



2012

**MEDIA MARKT**



Регионы	15
Города	17
Площадки	36
Экраны	10 463
Посетители в месяц*	2 800 000

- ✓ Высокое качество контакта с потребителем
- ✓ Заметность вещания
- ✓ Ненавязчивость рекламы
- ✓ Охват аудитории, не попадающей под телевизионное воздействие и традиционные каналы коммуникации
- ✓ Реклама размещается ежечасно с определенной периодичностью на всех выбранных экранах магазина, в течение всего рабочего дня
- ✓ Высокая потребительская активность аудитории, находящейся в торговой точке
- ✓ Среднее время нахождения в Медиа Маркт– 30 минут

**ОДНОВРЕМЕННАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ НА  
ВСЕХ ЭКРАНАХ РАСПОЛОЖЕННЫХ В  
МАГАЗИНЕ.  
ИЗОБРАЖЕНИЕ, ЗВУК, ЦВЕТ.**



**Media Markt**

г. Саратов

Время работы 10:00-22:00

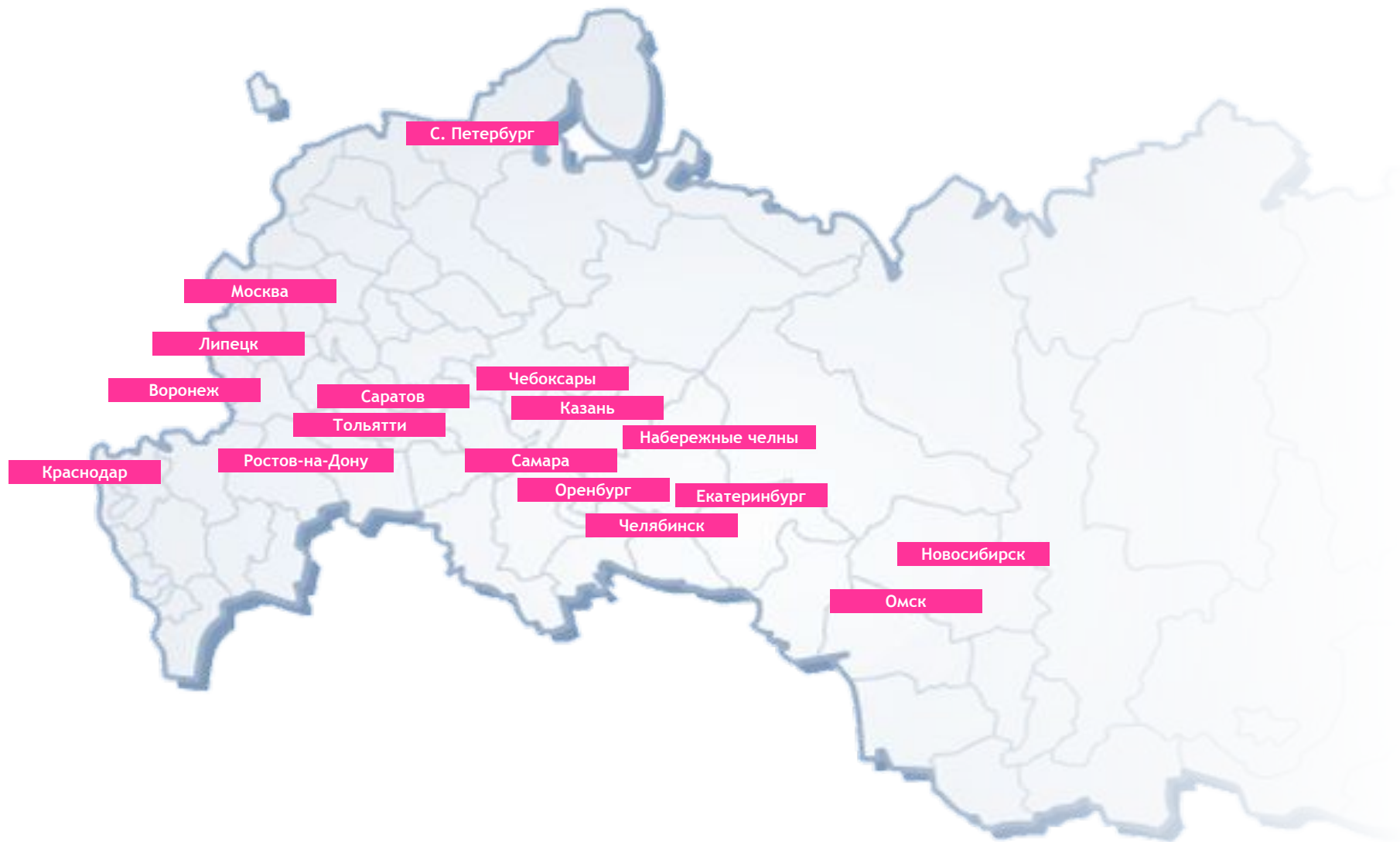
Экраны 310

Посетители в  
месяц\* 67 474

- ✓ Высокое качество контакта с потребителем
- ✓ Заметность вещания
- ✓ Ненавязчивость рекламы
- ✓ Охват аудитории, не попадающей под телевизионное воздействие и традиционные каналы коммуникации
