



ВИ ПЛАЗМА

Новые медиа — новые возможности

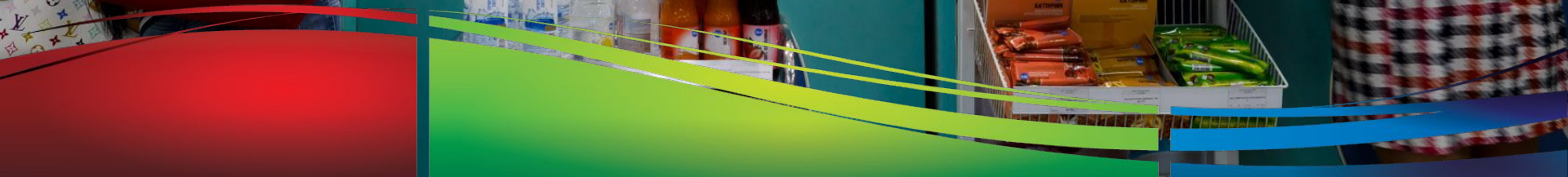
АПТЕКИ

Лекарства по Лекарства по Рецепту

...ные покупатели,
...теке видится
...наблюдение!



Лекарства по





РИГЛА



и другие аптеки и аптечные сети

400 АПТЕК В МОСКВЕ

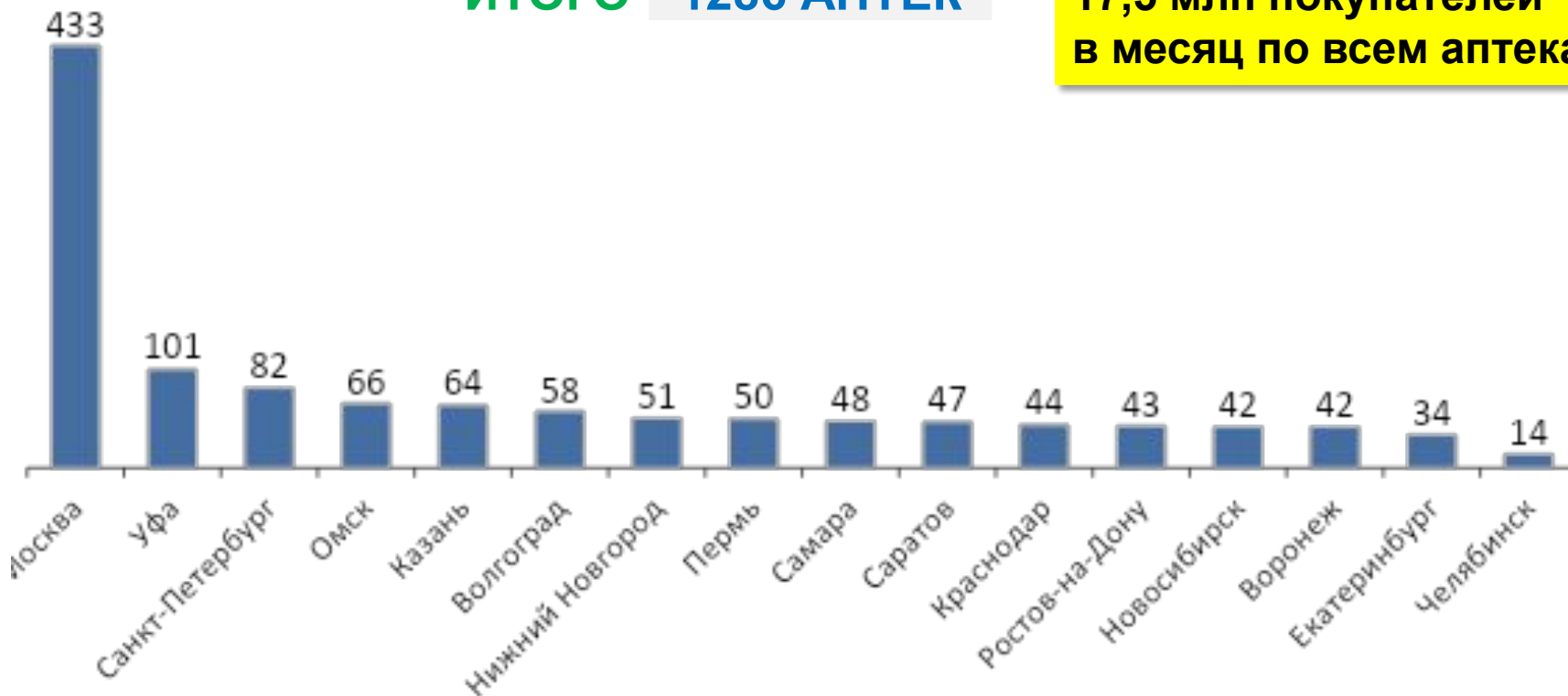
800 АПТЕК

В **15** ГОРОДАХ-МИЛЛИОННИКАХ

КОЛИЧЕСТВО АПТЕК ПО ГОРОДАМ

ИТОГО 1286 АПТЕК

**17,5 млн покупателей
в месяц по всем аптекам**



Источник:
Данные мониторинга от аптек



ВИ ПЛАЗМА

Новые медиа — новые возможности

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Не только лекарства и медицинские услуги. Здоровое питание, товары для красоты и ухода за собой, интересные предложения по проведению досуга или спортивные клубы - всё это информация, безусловно, будет интересна посетителям аптек.



