

Г Р У П П А  К О М П А Н И Й  
ВИДЕО ИНТЕРНЕТНА

# РЕКЛАМА В НОВЫХ МЕДИА

## ПЛАЗМА

- Приоритетное направление нашей работы - размещение рекламы в сетях электронных экранов в местах публичного доступа.

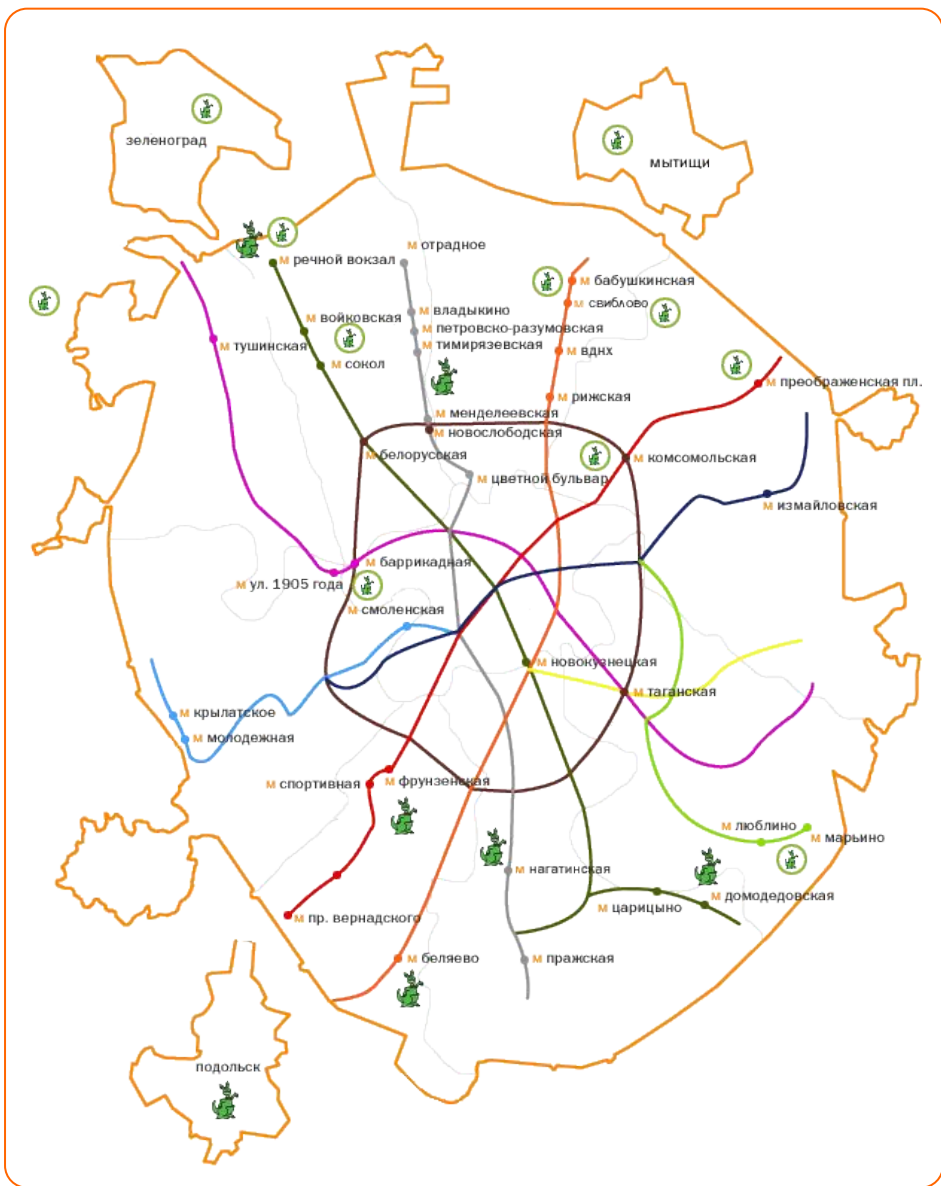
### ПРИЧИНЫ ОТКРЫТИЯ НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ

- Развитие рекламного рынка в России и бурный рост сегмента BTL-услуг.
- Желание предоставлять новые сервисы своим Клиентам.
- Появление новых современных медианосителей.