- ✓ Реклама размещается ежедневно с определенной периодичностью на всех выбранных экранах магазина, в течение всего рабочего дня
- ✓ Высокая потребительская активность аудитории, находящейся в торговой точке
- ✓ Среднее время нахождения в Медиа Маркт– 30 минут

**ОДНОВРЕМЕННАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ НА  
ВСЕХ ЭКРАНАХ РАСПОЛОЖЕННЫХ В  
МАГАЗИНЕ.  
ИЗОБРАЖЕНИЕ, ЗВУК, ЦВЕТ.**

# ОХВАТЫ ПО РОССИИ



## Экраны расположены:

- у входа в магазины + прикассовая зона (работают на входящий и выходящий потоки)
- в торговых залах магазинов
  - ✓ Выставочные телевизоры в отделах телевизоров
  - ✓ Телевизоры в отделе GSM
  - ✓ Телевизоры в отделе Фото
  - ✓ TV-стены\*
  - ✓ Телевизоры в отделе Entertainment (музыка, фильмы, игры, программное обеспечение)

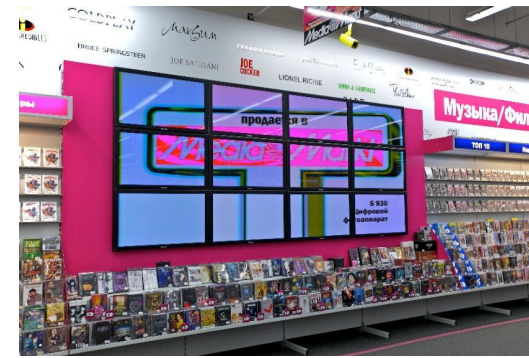
вход / прикассовая зона



торговый зал

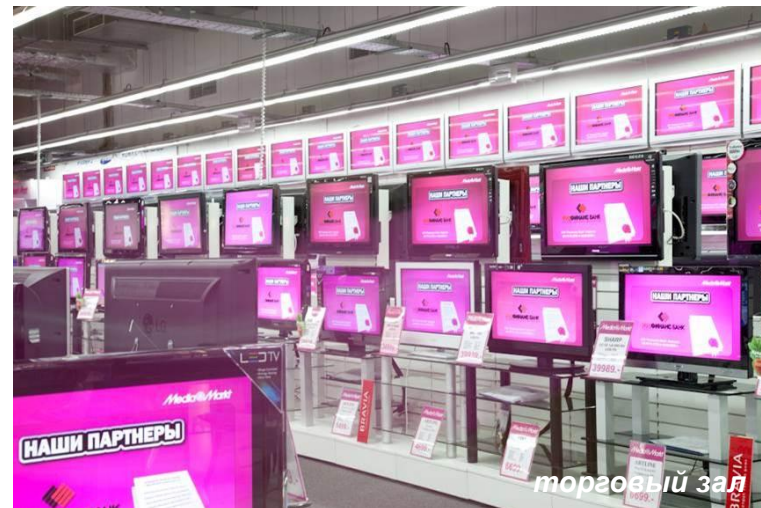


TV-стена\*



\* не во всех объектах TV-стены предназначены для рекламы. Список адресов будет предоставлен.

