



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

# ТЕЛЕВИДЕНИЕ – КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ

RECLAMA&DESIGN

IX-я Международная специализированная выставка  
рекламной продукции, PR-технологий и услуг

08.11.2007 - 11.11.2007

АРТУР АНДРЕЕВ  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
VIDEO INTERNATIONAL-MOLDOVA



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

- ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- РАДИО
- НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
- ЛИСТОВКИ
- ПРЕССА
- ИНТЕРНЕТ
- ИНДОР ТВ



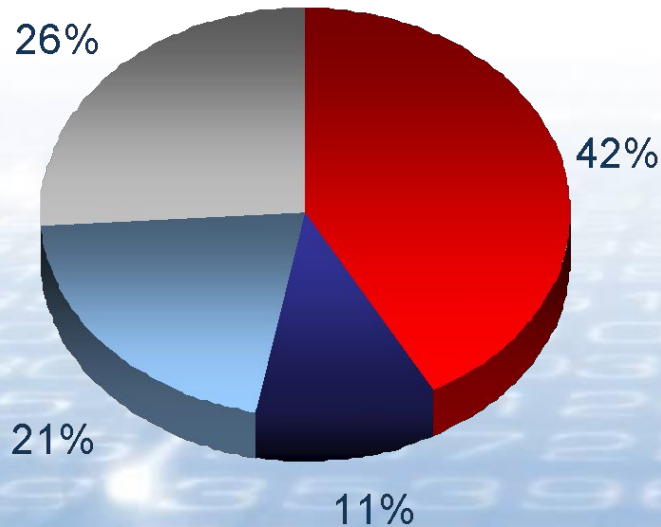


VIDEO INTERNATIONAL

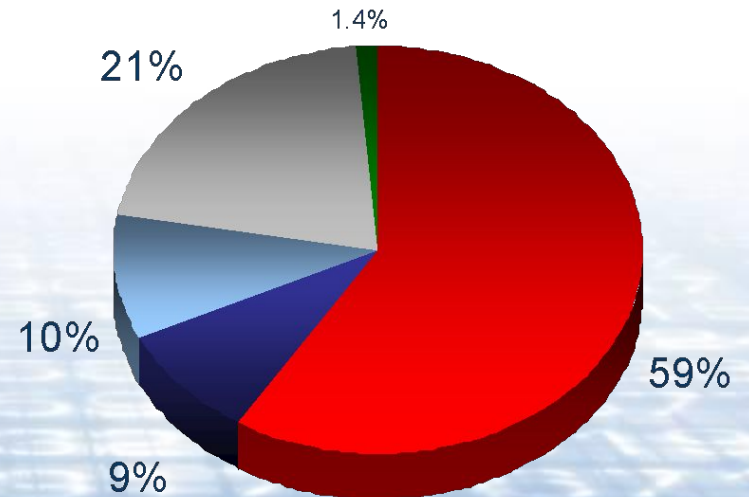
M O L D O V A

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МЕДИА РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ ПО СЕГМЕНТАМ (МОЛДОВА), 2003-2007 ГГ., %

2003



2007



- ТВ
- Радио
- Пресса
- Наружная Реклама
- Интернет
- Прочее



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



- ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШОЙ СТАРТОВЫЙ БЮДЖЕТ НА АРЕНДУ ОДНОЙ КОНСТРУКЦИИ
- ПРИ ЗАБЛАГОВРЕМЕННОМ ПЛАНИРОВАНИИ МОЖНО ПРИСУТСТВОВАТЬ В НУЖНОМ МЕСТЕ ГОРОДА
- **СУЩЕСТВЕННО ОГРАНИЧЕНЫ В ДЕМОНСТРАЦИИ – ЦЕЛЕСООБРАЗНО ПОМЕСТИТЬ ТОЛЬКО ФОТОГРАФИЮ И НОМЕР ТЕЛЕФОНОВ**
- **СЛОЖНОСТЬ С ФОРМИРОВАНИЕМ АДРЕСНОЙ ПРОГРАММЫ (ХОРОШИЕ МЕСТА, КАК ПРАВИЛО, АРЕНДУЮТ НА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ)**
- **ВОЗМОЖНОЕ ОТСУТСТВИЕ ОСВЕЩЕНИЯ В ВЕЧЕРНЕЕ ВРЕМЯ (ОСЕНЬ-ВЕСНА)**
- **НЕОБХОДИМ ПОСТОЯННЫЙ КОНТРОЛЬ ЗА СОСТОЯНИЕМ БАННЕРА (ХУЛИГАНЫ, КОНКУРЕНТЫ, ПОГОДНЫЕ УСЛОВИЯ)**
- **ДЛЯ НОРМАЛЬНОГО ОХВАТА – БЮДЖЕТ СОПОСТАВИМ С ТЕЛЕВИЗИОННЫМ**
- **НЕВОЗМОЖНО БЫСТРО ИСПРАВИТЬ СИТУАЦИЮ**
- **ЗАВИСИМОСТЬ ОТ СЛАЖЕННОСТИ И ПРОФЕССИОНАЛИЗМА РАБОТЫ ТРЕТЬЕЙ СТРУКТУРЫ**





