

РЕКЛАМА В КИЕВСКОМ МЕТРОПОЛИТЕНЕ

Подготовлено ELMEDIA Ltd.

Киев, декабрь 2010

Copyright ©

тел. (044) 227 70 95

office@elmedia.com.ua

www.elmedia.com

Реклама в метрополитене

Анализ макро маркетинговой среды

- **Политика и право**

Оказывает сильное влияние на рынок рекламы. Возможен частичный или полный запрет на размещение рекламы в метрополитене.

- **Социум и культурная среда**

Восприятие рекламы в метро: ненавязчива и информативна. Дает возможность пассажирам самостоятельно формировать свое отношение к креативным изыскам.

- **Технологии**

Лидерство за счет обладания уникальной технологией маловероятно.

- **Экономика**

Тенденции положительные. Планируется рост рынка на 40 – 60% в ближайшие 2-3 года. Растут доходы, что отражается на покупательской способности населения.

- **Природная среда**

Прямого влияния не оказывает.

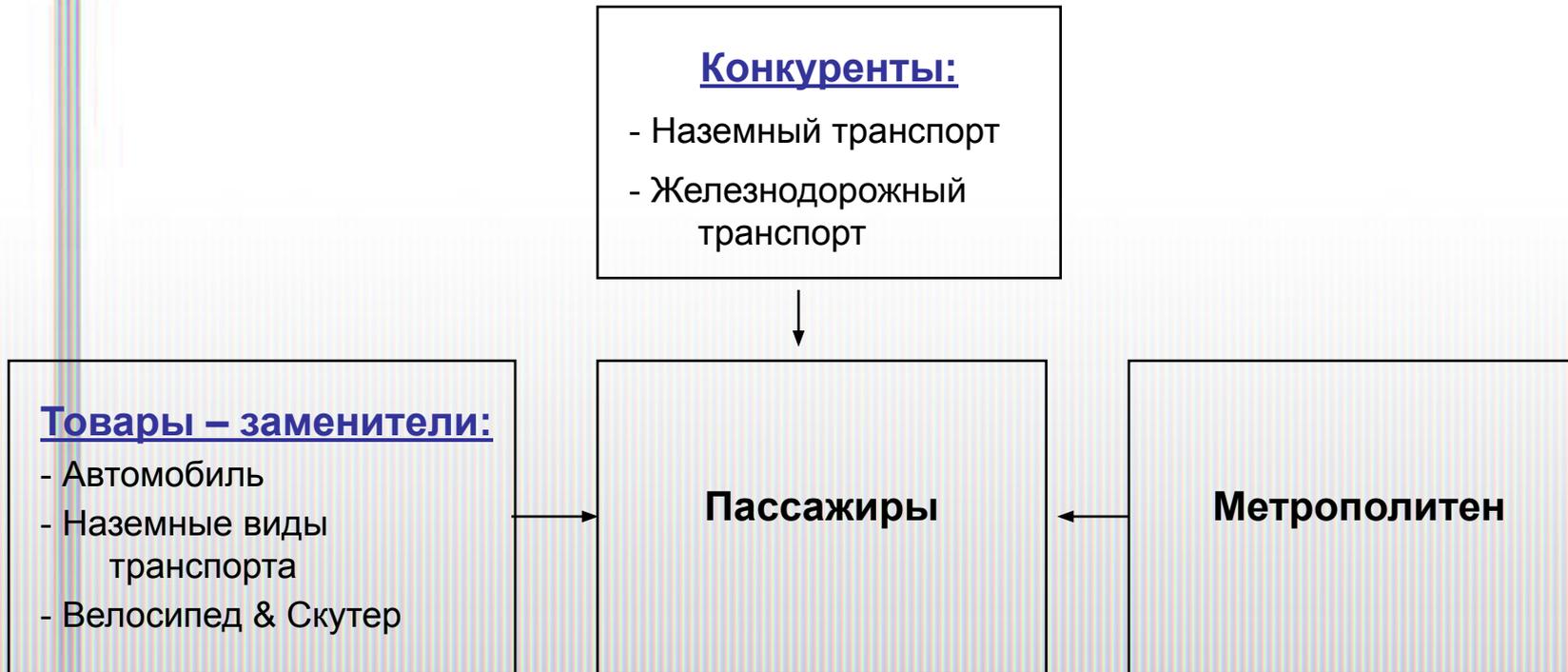
- **Демография**

Свыше 1,8 млн. пользуются ежедневно услугами метрополитена. 64% всех пассажиров метро – это работающие люди. 32% пассажиров – это киевляне со средним уровнем доходов. 16% - обеспеченные жители столицы

Реклама в метрополитене

Анализ микро маркетинговой среды

Модель Портера



Реклама в метрополитене

Анализ микро маркетинговой среды

Преимущества рекламы в метрополитене:

- Метрополитен – это самый быстрый, удобный и надежный вид городского транспорта
- Свыше 1,8 млн. человек пользуются ежедневно услугами метрополитена
- Постоянная связь с аудиторией в течение всего времени проезда, частота и продолжительное время контактов, широкий социально-демографический диапазон аудитории
- Статистика показывает, что 90% пассажиров частично обращают внимание на какой-либо из рекламоносителей, около 45% обращают внимание на рекламу в метро во время каждой поездки
- Более 60% пассажиров, как правило, обращаются по телефонам и адресам, которые они узнали благодаря размещенным в метро рекламным сообщениям

Недостатки:

- Чтобы выделиться в рекламном потоке и обратить внимание усталого пассажира на свою рекламу требуется мастерство рекламного агентства
- Среди пассажиров в метро представлены все демографические и социальные группы населения. Исследования показывают, что метрополитеном активно пользуется средний класс, а вот процент высокообеспеченных людей совсем небольшой