# РАСПОЛОЖЕНИЕ ЭКРАНОВ В МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ ТОРГОВЫЕ ЗАЛЫ





Наиболее часто  
вспоминаемые  
каналы коммуникации



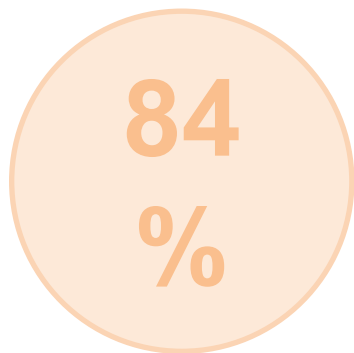
Реклама в магазинах занимает 3 место  
среди наиболее заметных каналов коммуникации в  
России



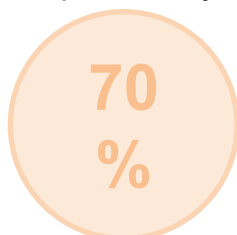
Реклама в магазинах меньше всего раздражает российских потребителей по сравнению с традиционными рекламными каналами. С помощью экранов Digital Out-Of-Home аудитории предоставляется релевантная и привлекательная информация, нужная для принятия обоснованных покупательских решений.

**Romir** Источник: ROMIR Monitoring

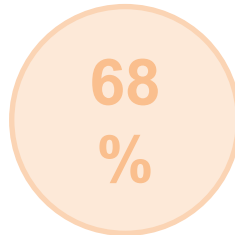
Минимальная дистанция между рекламой и возможностью покупки рекламируемого товара. Коммуникация происходит в момент истины - критической стадии оценки ценности продукта перед его покупкой. Соответственно, вы всегда можете подсказать, что именно стоит приобрести покупателю.



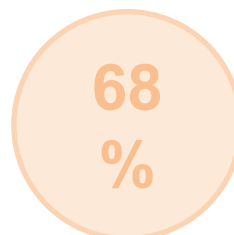
У преобладающего большинства посетителей супермаркетов DIGITAL OUT-OF-HOME вызывает положительные эмоции.



Покупательских решений принимается прямо в магазине



Покупки делаются спонтанно



Легко переходят от одной марки товара к другой



## **ЗАМЕТНОСТЬ ВЕЩАНИЯ, обусловленная:**

- ✓ огромным количеством экранов, расположенных в магазинах Media Markt (~ 300 на магазин в среднем)
- ✓ одновременной трансляцией на всех выбранных экранах из расположенных в магазине
- ✓ качеством вещания: изображение, звук, цвет + динамика = эмоция

***В случае, когда покупатель попадает в отдел телевизоров – реклама на экранах является фокусом внимания.***

## **СПЕКТР РЕШАЕМЫХ ЗАДАЧ ДЛЯ SALES**

- ✓ Стимулирование продаж продуктов/услуг
- ✓ Сочетание преимуществ телевидения и рекламных материалов (POS) в местах продаж → повышение уровня визуальной представленности бренда.
- ✓ Информирование потребителей о проводимых акциях, специальных предложениях – здесь и сейчас.

## **СПЕКТР РЕШАЕМЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧ**

- ✓ Расширение медийного присутствия при проведении рекламной кампании.
- ✓ TTL – построение кампании *Through The Line*.
- ✓ Охват аудитории, не попадающей под телевизионное воздействие и традиционные каналы коммуникации.
- ✓ Информирование посетителей о новых продуктах, технологиях, услугах. В том числе - поддержка новых лончей.
- ✓ Повышение лояльности потребителей.

