

РЕКЛАМА В МЕТРО

ПУТЁМ ПСЕВДО ВИДЕО



АКТУАЛЬНОСТЬ

- **Реклама в метро** очень востребована. Размещение рекламы **в вагонах и на станциях** занимает с конца 90-х гг. основное место в списке самых эффективных рекламных средств. Дело в том, что метрополитен является популярнейшим видом столичного транспорта, который лидирует по показателям пассажиропотока. **Реклама в метро** – это 100% возможность встретить потенциального клиента для каждого рекламодателя.

АКТУАЛЬНОСТЬ

- **КАК ОТМЕЧАЮТ РОССИЙСКИЕ ЭКСПЕРТЫ, В МОСКВЕ ПРАКТИЧЕСКИ НЕТ ОТТОКА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В МЕТРОПОЛИТЕНЕ, НАПРОТИВ, КАЖДЫЙ ГОД ИХ ЧИСЛО РАСТЕТ В СРЕДНЕМ НА 15%. ЭТО ОЗНАЧАЕТ, ЧТО КОМПАНИИ ХОТЯТ РАЗМЕЩАТЬ РЕКЛАМУ В МЕТРО, НО ИМ НУЖНЫ АДЕКВАТНЫЕ И РАЗНООБРАЗНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ПОКА РЕКЛАМА В МОСКОВСКОМ МЕТРО РАСТЕТ С ТОЙ ЖЕ СКОРОСТЬЮ, ЧТО И ВЕСЬ РЫНОК РЕКЛАМЫ – В СРЕДНЕМ НА 15–20% В ГОД. НО ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ БОЛЕЕ БЫСТРОГО РОСТА ЕСТЬ. МОЖНО ПОВЫСИТЬ ДОХОДЫ ОТ СТАНЦИОННОЙ РЕКЛАМЫ, ЕСЛИ УВЕЛИЧИТЬ ЧИСЛО ПОВЕРХНОСТЕЙ, ОПРЕДЕЛИТЬ НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНЫЕ МЕСТА ИХ УСТАНОВКИ, ПРЕДЛАГАТЬ НОВЫЕ ВИДЫ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ.**

АЛМАТИНСКИЙ МЕТРОПОЛИТЕН



ПАССАЖИРОПОТОК

- В первый день открытия метро 1.12.2011 за 6 часов (18-24 ч.) было 11 тыс. пассажиров

ПАССАЖИРОПОТОК

- За первые 3,5 дня перевезено около 130 тыс. пассажиров.

ПАССАЖИРОПОТОК

- За первый год работы метрополитена перевезено 6 миллионов пассажиров.

НАШИ ОСОБЕННОСТИ

ПСЕВДО ВИДЕО!

Псевдо видео.

- 92% людей, увидевших данную рекламу помнят о чем она была. Это выгодно отличает данный рекламный носитель от телевизора, где процент запоминаемости составляет 13%.
- 87% с интересом ожидают следующий рекламный ролик на данном носителе
- 60% признают, что данная реклама сделала их поездку более увлекательной
- +Система с радио розыгрышем

АУДИО ЛОТЕРЕЯ

- Случайным порядком выбирается счастливчик, который слушает рекламу в аудио формате
- Предлагается отправить СМС с подтверждением того, что он услышал данную информацию.

ЧТО МЫ ПРЕДЛАГАЕМ?

- 1) “Голубое море”.
- 2) На сегодняшний день наиболее впечатляющий вид рекламы в метро – технология проецирования видео рекламы.
- 3) Розыгрыш подарков при помощи аудио лотереи.

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Сколько нам надо?

- Аренда (720 тыс. долларов/год)
- Технология + оборудование + обслуживание (73 тыс. долларов)
- Монтаж (60 тыс. долларов)
- Оплата труда сотрудников (133 тыс. долларов)

Итого 2,958,000 долларов

КАК МЫ ЗАРАБОТАЕМ?

- Т.к. мы платим аренду метрополитену за территорию, то она является нашей
- Рекламодатели платят нам за размещение рекламы на наших площадях