



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

## Автоматизированное планирование в наружной рекламе. Новые возможности для рекламодателей.

Вячеслав Никишин  
Руководитель отдела Продаж

News Outdoor



# Содержание:

- Предпосылки, тренды
- Решение и его характеристики
- Алгоритм работы
- Преимущества
- Перспективы



# Факты из области планирования



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

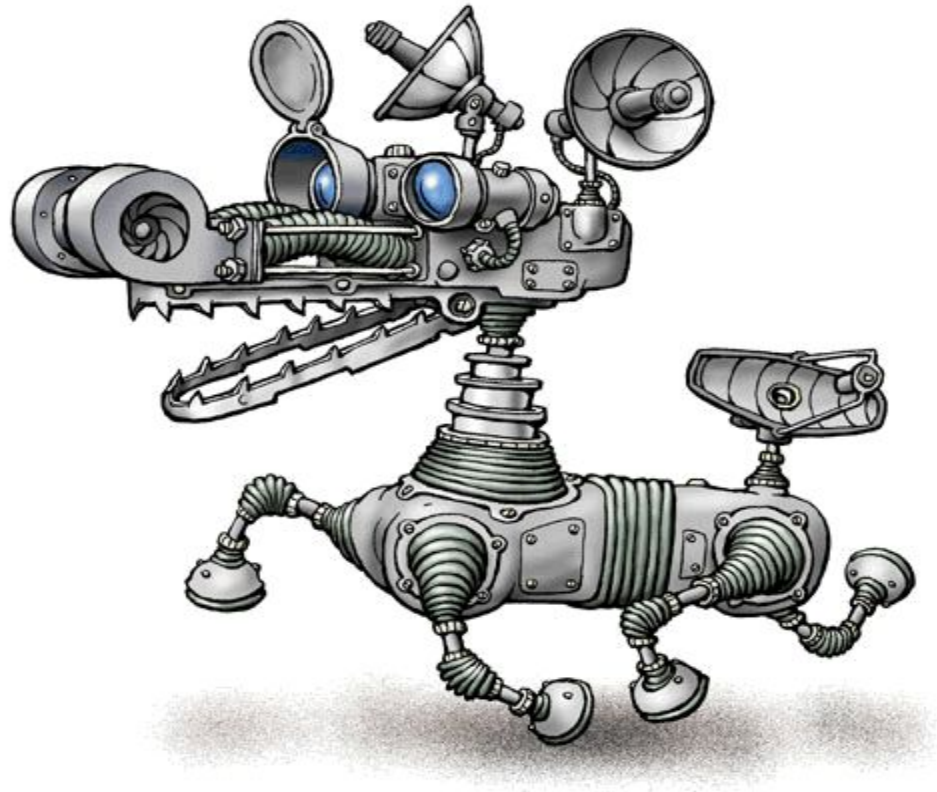
**Автоматизированное планирование в  
наружной рекламе**

# Основные тренды в области планирования

- Сокращение горизонта планирования
- Уменьшение сроков подготовки рекламных кампаний
- Рост требований к качеству адресной программы
- Оптимизация бюджетов рекламодателей
- Повышение степени участия клиентов в подготовке рекламных кампаний



# Наш ответ на тренды -



# АВТОПЛАНИРОВЩИК!

**IV**

ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

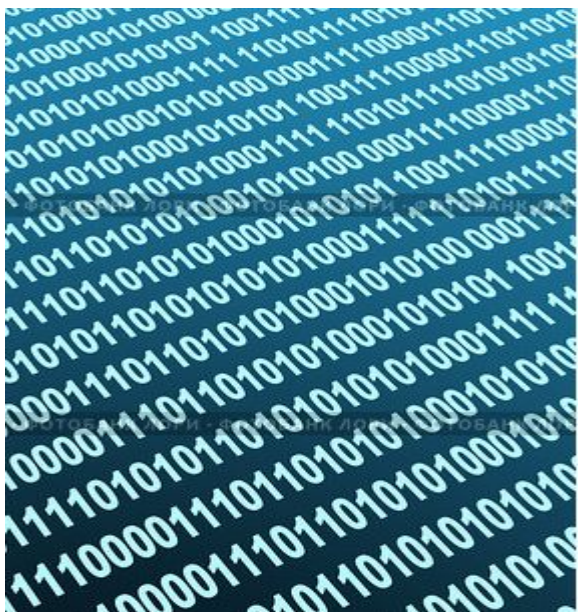
Москва, 4 декабря 2009 года

Автоматизированное  
планирование в наружной рекламе



# Автопланировщик – один шаг до результата

на входе – основные параметры кампании



# Автопланировщик – один шаг до результата

на выходе – готовая кампания



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

Автоматизированное  
планирование в наружной рекламе

# Характеристики программы:

## ТРИ «О»



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

**Автоматизированное  
планирование в наружной рекламе**



# Характеристики программы:

• **О**ПЕРАТИВНО

• **О**БЪЕКТИВНО

• **О**ПТИМАЛЬНО

# Оперативно

- Охватная кампания на 150 сторон 6х3 в Москве **около 3 - 5 минут**
- Навигационная кампания для 70 объектов по Москве - **менее 5 минут**