60

**Рекламный  
блок  
5 минут**



## **Рекламный блок – 5 мин.**

При размещении равнозначных классов товаров, ролики разносятся на максимально дальнее расстояние друг от друга в 5-ти минутном блоке

## **Блок вещания:**

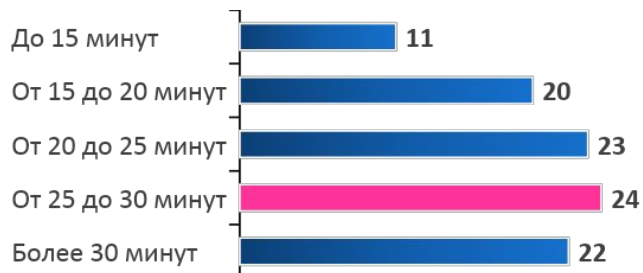
**60 мин. = 6 блоков x 10 мин.**

(повторяется в течение дня)

Обновляется 1 раз в неделю, трансляция обновленного контента с субботы по пятницу

**Блок вещания состоит из:**

- Рекламного блока - 30 мин.
- Информация сети - 30 мин.



**27 минут** средняя продолжительность посещения супермаркета

## Заметность рекламы в супермаркетах



**Эффективным размещением в FMCG-сетях принято считать размещение, при котором реклама занимает не менее 5% от часа (3 мин.)**

Например:

- Ролик 30 сек.
  - Выход ролика 12 раз в час
  - В этом случае человек может увидеть ролик 6 раз за визит
- Такое размещение дает рост продаж\*

**В Медиа Маркт люди проводят в среднем 30 минут\*\***

Считаем, что заметность экранов в ММ ТОЧНО не ниже, чем в супермаркетах:

- Как и в супермаркетах, экраны в ММ размещены по всей площади зала, благодаря чему любой посетитель имеет возможность контактировать с ними в течение всего времени посещения.
- Более того, в ММ есть плюс: если вы пришли в зону демонстрации ТВ, то рекламу вы начинаете смотреть целенаправленно, так как вы сфокусированы на картинке.

**Для проведения эффективной РК в МЕДИА МАРКТ рекомендуем размещение рекламы не менее 10% от часа (6 мин.)**

\* данные от X5, отчет по чекам

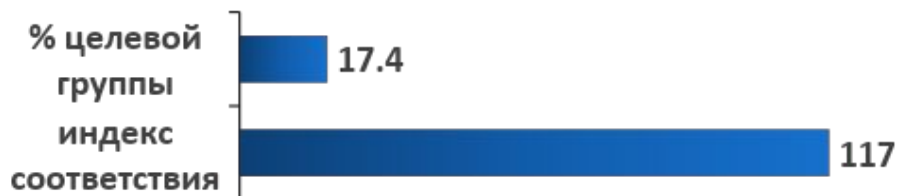
\*\* данные от сети Медиа Маркт

## ОХВАТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (25-45 ВС) ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ В СЕТИ МЕДИА МАРКТ

### 25-45 лет, средний и высокий доход



### планируют в ближайшее время приобрести мелкую или крупную бытовую технику и электронику



При размещении в сети Медиа Маркт (МСК) мы охватываем

- 23 % целевой аудитории Samsung
- 17 % аудитории, которые планирует уже в ближайшее время приобрести бытовую технику и электронику.

Высокий индекс соответствия показывает, что для ЦА (25-45ВС) в большей степени свойственно посещение сети Медиа Маркт.

- ✓ **Единица продажи – экраноминута (1 минута размещения рекламы на 1 экране)**
- ✓ **Реклама размещается ежечасно с определенной периодичностью на всех выбранных экранах магазина, в течение всего рабочего дня**
- ✓ **Рекомендуемая частота вещания – 12 раз в час**  
Рекомендация обусловлена тем, что среднестатистический потребитель проводит в магазине Media Markt ~30 минут . За основу Берется модель размещения в FMCG сетях
- ✓ **Минимальный период размещения – 1 неделя**
- ✓ **Реклама размещается во всех магазинах торговой сети**
- ✓ **При долгосрочном размещении (свыше 4-х недель) применимы объемные скидки**



- *Формат: WMV*
- *Главное - НЕ FLASH!!!*
- *Разрешение:  
минимум 1280 x 720  
идеально 1980 x 1080*
- *Развертка: 16:9*

**СРОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ  
ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ  
5 РАБОЧИХ ДНЕЙ  
ДО СТАРТА КАМПАНИИ**