- Неравномерность загрузки. Пики пропускной способности метрополитена в течении дня приходятся с 7 до 9 часов утра и вечером с 16 до 19
- В пиковые часы обзор достаточно затруднен, рекламные места расположены в нижней части простенка, над спинками диванов для пассажиров
- Не существует единой методики оценки эффективности рекламы в метрополитене
- Законодательные ограничения

SWOT - анализ

Сильные стороны	Рыночные возможности
<ol style="list-style-type: none">1. Эксклюзивное предложение на рынке2. Положительная динамика роста рынка3. Низкая стоимость проезда4. Самое большое количество пассажиров5. Любимый всеми вид транспорта	<ol style="list-style-type: none">1. Увеличение доли рынка2. Строительство новых линий и станций3. Большая сумма входа на рынок для нового конкурента4. Рост населения столицы
Слабые стороны	Рыночные угрозы
<ol style="list-style-type: none">1. Географическое покрытие2. Расходы на продвижение3. Послепродажный сервис	<ol style="list-style-type: none">1. Законодательство2. Конкуренты3. Технологии4. Высокая стоимость услуги для потенциальных клиентов

Анализ конкурентов

Наземный транспорт

- **Маршруты движения общественного транспорта обеспечивают покрытие трасс плотно загруженных автомобилями и пешеходами. Это и магистральные трассы и жилые районы**

- **Реклама на транспорте воздействует на дифференцированную аудиторию, качество которой изначально определяется выбором маршрутов**

- **Уникальные материалы (краска, оракальная аппликация, полноцветные изображения) позволяют воплощать на транспорте различные креативные идеи, обеспечивают максимальную привлекательность рекламы**

- **По площади рекламной поверхности и охвату – реклама на транспорте сравнима с рекламой на щитах, при этом значительно выигрывает в цене**

Анализ конкурентов

Железнодорожный транспорт

- Подобранный по уровню достатка и возрасту целевая аудитория
- Широкий охват населения и территорий
- Наличие времени для восприятия и предрасположенность к ознакомлению в пути
- Прямой контакт с потребителем, большое количество вторичных контактов с рекламой
- Продолжительность воздействия рекламы на потребителя, возможность обсуждения информации в пути следования
- Ограниченность влияния других видов информационных носителей