58% посетителей замечают экраны Digital Indoor

61% таких людей видят 2 рекламных ролика и более за визит



Покупательских решений принимается прямо в магазине



Покупок делается спонтанно



Легко переходят от одной марки товара к другой

Большинство аптечных сетей работает в открытом формате по принципу супермаркета, где потребители сами могут выбрать нужный им товар. Соответственно, вы всегда можете подсказать, что именно стоит приобрести покупателю.

Источнику: *Consumer Buying Habits Study, Point-of-Purchase advertising Institute Nielsen Media Research*

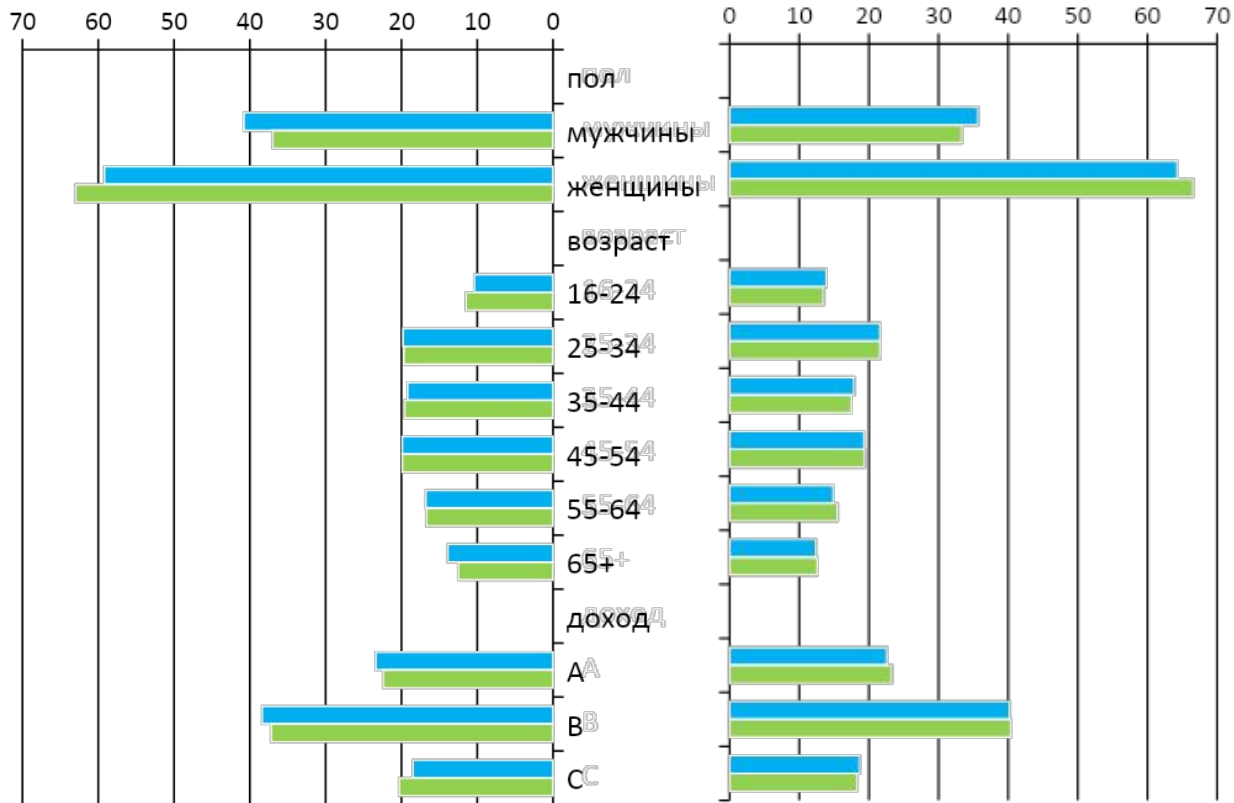


ВИ ПЛАЗМА
Новые медиа — новые возможности

ПОРТРЕТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ АПТЕК

Москва

Россия



■ Посещение аптек
■ Покупки в аптеках

28% посещений не реже 1 раза в 2 недели.

10 минут средняя продолжительность посещения.

Современный житель мегаполиса заботится о своем здоровье и хочет хорошо выглядеть, а, главное, готов уделять этому время и деньги.

Как правило, это люди в возрасте от 25 до 45 лет, со средним и высоким уровнем дохода, которые заботятся о себе и своих близких.



Источник:
M'Index 2011/3 квартал – Москва/Россия

ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭКРАНОВ В АПТЕЧНОЙ СЕТИ



- Рекламные ролики на экранах DIGITAL INDOOR имеют ряд особенностей, связанных со спецификой носителя. Во многом мы схожи с наружной рекламой, когда для понимания рекламного сообщения достаточно 1-2 секунд.
- Эффективнее работают короткие запоминающиеся образы, длинные сюжетные линии лучше подходят для ТВ.
- Внимание посетителей легко привлечь с помощью ярких цветов, динамичных кадров, звукового сопровождения.
- Постоянное присутствие Вашего товара/бренда в кадре даст зрителю возможность понять, о чем идет речь, в какой бы момент он ни обратил внимание на экран.
- Посетителям всегда интересны ролики, в которых присутствует информация о цене товара или проходящих в данное время акциях.
- **Если у Вас нет готового рекламного ролика, мы с удовольствием сделаем его для Вас, причем бесплатно, в рамках рекламного бюджета.**
- **Если у Вас есть ТВ ролик, мы легко его адаптируем с учетом специфики DIGITAL INDOOR.**

По всем вопросам Вы можете обратиться
в отдел продаж Видео Интернешнл Санкт-
Петербург по телефону:

(812) 600-10-50