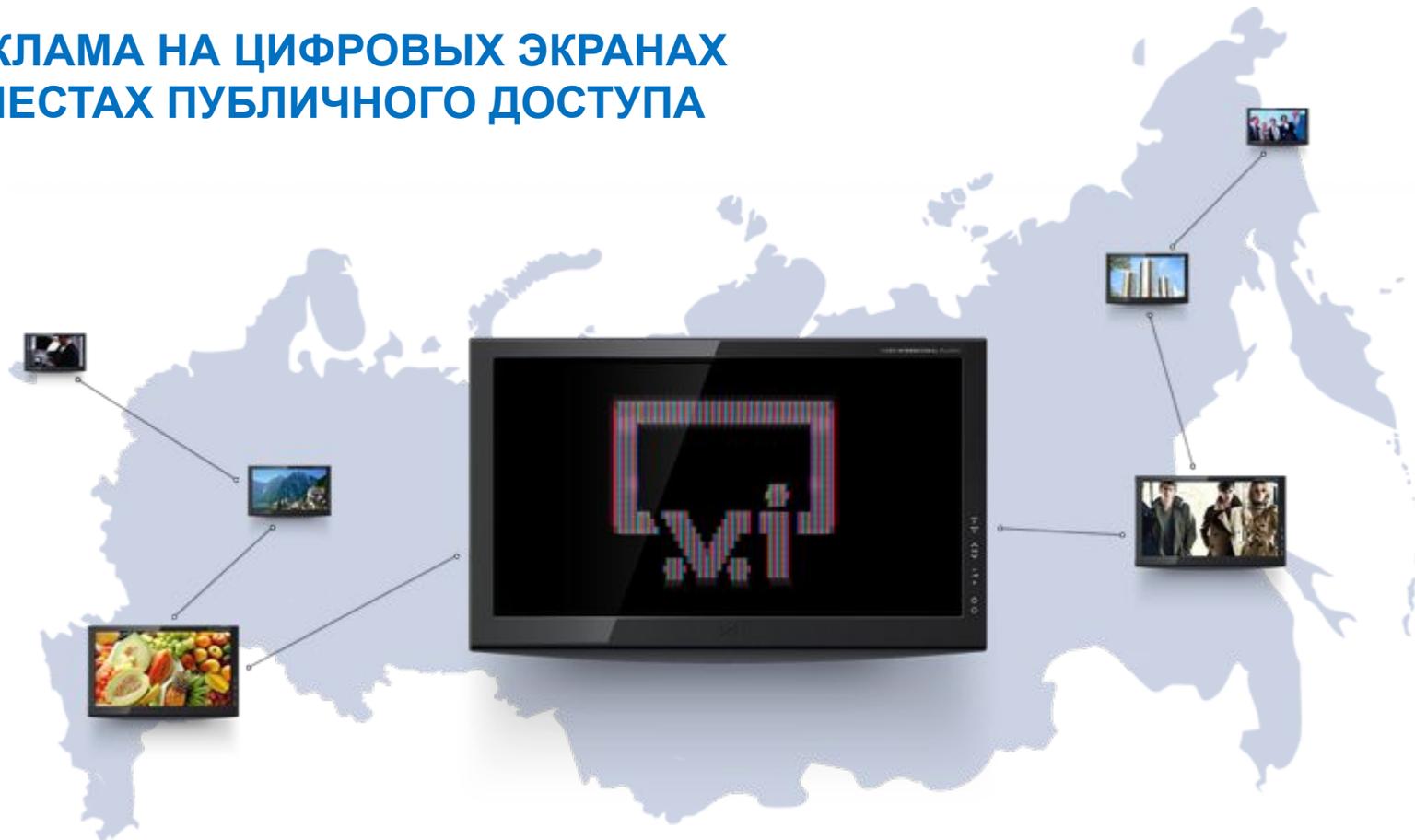


## РЕКЛАМА НА ЦИФРОВЫХ ЭКРАНАХ В МЕСТАХ ПУБЛИЧНОГО ДОСТУПА



2012

САМАРА

# ЧТО ТАКОЕ DIGITAL OUT-OF-HOME

*Преимущества ТВ, наружной рекламы и интернета в одном медиа носителе*



## это ТВ

- ✓ Яркий, динамичный ролик
- ✓ Цвет и звук привлекают внимание
- ✓ Эмоциональная окраска сообщения

## это наружная

- ✓ Контакт с аудиторией вне дома
- ✓ Расположение в местах с большим количеством посетителей

## это интернет

- ✓ Оперативность изменений
- ✓ Возможность точно таргетировать сообщение на целевую аудиторию

*Экраны DIGITAL OUT-OF-HOME органично сочетают в себе преимущества традиционных медиа.*

*Этот носитель позволяет доставить яркое и динамичное рекламное сообщение до большой целевой аудитории в местах публичного доступа*

**65%** посетителей замечают установленные экраны, при этом большинство видят более одного экрана

**75%** посетителей, заметивших рекламу на экранах, могут вспомнить рекламировавшиеся торговые

**ОКОЛО 60% ПОСЕТИТЕЛЕЙ  
НАШИХ ПЛОЩАДОК ПОЗИТИВНО  
ОЦЕНИВАЮТ РЕКЛАМУ  
НА DIGITAL OUT-OF-HOME**

# РАСПОЛОЖЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ЭКРАНОВ





ВИ ПЛАЗМА  
Новые медиа — новые возможности

# FMCG-РИТЕЙЛ

СУПЕРМАРКЕТЫ / РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ ПО ПРОДАЖЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ



| Супермаркет               | Перекресток |
|---------------------------|-------------|
| Средняя площадь (м2)      | 1500        |
| Средний касс. чек (руб.)  | 460         |
| Магазины (шт.)            | 12          |
| Экраны (шт.)              | 252         |
| Посетители в месяц (чел.) | 1 196 268   |



| Гипермаркет               | Карусель |
|---------------------------|----------|
| Средняя площадь (м2)      | 5450     |
| Средний касс. чек (руб.)  | 800      |
| Магазины (шт.)            | 4        |
| Экраны (шт.)              | 189      |
| Посетители в месяц (чел.) | 424 931  |