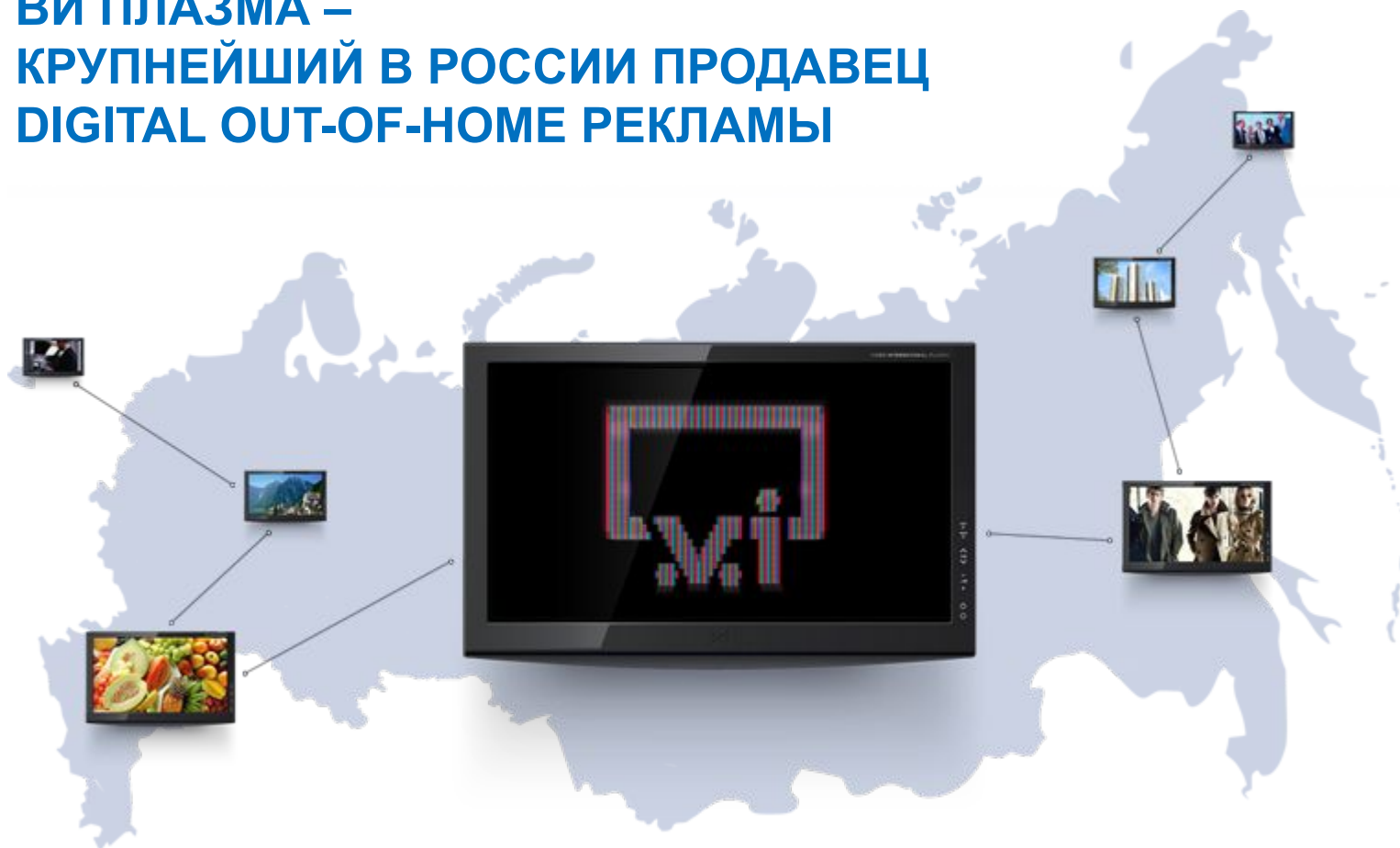
***Помните, что от качества исходных материалов зависит качество трансляции, а значит – восприятие Вашего Бренда потребителями***

## 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.

## ВИ ПЛАЗМА — КРУПНЕЙШИЙ В РОССИИ ПРОДАВЕЦ DIGITAL OUT-OF-HOME РЕКЛАМЫ



Позвоните — и вопросов у вас не останется!

# 8 (495) 730-6120