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## РАДИО



- ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШОЙ СТАРТОВЫЙ БЮДЖЕТ
- РОЛИК ПРОСТО И БЫСТРО ИЗГОТОВИТЬ (ЧЕМ ТВ)



- **ТОВАР НЕ ВИДЯТ, А ТОЛЬКО СЛЫШАТ О НЁМ, СЛОЖНО ИДЕНТИФИЦИРОВАТЬ СРЕДИ ШИРОКОГО АССОРТИМЕНТА**
- **НЕТ УВЕРЕННОСТИ, ЧТО ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОДУКТА СЛУШАЮТ РАДИО ИМЕННО В ТОТ МОМЕНТ, КОГДА ИДЁТ РОЛИК**
- **ТРУДНО КОНТРОЛИРУЕМО (КАК УДОСТОВЕРИТЬСЯ, ЧТО В ОДИН ИЗ ДНЕЙ РОЛИК НЕ ЗАБЫЛИ ПОСТАВИТЬ В ЭФИР?)**
- **НА САМОМ ДЕЛЕ ЭФФЕКТИВНО ДЛЯ УЗКОГО КРУГА ПРОДУКТОВ**





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ПРЕССА



- ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШОЙ СТАРТОВЫЙ БЮДЖЕТ
- МОЖНО УМЕСТИТЬ МНОГО ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ



- **МАЛЕНЬКИЕ ТИРАЖИ**
- **ПЛОХАЯ ДИСТРИБУЦИЯ**
- **НИЗКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ, В Т.Ч. И ОТСУТСТВИЕ ЦВЕТА У ГАЗЕТ**
- **ПРАКТИЧЕСКИ ПОЛНОЕ ОТСУТСТВИЕ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ**
- **ОТСУТСТВИЕ НЕЗАВИСИМЫХ ДАННЫХ О ТИРАЖЕ ИЗДАНИЯ (ПРАКТИКА ЗАВЫШЕНИЯ ДАННЫХ)**




VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## РАЗДАЧА НА УЛИЦЕ



- ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШОЙ СТАРТОВЫЙ БЮДЖЕТ
- БЫСТРО И АДРЕСНО
- МОЖНО ПРЕДЛОЖИТЬ ПОПРОБОВАТЬ РЕКЛАМИРУЕМЫЙ ПРОДУКТ

- 
- **НЕДОВЕРИЕ К ПОДОБНОМУ РОДУ ПРОМО АКЦИЙ**
  - **МАЛОЭФФЕКТИВНО**
  - **НЕЛЬЗЯ ПРОКОНТРОЛИРОВАТЬ ПРОЦЕСС РАЗДАЧИ**
  - **НАРУШЕНИЕ АДРЕСНОСТИ**
  - **ПОИСК И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА**
  - **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЗАБОТЫ О ВНЕШНЕМ ВИДЕ ПРОМОУТЕРОВ**



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ТЕЛЕРЕКЛАМА МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

- ТЕЛЕРЕКЛАМА СЧИТАЕТСЯ УДЕЛОМ БОЛЬШИХ КОМПАНИЙ (ЧАЩЕ ВСЕГО ИНОСТРАННЫХ)
- ВЫСОКАЯ СТОИМОСТЬ КАМПАНИИ
- НЕ ВСЕ МОЖНО РЕКЛАМИРОВАТЬ НА ТВ (МОЖНО ОБОЙТИСЬ И БЕЗ ТВ)
- ВО ВРЕМЯ РЕКЛАМНЫХ ПАУЗ ТЕЛЕЗРИТЕЛИ ПЕРЕКЛЮЧАЮТ КАНАЛЫ
- МЕНЬШАЯ ОПЕРАТИВНОСТЬ





