

ПРОВЕДЕНИЕ VTL – АКЦИИ В ПОЕЗДАХ ДАЛЬНОГО СЛЕДОВАНИЯ ОАО «РЖД»



Раскладка промо - материалов в вагонах поездов дальнего следования

Рекламно-информационные материалы могут представлять собой любые виды:

- ◆ полиграфические материалы
- ◆ образцы рекламируемой продукции
- ◆ сувенирная продукция

Размещение осуществляется в поездах дальнего следования в следующих типах вагонов:

- ◆ СВ
- ◆ купе
- ◆ плацкарт

Для раскладки в вагонах используются :

- ◆ полки
- ◆ кресла
- ◆ столы

Преимущества раскладки промо - материалов в поездах дальнего следования

- Длительный контакт с аудиторией.
- Отсутствие аналогичных рекламных носителей в поездах.
- Широта и разнообразие аудитории.
- Возможность длительного использования рекламно-информационных материалов и образцов продукции.
- Наличие свободного времени во время пути следования дает возможность внимательного изучения предлагаемых рекламных носителей.
- Высокий уровень запоминаемости информации.
- Благоприятное отношение к распространяемым образцам за счет ненавязчивости рекламного сообщения.

РАСКЛАДКА РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПОЕЗДАХ ДАЛЬНЕГО СЛЕДОВАНИЯ

Плацкартные вагоны: 54 места



РАСКЛАДКА РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПОЕЗДАХ ДАЛЬНЕГО СЛЕДОВАНИЯ

Купейные вагоны: 36 мест



РАСКЛАДКА РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПОЕЗДАХ ДАЛЬНЕГО СЛЕДОВАНИЯ

Вагоны СВ: 18 мест



Распределение пассажиропотока в поездах дальнего следования (данные управления анализа и статистики ОАО «РЖД»)

◆ Восточно – Сибирская - 3 600 000	◆ Октябрьская - 23 940 000
◆ Горьковская - 7 852 000	◆ Приволжская - 10 913 000
◆ Дальневосточная - 5 150 500	◆ Северная - 15 410 00
◆ Забайкальская - 5 285 000	◆ Свердловская - 18 959 000
◆ Западно – Сибирская - 7 075 000	◆ Северо – Кавказская - 37 741 000
◆ Калининградская - 736 000	◆ Московская - 63 000 000
◆ Красноярская - 6 700 000	◆ Юго-Восточная - 56 812 000
◆ Куйбышевская - 17 000 000	◆ Южно-Уральская - 17 825 000

ПОРТРЕТ ПАССАЖИРА ПОЕЗДА ДАЛЬНОГО СЛЕДОВАНИЯ ОАО «РЖД»

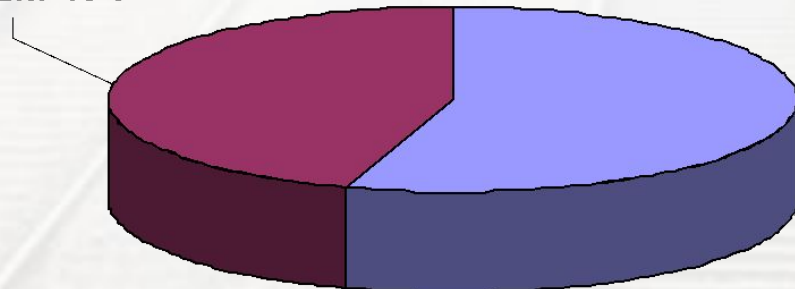
- пол
- возраст
- материальное положение
- профессиональный статус
- образование
- семейное положение



На поездах ездят больше мужчин.

