



Рекламные кампании

2009 - 2010 г.



СТРОЙДВОР

гипермаркет строительных материалов



Запущен проект крышной установки с видеозэкраном на первое строение в месте наибольшей проходимости – в зоне первой линии.

Экран будет постоянно транслировать ролики арендаторов.

Так же планируются две массивных крышные установки на строения 2 и 4. Габариты этих конструкций будут весьма внушительными и рассчитаны на видимость из далека. (от метро, прилегающих улиц и зданий).

При том установка на 4-ом строении позволит расширить кол-во рекламных мест для арендаторов.

На данный момент идет подготовка к запуску этих проектов.

Планируемые проекты: Крышные установки



В производстве две входных группы для 2-ого корпуса Стройдвора .

Так же готовятся проекты по рекламным конструкциям с банерами для направлений и арендаторов на оба сектора. Проект будет реализован совместно с арендаторами.

Цель – достижение максимально удобной навигации, извещение ЦА о направлениях и брендах представленных в гипермаркете.

Технические характеристики:

Размеры 3450x2400 мм (на фасад 2 сектора утверждаются)

Декоративный профиль в цвете бренд-бука Стройдвор шириной 150мм.

Рекламное поле – банер 360dpi

Крепления и прочее: несущая рама, выносные кронштейны, внешний подсвет.



Всего для размещения предоставлено 191920 рекламных мест по всей Москве, включая г. Зеленоград. В соответствии с городской программой все другие объявления из домов и подъездов будут удаляться.

Стенды ярко-красного цвета, изготовлены из металла, защищены прозрачным пластиком. По своей конструкции «Московский формат» визуально разделен на две части. Большая часть предназначена для размещения:

- с наружной стороны подъездов – рекламного носителя формата А1 (стандартный «Хоум-формат»);
- с внутренней стороны подъездов – рекламных носителей, кратных формату А4 (стандартный «Мини-формат»).

На дополнительной малой части стендов «Московского формата» размещена актуальная информация городских структур, обеспечивающая дополнительное привлечение внимания жителей.



Планируется установка аудиосистем для оповещения и трансляции. Классификация: внешняя и внутренняя.

Внешняя аудио установка будет базироваться на 1 линии при въезде в торговый комплекс, где самый большой показатель проходимости. Эффективность сложно переоценить. Весь трафик будет оповещаться фактически непрерывно о работе гипермаркета. Возможность записи аудио роликов арендаторов.

Внутренняя аудио установка будет располагаться в самих гипермаркетах и оповещать о имеющихся товарах, магазинах, новинках.

Так же будет выполнять навигационную функцию между обоими корпусами гипермаркета.



Такой коммуникационный канал с потенциальными потребителями, как Интернет мы используем в следующих критериях:

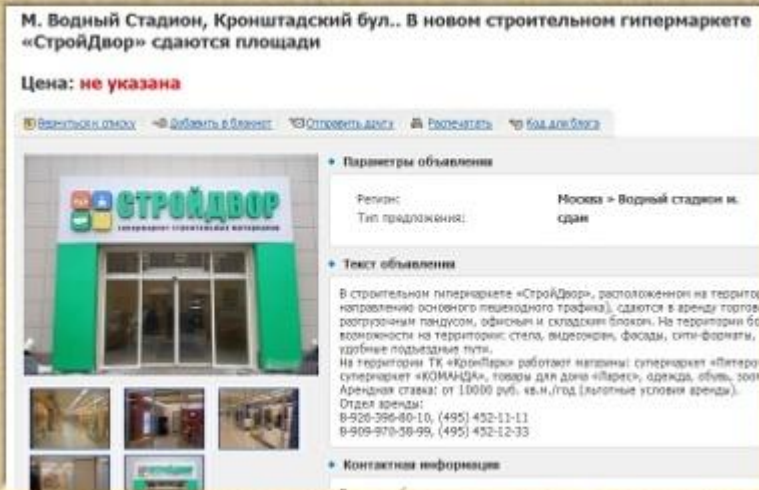
-Сайт:

Изготовление дизайна, наполнение. И в недалеком будущем его продвижение по средствам контекстной рекламы и естественной выдаче по запросам.

-Реклама на порталах:

Банерная реклама, реклама в каталогах, в форме карточки предприятия на ресурсах с хорошим индексом.

-Размещение статей, новостей, объявлений, на тематических порталах, строительного назначения, с ссылкой на наш сайт, что повысит авторитет и цитируемость нашего веб-ресурса в глазах крупнейших поисковых систем.





Систематическая реклама в средствах массовой информации эффективна с точки зрения оповещения целевой аудитории о том, что гипермаркет занял определенное положение на рынке, является конкурентноспособным образованием, и продолжает наращивать обороты и укреплять позиции в строительном сегменте.

Планируется:

- Реклама в наиболее пользующейся спросом коммерческой периодике.
- В изданиях по подписке, распространяющихся в экспозиционно-выставочной деятельности, с рекламных стоек в брендовых магазинах, супермаркетах и рынках.
- В журналах с бесплатной курьерской доставкой от 15000 адресов.

Планируемые проекты: СМИ



Реклама в метро делится на две основных группы:

-Реклама в вагонах. Более выгодна в плане тайминга просмотра и неординарного подхода в продакшене. Минус такой рекламы – маленькие площади.

-Внешняя реклама. Это размещение на медиа-носителях, таких как эскалаторные, путевые, одним словом находящиеся внутри залов. Тут с положительными и отрицательными факторами все наоборот, чем у размещения в вагонах.

-Планируется:

- закупка одного из ярусных мест в вагонах на линиях сосредоточения конкурентных ТЦ. + Замоскворецкая линия.
- Закупка щитов в переходах, на выходе / путевых стен.

Планируемые проекты: Реклама в метро

Наши контакты:

КронПарк
ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС



(495) 452-11-11



vvy@tal.ru



www.kron-park.ru



Кронштадтский б-р., д. 9