Реклама в Киевском метрополитене

- Метрополитен – это самый быстрый, удобный и надёжный вид городского транспорта
- Свыше 1,8 млн. человек пользуются ежедневно услугами метрополитена
- 64% всех пассажиров метро - это работающие люди
- 32% пассажиров – это киевляне со средним уровнем доходов
- 16% - обеспеченные жители столицы

Киевский метрополитен

Аналитическая справка

Дата открытия	6 ноября 1960 года
Количество линий	3
Общая протяженность	58,7 км
Количество станций	45
Количество вагонов в составе	5
Пассажирооборот (будние дни)	1,8 млн/сутки
Пассажирооборот (выходные дни)	1,2 млн/сутки
Время работы	6:00 – 24:00
Общее количество вагонов	615

Киевский метрополитен

Карта - схема

СХЕМА ЛИНИЙ КИЕВСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА



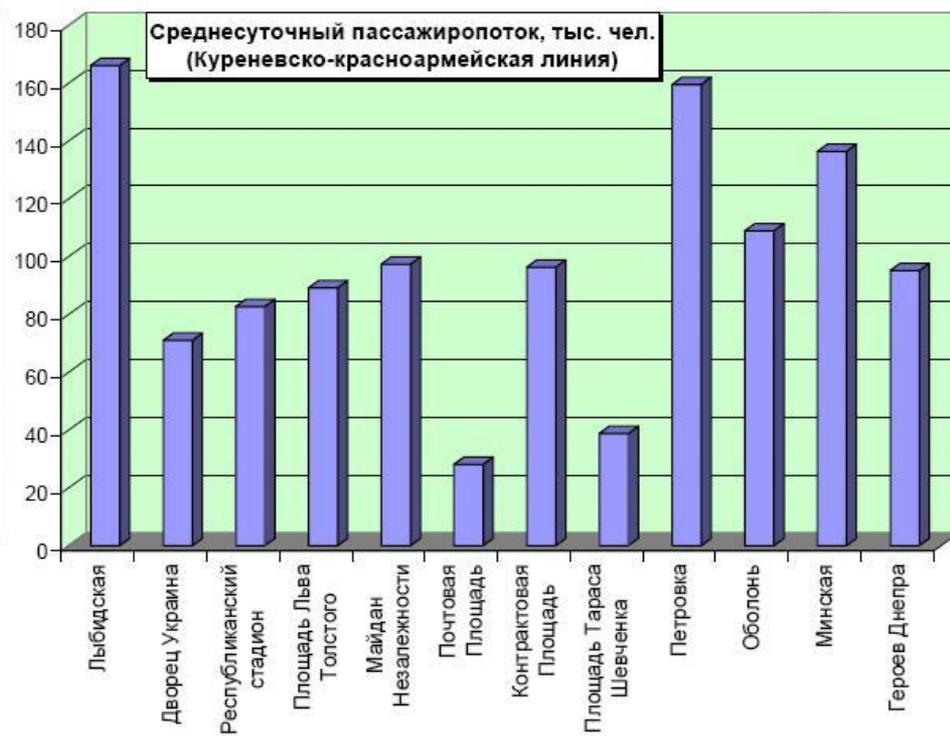
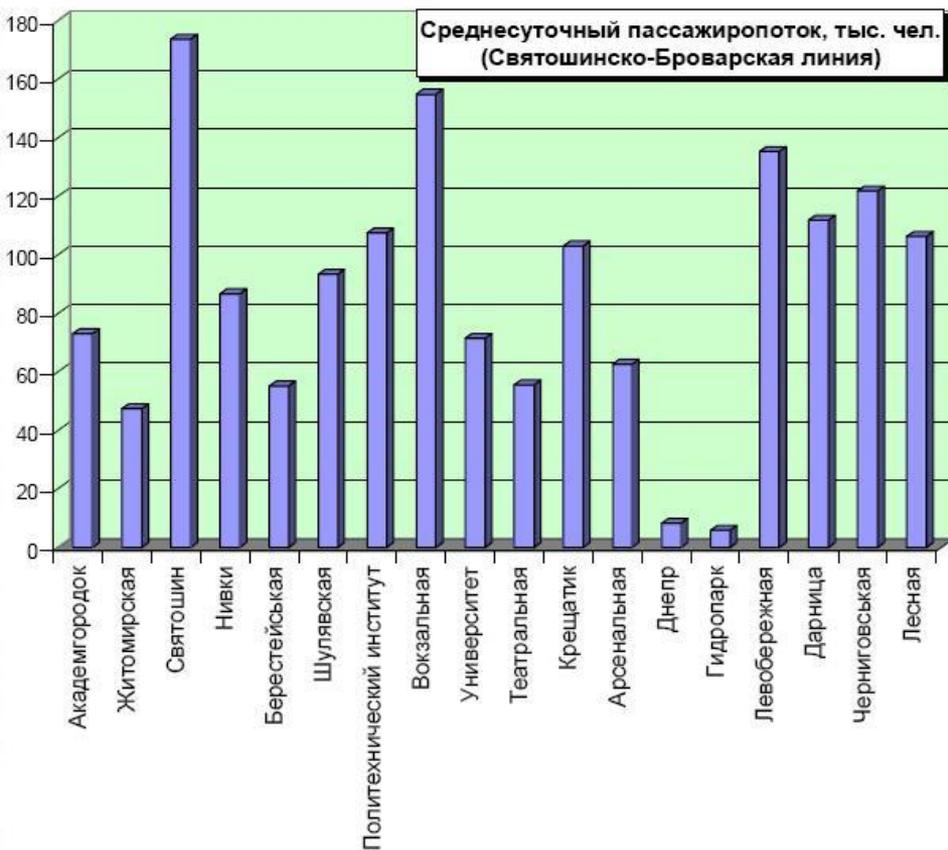
Киевский метрополитен