ПОЛ АУДИТОРИИ
Пассажиры поездов дальнего следования

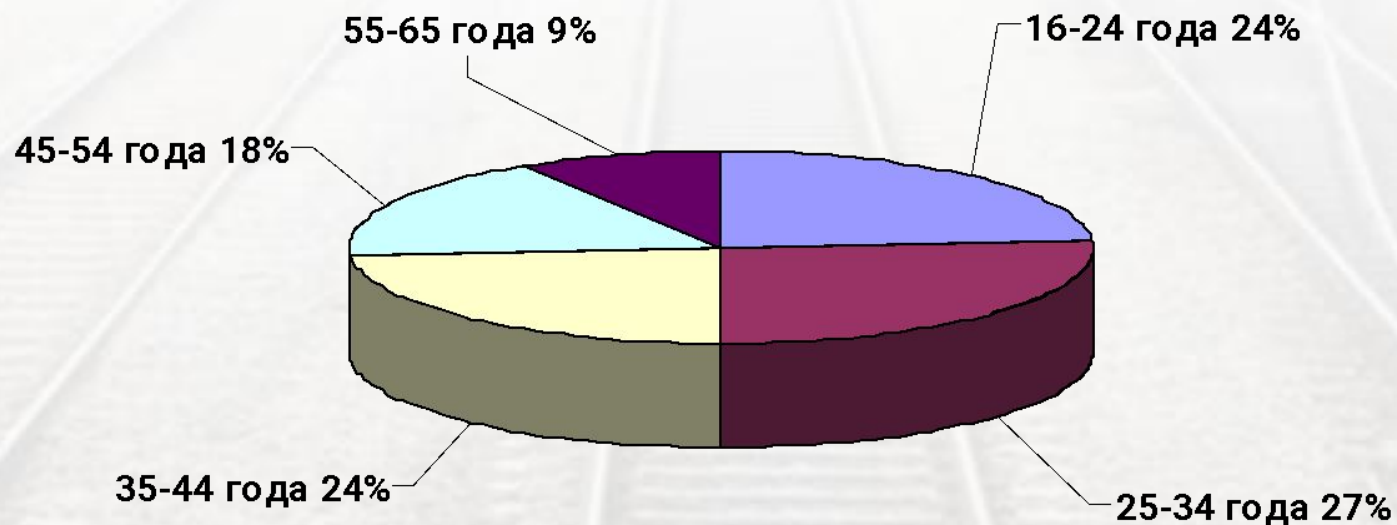
Женский 45%



Мужской 55%

- ❑ Среди пассажиров поездов наибольший процент – 25-34 лет.

ВОЗРАСТ АУДИТОРИИ Пассажиры поездов дальнего следования



□ В основном, на вокзалах находятся люди со средним достатком.

МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ Пассажиры поездов дальнего следования

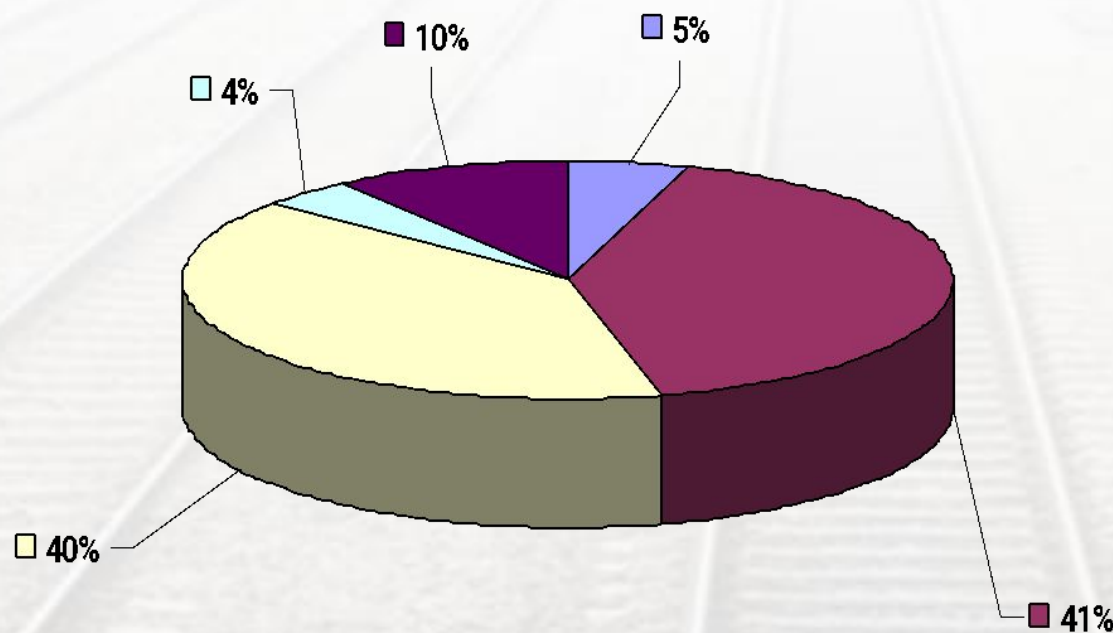
□ Денег хватает только на приобретение продуктов питания

■ Денег вполне достаточно для приобретения необход-ых продуктов питания и одежды, но на более крупные покупки приходится откладывать

□ Покупка бол-ва товаров длит-го польз-я не вызывает трудностей, но покупка квартиры сейчас недоступна

□ Денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать

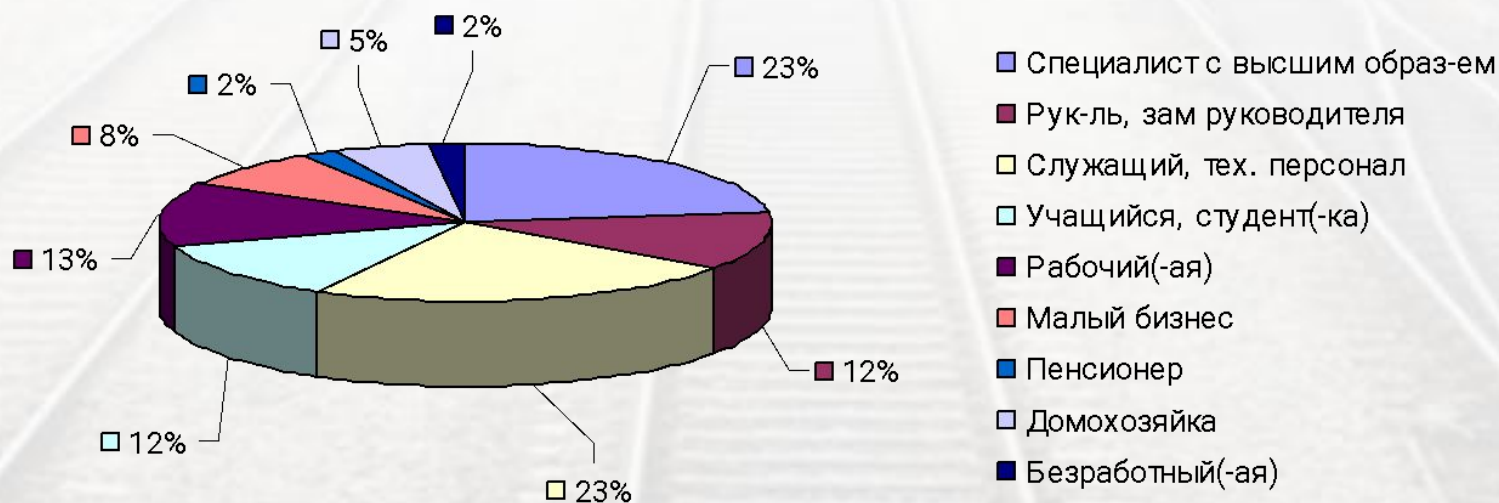
■ Отказ от ответа



* Все вокзалы Москвы, кроме Савеловского

- Большой процент специалистов с высшим образованием и руководителей.

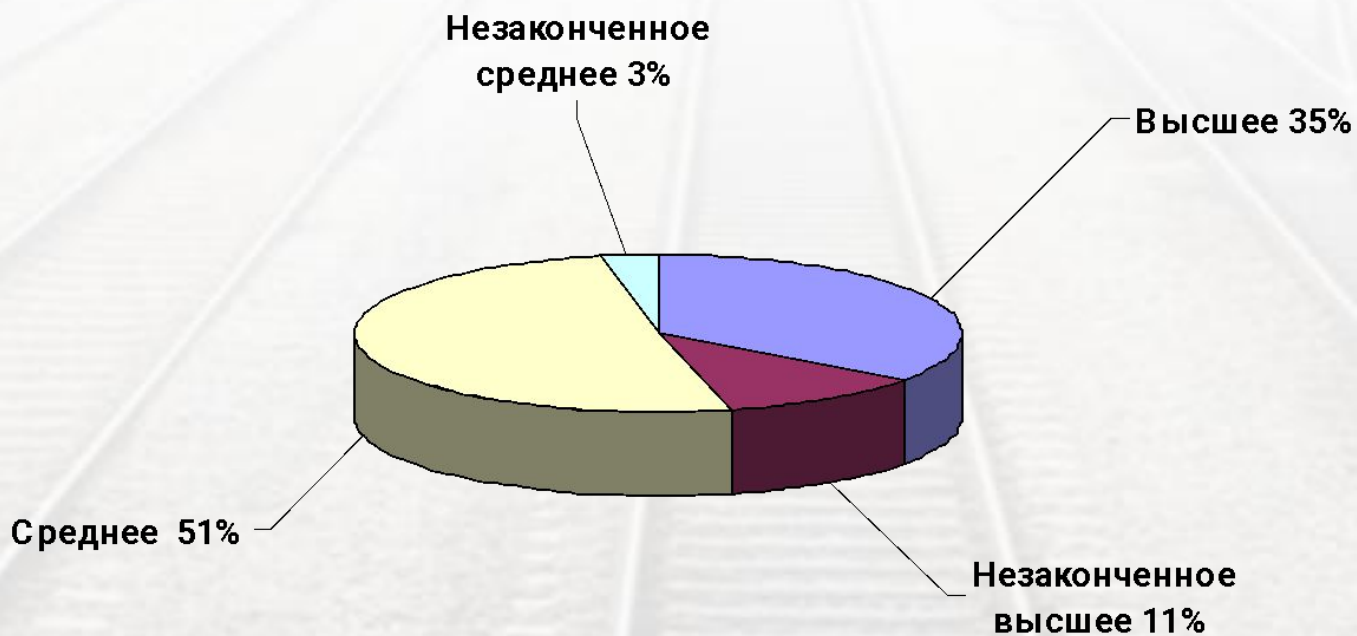
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАТУС Пассажиры поездов дальнего следования



* Все вокзалы Москвы, кроме Савеловского

- Большой процент людей с высшим образованием среди аудитории.

ОБРАЗОВАНИЕ АУДИТОРИИ Пассажиры поездов дальнего следования



- Большой процент семейных людей среди аудитории.

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ Пассажиры поездов дальнего следования