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A



РЕКЛАМУ СМОТРЯТ  
БОЛЕЕ 85 % ЗРИТЕЛЕЙ\*





VIDEO INTERNATIONAL  
M O L D O V A



## ТВ – ВСЕ БОЛЬШЕ МЕСТНЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ







VIDEO INTERNATIONAL  
M O L D O V A

## СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ







VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ





VIDEO INTERNATIONAL  
M O L D O V A

## ТВ – КАЖДЫЙ ВЛОЖЕННЫЙ ЛЕЙ РАБОТАЕТ НА ВАС !

СТОИМОСТЬ КАМПАНИИ, \$	4 700
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ КАМПАНИИ	1 МЕСЯЦ
REACH %+ ВСЕ 18+	68
REACH ВСЕ 18+	1 679 527 ЧЕЛ.
ЧАСТОТА КОНТАКТА	9 РАЗ

Данной рекламной кампанией было охвачено 68 % телезрителей, которые увидели рекламу в среднем 9 раз!



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ТВ – ЭФФЕКТИВНО И ВЫГОДНО

Радио: \$ 0.25

Наружная реклама: \$ 0.35

Листовки: \$ 0.1

Пресса: \$ 0.3

**ТВ: \$ 0.003**

**ОТСУТСТВУЕТ НЕОБХОДИМОСТЬ РАСПЫЛЯТЬ БЮДЖЕТ,  
ГАРАНТИЯ ПРИЕМЛИМОЙ ЦЕНЫ И НАИЛУЧШЕГО РЕЗУЛЬТАТА**

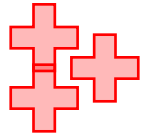




VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ПРЕИМУЩЕСТВА ТВ



- **ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ**
- **СИЛА ВОЗДЕЙСТВИЯ**
- **МОЖЕТ ПОКАЗАТЬ ЗРИТЕЛЮ, КАК ОН БУДЕТ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ, КУПИВ ПРЕДЛАГАЕМЫЙ ТОВАР ИЛИ УСЛУГУ**
- **ЛЮДИ ОБЫЧНО СМОТРЯТ ТЕЛЕВИЗОР В ЧАСЫ ОТДЫХА, КОГДА НИКУДА НЕ СПЕШАТ И НЕ ИМЕЮТ НИКАКИХ ДЕЛ (ОСОБЕННО ВЕЧЕРОМ)**
- **ВЫ МОЖЕТЕ БЫТЬ СПОКОЙНЫМ – РОЛИК ВЫЙДЕТ ИМЕННО В ТО ВРЕМЯ, КОГДА ЕГО ВИДИТ ВАШ РД**
- **ТВ ОХВАТЫВАЕТ ВСЁ НАСЕЛЕНИЕ И ТЕРРИТОРИЮ СТРАНЫ ЗА ОЧЕНЬ**
- **КОРОТКИЙ ПРОМЕЖУТОК ВРЕМЕНИ – САМОЕ “МАССОВОЕ” СМИ**