Распределение вагонов по линиям

Линия	Количество вагонов	Количество поездов	Количество станций	Время проезда, минут
Святошинско - Броварская	265	53	18	36 - 39
Курневско-Красноармейская	185	37	12	22 - 25
Сырецко-Печерская	165	33	15	39 - 41

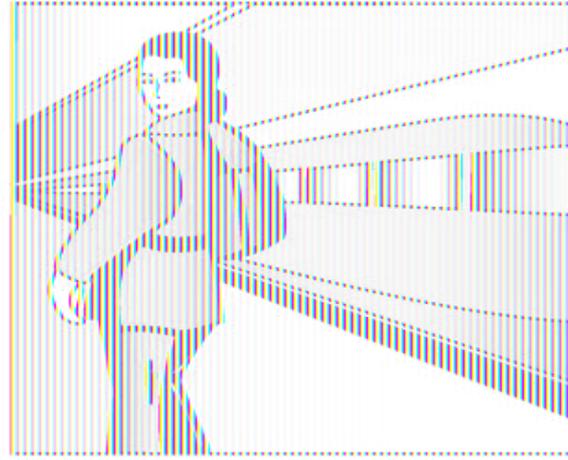
Киевский метрополитен

Среднесуточные потоки основных станций



Киевский метрополитен

Варианты размещения рекламы



- Постеры в вагонах
- Брендирование станций
- Брендирование состава
- Метро-лайты
- Эскалаторные своды
- Путевые стены
- Бэклайты
- Реклама на дверях

Киевский метрополитен

Требования к размещению рекламы

- **Минимальный срок экспонирования: 14 дней**
- **Рекламное сообщение должно соответствовать закону Украины «О рекламе»**
- **Запрещена реклама табачной и алкогольной продукции**
- **Рекламный сюжет утверждается администрацией метрополитена**
- **Реклама размещается на украинском языке**

Спасибо за внимание!

:При подготовке презентации использовались материалы с сайтов
nycsubway.org; Metro.kiev.ua; metropoliten.kiev.ua; metro.ru; mosmetro.ru; metroworld.ruz.net; metro.kharkov.ua; tfl.gov.uk;
metropla.net; subways.net