегодня почти 70% клиентов в Великобритании пользуются услугами независимых аудиторов.
- ✓ Средний уровень по Европе – 35%

Медиа аудит охватывает новые рынки, особенно в Европе и России

Мировое распространение медиа аудита



Медиа аудит в России

Российский медиа рынок уже достаточно велик, чтобы рекламодателям стала нужна независимая профессиональная экспертиза качества медиа решений

- ✓ Усложненные технологии медийного планирования / баинга
- ✓ Достаточно большие бюджеты, чтобы экономия покрывала затраты на аудит
- ✓ Цена ошибки слишком высока



Наружная реклама РФ

Технологически сложный

- ✓ Более 3000 операторов наружной рекламы

Около 200 000 рекламных поверхностей по 50-ти крупнейшим городам РФ

Непрозрачный

Действующая система цен и скидок не поддается расчетам

- ✓
 - львиная доля в системе скидок – дополнительная скидка, не имеет шкалы оценки и является сюрпризом

Условия выдаются только агентству / официальному партнеру либо при объявлении тендера всем его участниками, при этом анонсируется угроза ухудшения условий

- рекламодателю не дают проверить условия

Города	Оценочное кол-во подрядчиков*	Оценочное кол-во поверхностей*
Москва	212	42534
Санкт-Петербург	35	22326
Самара	147	5477
Челябинск	122	5869
Ростов-на-Дону	95	5700
Екатеринбург	88	7628
Омск	79	4533
Уфа	77	3490
Пермь	64	3446
Новосибирск	48	7450
Казань	43	4363
Владивосток	42	2337
Нижний Новгород	31	3586
Остальные	1762	73700
Итого кол-во подрядчиков по 50 городам РФ	2845	192439

* Данные предоставлены исследовательской компанией Эспар Аналитик



Рынок наружной рекламы

Интересы участников рынка

Клиент
требует

Эффективная рекламная кампания в рамках профессиональных стандартов и минимальных цен

Агентства
выполняют

Согласование интересов двух сторон, оказание услуг рекламодателям, используя все возможности медиа

Операторы
наружной рекламы
хотят

Максимальные продажи поверхностей и сохранения достаточно высоких темпов инфляции



Множество параметров планирования РК

Стратегические параметры планирования

- ✓ Определение целевой аудитории
- ✓ Охват (Reach)
- ✓ Частота (Frequency)
- ✓ Суммарный рейтинг объем рекламного планирования (GRP)

Стратегические параметры закупки

- ✓ Выбор географии
- ✓ Выбор форматов
- ✓ Формирование бюджетов и объемов
- ✓ Стоимость за тысячу (CRT)

Тактические параметры планирования

- ✓ Выбор периода размещения
- ✓ Адресная программа



Основные услуги

- ✓ Аудит наружной рекламы
- ✓ Координация тендеров
- ✓ Сопровождение рекламных кампаний
- ✓ Анализ рекламных кампаний конкурентов, прогнозирование
- ✓ Консалтинг по ситуациям и тендерам

Контакты



Адрес:

105082, Россия, Москва

Тел.: +7 (495) 580-48-42

www.mediaval.ru

info@mediaval.ru