VIDEO INTERNATIONAL

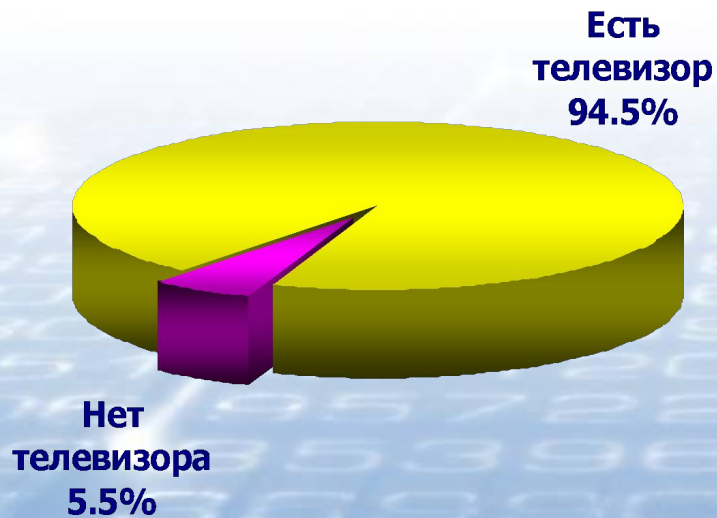
M O L D O V A



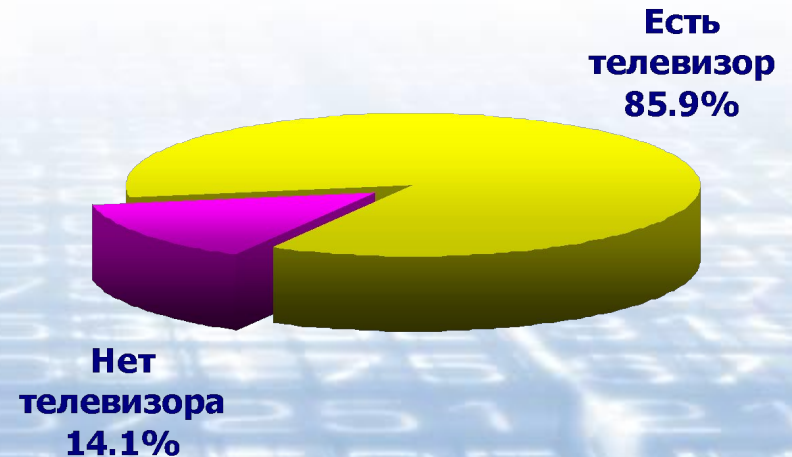
## ТВ – САМОЕ ДОСТУПНОЕ СМИ

ГОРОДСКОЕ НАСЕЛЕНИЕ МОЛДОВЫ

СЕЛЬСКОЕ НАСЕЛЕНИЕ МОЛДОВЫ



% ОТ ВСЕГО ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ РМ

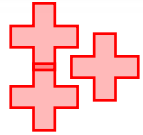


% ОТ ВСЕГО СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ РМ



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A



## ТВ – ЭФФЕКТИВНЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ	ТВ	ПРЕССА	РАДИО	НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОХВАТ ЗА КОРОТКИЙ ПРОМЕЖУТОК ВРЕМЕНИ	ДА	НЕТ	НЕТ	НЕТ
БЫСТРОЕ НАКОПЛЕНИЕ ЗНАНИЯ	ДА	НЕТ	ДА	ДА
ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ И ИНФОРМАТИВНОСТЬ	ДА	НЕТ	НЕТ	НЕТ
ЧАСТОТА КОНТАКТА	ДА	НЕТ	ДА	ДА
НЕЗАВИСИМЫЕ РЕГУЛЯРНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ И МОНИТОРИНГ	ДА	НЕТ	НЕТ	НЕТ
УРОВЕНЬ СТОИМОСТИ 1 000 КОНТАКТОВ	НИЗКИЙ	ВЫСОКИЙ	ВЫСОКИЙ	ВЫСОКИЙ





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A



## ТВ – ОСНОВНОЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ	ТВ	ПРЕССА	РАДИО	НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА	ПРЯМАЯ РАССЫЛКА
ВЫВОД БРЭНДА	+	-	-	-	-
ПОДДЕРЖКА ЗНАНИЯ МАРКИ	+	-	-	-	-
ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЭНДА	+	-	-	+	-
ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К БРЭНДУ	+	+	-	-	-



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ГРУППА КОМПАНИЙ ВИДЕО ИНТЕРНESHНЛ

- **КРУПНЕЙШИЙ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ ОПЕРАТОР МЕДИАРЕКЛАМНОГО РЫНКА, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ OUTSOURCING-УСЛУГИ В ОБЛАСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МЕДИА**
- **В ГРУППУ ВХОДЯТ КОМПАНИИ-МЕДИАСЕЛЛЕРЫ, ЗАНИМАЮЩИЕ ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ В ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТАХ МЕДИАРЕКЛАМНОГО РЫНКА**
- **ВИДЕО ИНТЕРНESHНЛ ВЕДЕТ БИЗНЕС НА РЫНКАХ РОССИИ И СОПРЕДЕЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВ**



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ГРУППА КОМПАНИЙ ВИДЕО ИНТЕРНESHНЛ

- ГОД ОСНОВАНИЯ - 1987
- ВИДЕО ИНТЕРНESHНЛ – ЧАСТНАЯ КОМПАНИЯ
- ОКОЛО 3000 СОТРУДНИКОВ В 5 СТРАНАХ И 47 ГОРОДАХ
- ГОДОВОЙ ОБОРОТ – ОКОЛО \$2,7 МЛРД.





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## МИССИЯ

- ПРОДВИГАЯ ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ РЕКЛАМНЫХ
- ВОЗМОЖНОСТЕЙ СРЕДСТВ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ,
- БЫТЬ ЛИДЕРОМ В СОЗДАНИИ ЭФФЕКТИВНЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ
- ВЗАИМОСВЯЗИ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ И МЕДИАНОСИТЕЛЕЙ