# Объективно

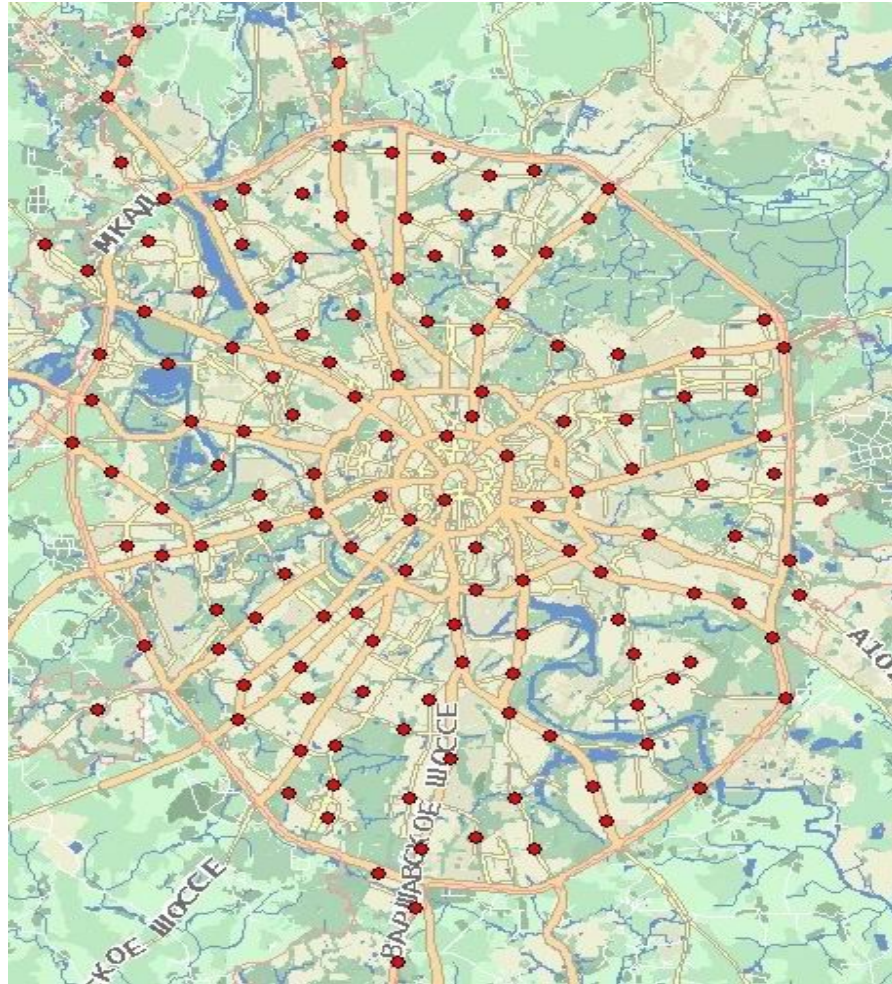
## Ресурсы программы:

- Медиаданные «Эспар-аналитик» (GRP и R(f) модель)
- Карта и транспортный граф «Геоцентр консалтинг»
- Данные по тысячам POI (Points Of Interest)
- Уникальный алгоритм расчета



