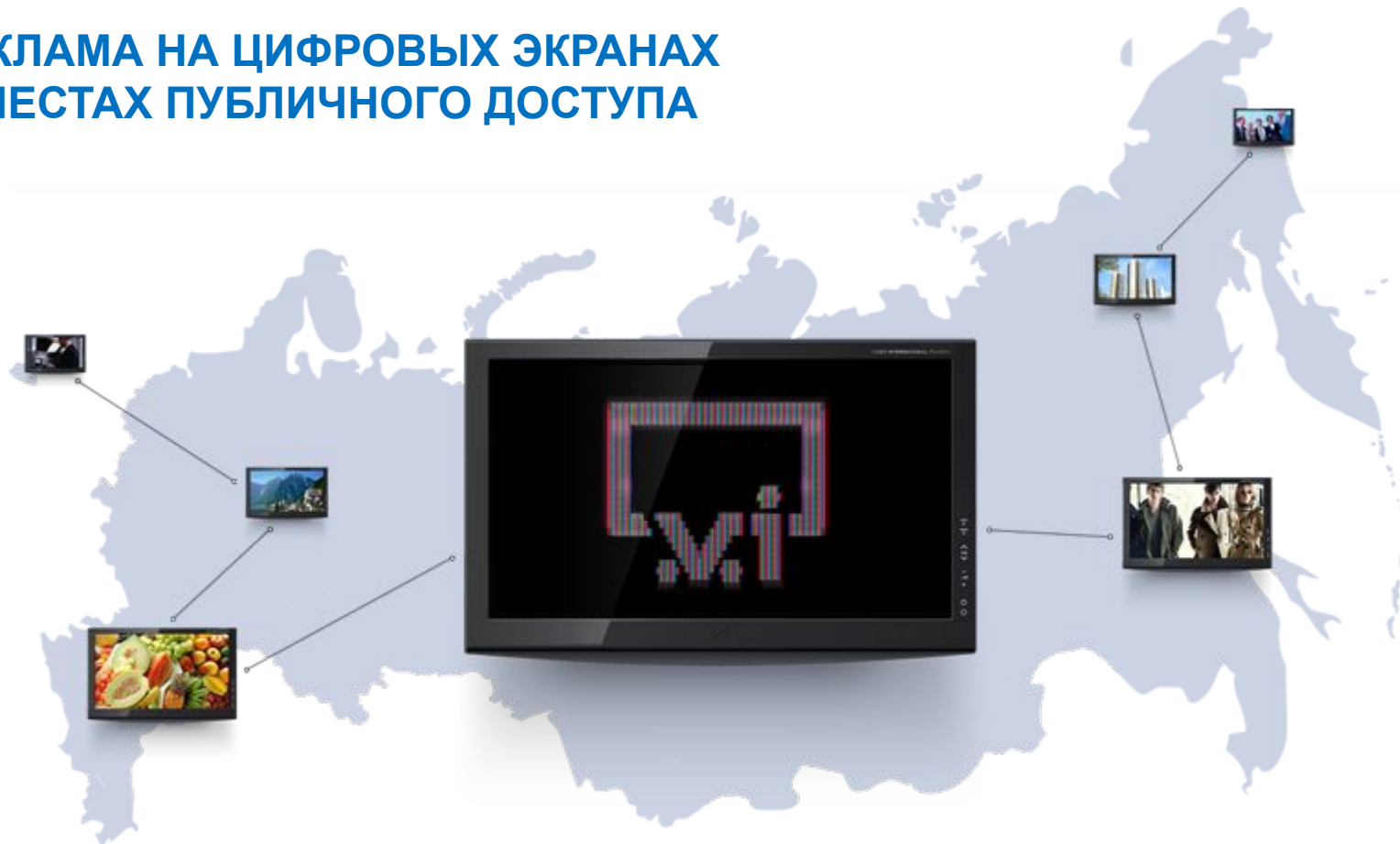


РЕКЛАМА НА ЦИФРОВЫХ ЭКРАНАХ В МЕСТАХ ПУБЛИЧНОГО ДОСТУПА



2012

ТАТАРСТАН

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



Перекресток
СУПЕРМАРКЕТ

| Супермаркет | Перекресток |
|---------------------------|-------------|
| Средняя площадь (м2) | 1500 |
| Средний касс. чек (руб.) | 460 |
| Магазины (шт.) | 10 |
| Экраны (шт.) | 176 |
| Посетители в месяц (чел.) | 611 856 |

Пятерочка
Самые высокие низкие цены!

| Дискаунтер | Пятерочка |
|---------------------------|-----------|
| Средняя площадь (м2) | 600 |
| Средний касс. чек (руб.) | 280 |
| Магазины (шт.) | 1 |
| Экраны (шт.) | 52 |
| Посетители в месяц (чел.) | 648 306 |

КАРУСЕЛЬ
СЕТЬ ГИПЕРМАРКЕТОВ

| Гипермаркет | Карусель |
|---------------------------|----------|
| Средняя площадь (м2) | 5450 |
| Средний касс. чек (руб.) | 800 |
| Магазины (шт.) | 4 |
| Экраны (шт.) | 132 |
| Посетители в месяц (чел.) | 706 835 |

- ✓ Экраны размещены в торговом зале и в кассовой зоне
- ✓ 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





| Аптека | Аптека 36.6 |
|---------------------------|-------------|
| Экраны (шт.) | 34 |
| Посетители в месяц (чел.) | 432 000 |
| Аптека | Другие |
| Экраны (шт.) | 11 |
| Посетители в месяц (чел.) | 118 500 |

| Аптека | ГУП ТатТехМедФарм |
|---------------------------|-------------------|
| Экраны (шт.) | 18 |
| Посетители в месяц (чел.) | 357 000 |

- ✓ Не только лекарства и медицинские услуги. Здоровое питание, товары для красоты и ухода за собой, интересные предложения по проведению досуга или спортивные клубы - всё это информация, безусловно, будет интересна посетителям.
- ✓ 28% посещений не реже 1 раза в 2 недели, 10 минут средняя продолжительность посещения

Большинство аптечных сетей работает в открытом формате по принципу супермаркета, где потребители сами могут выбрать нужный им товар.

С помощью экранов Digital Out-Of-Home вы всегда можете подсказать, что именно стоит приобрести покупателю.



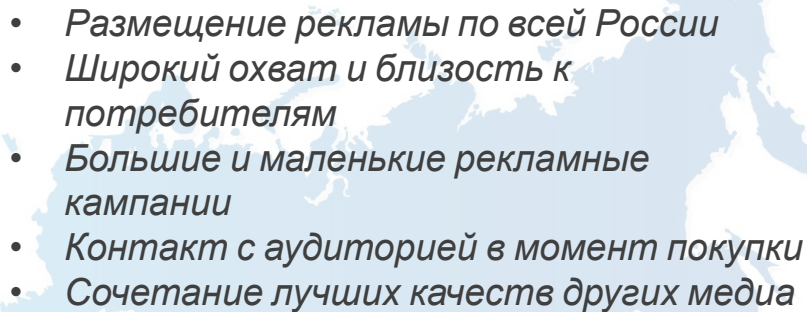
ВИ ПЛАЗМА
Новые медиа — новые возможности

АПТЕКИ

ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ЭКРАНОВ В АПТЕКАХ



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 ИНТЕРНESHНЛ КАЗАНЬ**