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

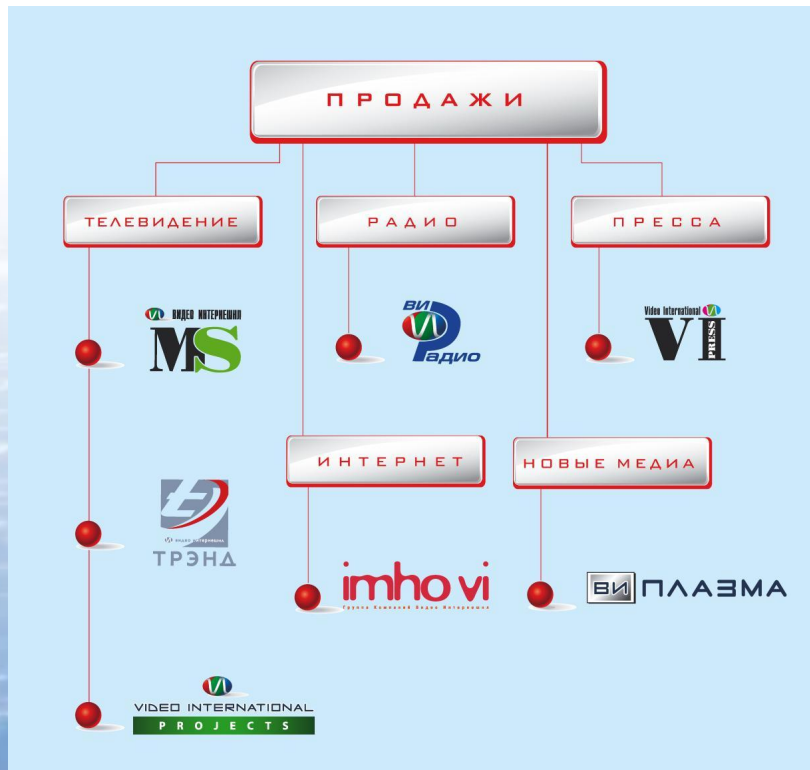
## ИДЕОЛОГИЯ

- РЕКЛАМНЫЙ БИЗНЕС – ИНФОРМАЦИОННО НАСЫЩЕННЫЙ БИЗНЕС
- РЕКЛАМНЫЙ БИЗНЕС – ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ БИЗНЕС
- СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЛЮДЕЙ, ИНФОРМАЦИЮ И ЗНАНИЯ



VIDEO INTERNATIONAL  
M O L D O V A

## ПРОДАЖА РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МЕДИА – НАШ ОСНОВНОЙ БИЗНЕС



- SALES HOUSE – ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ И УСПЕХА НАШИХ ПАРТНЕРОВ
- ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА SALES HOUSE – ОБЕСПЕЧИТЬ РЫНОЧНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДЛЯ СВОИХ ПАРТНЕРОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЧНОЙ, ПОНЯТНОЙ ДЛЯ ВСЕХ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА СИСТЕМЫ ВЫСОКОДОХОДНОЙ ПРОДАЖИ РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
- SALES HOUSE ВЫСТРАИВАЕТ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ И СРЕДСТВАМИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ





VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

## ПОЧЕМУ ВЫГОДНО РАБОТАТЬ С НАМИ

- SALES HOUSE ИСПОЛЬЗУЕТ ОРИГИНАЛЬНОЕ СОБСТВЕННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, КОТОРОЕ ЗАМЫКАЕТ В ЕДИНУЮ СИСТЕМУ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕССА ПРОДАЖ
- В SALES HOUSE РАБОТАЮТ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ, ОБЛАДАЮЩИЕ МНОГОЛЕТНИМ ОПЫТОМ В ОБЛАСТИ ПРОДАЖИ РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МЕДИА
- ГИБКИЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ И БЫСТРОЕ РЕГАИРОВАНИЕ НА ЗАПРОСЫ КЛИЕНТОВ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ (ICQ, ИНТЕРНЕТ, ФАКС, ТЕЛЕФОН)
- ГИБКАЯ МЕЖКАНАЛЬНАЯ СИСТЕМА СКИДОК
- B2C (BUSINESS TO CUSTOMER) – ОРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС
- **ДОСТОЙНОЕ КОМИССИОННОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ**



VIDEO INTERNATIONAL

M O L D O V A

**ПРИХОДИТЕ!  
БУДЕМ РАБОТАТЬ!  
А ВОПРОСЫ?**

**Артур Андреев**  
Генеральный директор  
**VIDEO INTERNATIONAL-MOLDOVA**

**АДРЕС:** РЕСПУБЛИКА МОЛДОВА  
МУН. КИШИНЭУ, УЛ.БЭНУЛЕСКУ-БОДОНИ, 8  
**ТЕЛЕФОН:** (+373 22) 253 000  
**ФАКС:** (+373 22) 253 040  
**E-MAIL:** OFFICE@VIM.MD