# Оптимально

Охватная  
кампания



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

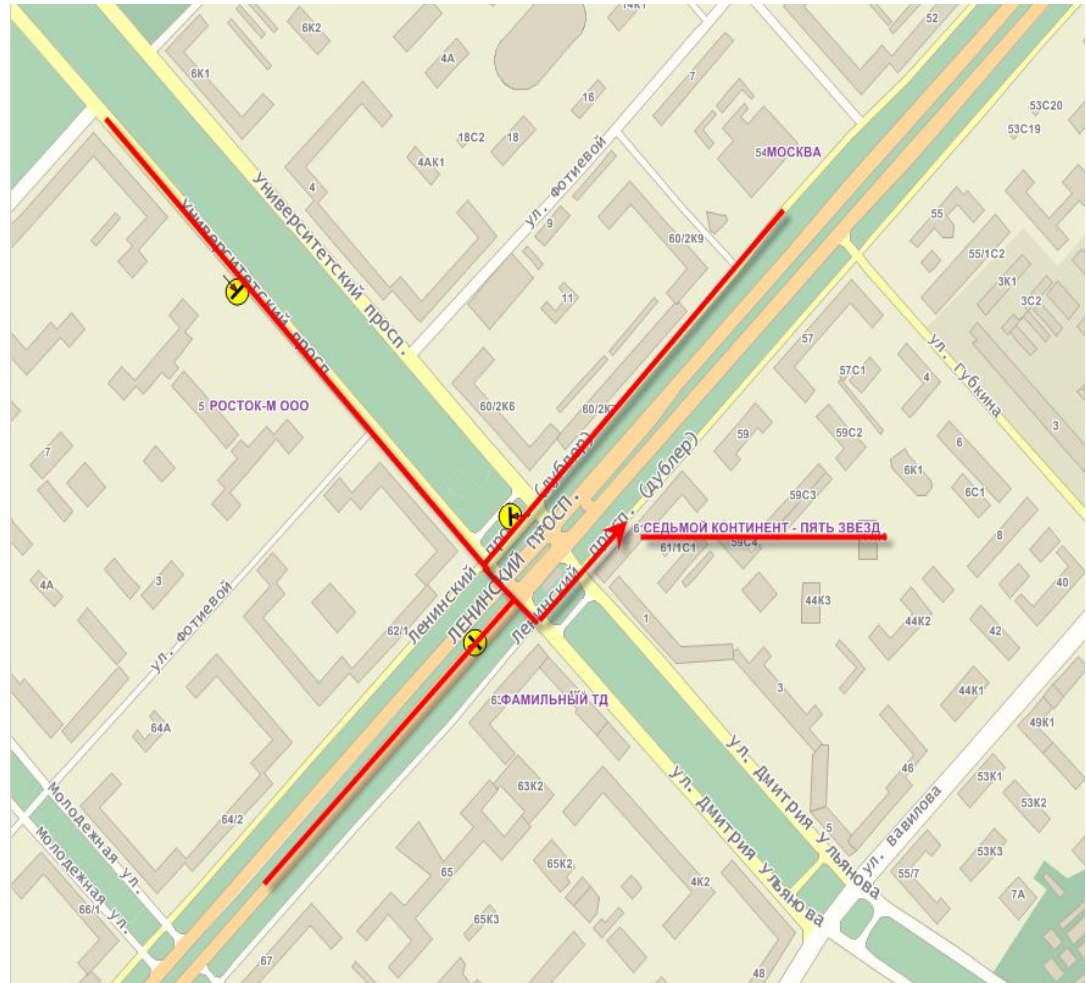
Москва, 4 декабря 2009 года

Автоматизированное планирование в  
наружной рекламе



# Оптимально

# Навигационная кампания



## ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ эффективная наружная реклама: уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

# Автоматизированное планирование в наружной рекламе



# Алгоритм работы автопланирования



# Интерфейс автопланирования

## Общие параметры кампании

Общие параметры охватной кампании

Способ ценообразования

☒ По поверхностям ☐ По GRP

Тип кампании

☒ Охват ☐ Навигация

Требования к отбору поверхностей

GRP поверхностей

☒ Средний GRP

0,73

☒ Мин GRP

1,91

☒ Макс GRP

0,01

Стоимость поверхностей

☒ Средняя стоимость

59 814

☒ Мин стоимость

14 050

☒ Макс стоимость

196 700

Соотношение A/B

A

65/35

B

Параметры планирования

☒ Распределять поверхности равномерно

☒ Учитывать направления

☒ Проверять расположение на одной конструкции

☒ Максимизировать GRP

☒ Минимальное расстояние между поверхностями

1500 м

☒ Мин расст на одной улице

1500 м

Назад

Далее

# Интерфейс автопланирования

## Параметры охватной кампании

Поверхности

Основные параметры рекламной кампании

☐ Бюджет  ☒ Количество поверхностей

Распределение поверхностей в кампании

☐ Престиж ☐ Баланс ☐ Эконом ☒ Пользовательское

☒ Распределение по классам дорог

|                              |     |   |
|------------------------------|-----|---|
| Основные трассы              | 45% | ▲ |
| Дороги межрайонного значения | 25% | ■ |
| Дороги районного значения    | 35% | ▼ |

Назад Далее

# Преимущества автоматического медиапланирования

- Высокая скорость подготовки предложения
- Объективность выбора
- Оптимальное распределение поверхностей
- Возможность планирования по широкой линейке критериев



# Перспективы развития

**Автопланировщик** – инструмент  
планирования **клиента** в режиме  
**он-лайн.**





# Перспективы развития

- Длительные периоды планирования
- Мультирегиональные кампании
- Мультиформатные кампании
- Тонкая настройка параметров отбора



**Спасибо!**

**Ваши вопросы?...**



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

**Автоматизированное планирование в  
наружной рекламе**