**В августе 2005 года  
заключен  
эксклюзивный  
контракт на  
размещение  
рекламы в сети  
IMTV.**

### НАШИ ПЛАНЫ

- Постоянный **независимый мониторинг** рекламы сторонней исследовательской компанией.
- Исследование **эффективности** размещения рекламы
- Продажа рекламы по **тайм-слотам и регионам.**



## Москва

и московская область

**охват аудитории Москвы  
в месяц составляет  
3 620 000 человек**



- торговый центр

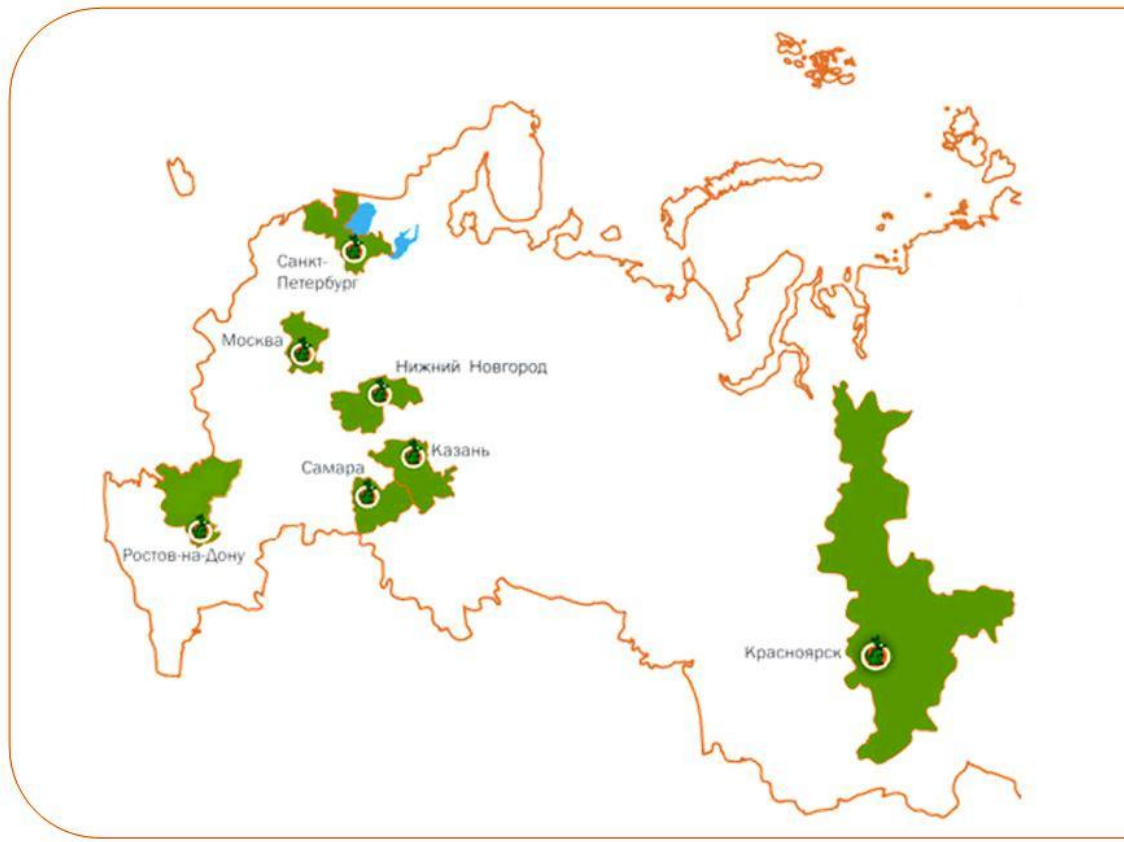


- супермаркет

## Россия

7 регионов

**охват аудитории России  
в месяц составляет  
5 180 000 человек**



&

**intv**  
**Рамстор**

апрель 2006 г.

к июлю 2006 г.

**634** экранов  
**16** крупнейших магазинов

**926** экранов  
**28** магазинов

Москва и Санкт-Петербург

8 регионов России

**пространство внутри гипермаркета поделено на 3 зоны**

**торговый центр**



**супермаркет**



**кассы**



На экранах сети транслируются не только рекламные сообщения, но и другая полезная для посетителей информация – погода, новости, курсы валют. Однако большая часть экрана отведена под сообщения рекламодателей.