- ✓ Экраны размещены в торговом зале и в кассовой зоне
- ✓ Ролики транслируются со звуком, который распространяется через систему громкоговорителей по всей территории торговой площади супермаркета
- ✓ Подавляющее число посетителей проводят в супермаркете порядка 30 минут, из них 11 минут у кассы. Это люди в возрасте от 25 до 54 лет со средним или высоким доходом, активно потребляющая аудитория
- ✓ При этом 72% ходят в магазины раз в неделю и чаще. Это дает возможность эффективно проводить даже 2х недельные рекламные кампании со значимыми показателями частоты и охвата



ВИ ПЛАЗМА  
Новые медиа — новые возможности

# FMCG-РИТЕЙЛ

## ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭКРАНОВ В СУПЕРМАРКЕТЕ





## Аэропорт

## Курумоч

Экраны (шт.)

26

Пассажиры в месяц  
(чел.)

130 000

- ✓ Экраны размещены в зонах прилета и вылета, на пути следования основного пассажиропотока, в местах вынужденного ожидания (стойки регистрации, залы ожидания, зоны паспортного контроля), в зонах продажи товаров Duty Free.
- ✓ Наряду с рекламными роликами на части экранов также транслируется служебная информация аэропорта
- ✓ Среднее время нахождения в аэропорту 1 час 10 минут - не менее 2 часов до вылета и 40 минут после прилета.

**Пассажиры проводят в аэропорту много времени в ожидании и в это время они ограничены в выборе развлечений. В замкнутом пространстве аэропорта яркие видеоролики привлекают максимум внимания.**



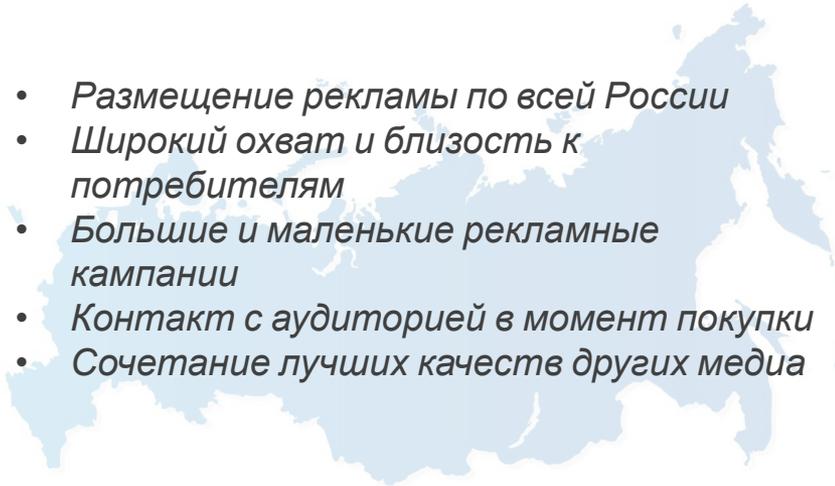
ВИ ПЛАЗМА  
Новые медиа — новые возможности

# АЭРОПОРТЫ

## ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭКРАНОВ В АЭРОПОРТАХ



## DIGITAL OUT-OF-HOME

- 
- *Размещение рекламы по всей России*
  - *Широкий охват и близость к потребителям*
  - *Большие и маленькие рекламные кампании*
  - *Контакт с аудиторией в момент покупки*
  - *Сочетание лучших качеств других медиа*

- ✓ Автоматическое формирование расписания РК
- ✓ Гибкая система конфигурации РК, вплоть до размещения рекламы в одной точке
- ✓ Одновременная доставка сигнала к разно удаленным устройствам воспроизведения (плеерам)
- ✓ Контроль фактических выходов рекламы
- ✓ Исключен несанкционированный доступ к системе
- ✓ Подробные и достоверные отчеты о проведенной рекламной кампании

## СОВРЕМЕННОЕ МЕДИА – СОВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

### **Специфика видеоматериалов в Digital Out-Of-Home**

- ✓ Рекламные ролики на DIGITAL OUT-OF-HOME имеют ряд особенностей, связанных со спецификой контакта со зрителем, который иногда длится не более пары секунд.
- ✓ Эффективнее работают короткие запоминающиеся образы вместо длинной сюжетной линии.
- ✓ Внимание посетителей легко привлечь с помощью ярких цветов, динамичных кадров, звукового сопровождения.
- ✓ Постоянное присутствие Вашего товара/бренда в кадре даст зрителю возможность понять о чем идет речь, в какой бы момент он ни обратил внимания на экран.
- ✓ Посетителям также интересны ролики, в которых присутствует информация о цене товара, проходящих в данное время акциях.
- ✓ Если у Вас нет готового рекламного ролика, мы можем помочь в его создании.
- ✓ Если у Вас есть ТВ ролик, мы можем его адаптировать под специфику DIGITAL OUT-OF-HOME.

**ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ ГРУППЫ ТРЭНД  
ВИДЕО ИНТЕРНЕШНЛ САМАРА**