12:43 13.09.05

\$ 27.71 ▲ € 36.10 ▼

Погода от Метео ТВ:

Сегодня днем:

23° - 25°



Сегодня ночью:

17° - 19°



Новости от РБК:

РБК. 14.09.2005, Москва  
13:03:21. Минфин РФ  
планирует  
скорректировать  
экспортные пошлины на  
нефть и, возможно, на  
нефтепродукты с тем,  
чтобы удержать уровень  
инфляции. Об этом  
журналистам сообщил

## ТЕХНОЛОГИЯ ВЕЩАНИЯ



## Аудитория

## Рамстор®

Покупатели «Рамстор» - это аудитория с доходом **выше среднего**

### Покупатели «Рамстор» в Москве \*:

- В **полтора раза чаще** бывают за границей, чем москвичи в среднем,
- В **полтора раза чаще** имеют 2 и более автомобиля в семье,
- В **1.5-2 раза чаще** посещают рестораны и кафе,
- В **2-2.5 раза чаще** приобретают недвижимость,
- **Чаще** приобретают новые марки товаров для ознакомления и смотрят рекламу, чтобы узнать о новинках на рынке.

## Аудитория

АУДИТОРИЯ СЕТИ	тыс. человек
Посещение за последний месяц	3618.25
Совершение покупки за последний месяц	2619.96
Отказ от покупок	206.78

ДОХОД АУДИТОРИИ	% от всех посетителей
A	17.4
B	41.5
C	19.1
Нет ответа	22.0

ДОЛЯ ЗАТРАТ НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	Affinity
До 25%	115
25-50%	110
50-75%	99
Более 75%	68
Нет ответа	103

## Рамстор®

МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ	Affinity	% от всех посетителей
Не хватает на еду	46	0.8
Хватает на еду, но не хватает на одежду	69	9.0
Хватает на еду и одежду, но не дорогие вещи	92	48.9
Могут покупать дорогие вещи, но не все что захотят	129	37.9
Полный достаток (без ограничений)	126	2.3
Нет ответа	139	1.2

**Affinity (Index T/U)** - показывает степень выраженности признака, если значение >100, то признак выражен сильнее, чем в среднем по совокупности.

**Генеральная совокупность  
(население Москвы)  
9 021 тыс. человек**



## НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- In-Store TV – это исключительный **Through-the-Line** носитель, дающий возможность охвата аудитории, не попадающей под телевизионное воздействие и расширить медийное присутствие при проведении рекламной кампании на телевидении.
- Обращение к потребителю происходит непосредственно в магазине, где по данным ряда исследований принимается **70% решений о покупке** товаров (communication at the moment of truth).
- Аудитория сети – это **потребители** из средне- и высокодоходного сегмента.
- Реклама помогает принять решение о покупке и поэтому воспринимается **ПОЗИТИВНО.**
- Новое медиа привлекает **больше внимания** потребителей.

## ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

- Уникальные возможности **сегментирования** и **таргетинга** рекламных сообщений.
- **Стабильная частота** контакта с аудиторией (продукты покупаются регулярно).
- Возможность трансляции рекламы непосредственно в местах продаж.
- Возможность проведения промо-акций любой продолжительности и сложности благодаря **гибкости**, обеспечиваемой технологией вещания.
- Непревзойденное качество изображения, насыщенность и яркость цветопередачи носителя позволяют демонстрировать рекламные видео- материалы **с максимальным коммуникативным эффектом.**
- **Низкая стоимость контакта.**
- **Экономия** на полиграфии и производстве прочих POS-материалов.

## СТОИМОСТЬ ТЫСЯЧИ КОНТАКТОВ



**ТВ-Москва**

**\$6-8**



**ТВ-Россия**

**\$3-4**



**IMTV**

**\$1-3**

## КАК ФОРМИРУЕТСЯ ЦЕНА?

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Стоимость} & & \text{Длительность} & & & & \text{Кол-во} \\ \text{1 минуты} & & \text{ролика в сек.} & & \mathbf{78} & & \text{экранов в} \\ \text{на 1 экране} & \times & \underline{\hspace{2cm}} & \times & & \times & \text{выбранной} \\ & & \text{60 сек.} & & & & \text{зоне} \\ & & & & & & \times \\ & & & & & & \text{Кол-во} \\ & & & & & & \text{дней} \\ & & & & & & \text{РК} \end{array}$$

### СКИДКИ:

**Бюджетная**

**За длительность контракта**

**Пакетная (за несколько зон)**

**Агентская**

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

121359, Россия, Москва, ул. Академика Павлова, 25,

[www.VI.ru](http://www.VI.ru) [www.VI.ru](http://www.VI.ru) , [www.IMTV.ru](http://www.IMTV.ru)

**Максим Осипов**

руководитель отдела [MxOsipov@vitpc.com](mailto:MxOsipov@vitpc.com)

**Максим Бабарин**

старший менеджер по продажам [MBabarin@vitpc.com](mailto:MBabarin@vitpc.com)

**Александр Фомин**

менеджер по продажам [AFomin@vitpc.com](mailto:AFomin@vitpc.com)

Тел. +7 095 730-61-20