

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА СТИКЕРАХ В ПРИГОРОДНЫХ ЭЛЕКТРОПОЕЗДАХ



ЖД медиа

8 (499) 705-19-14

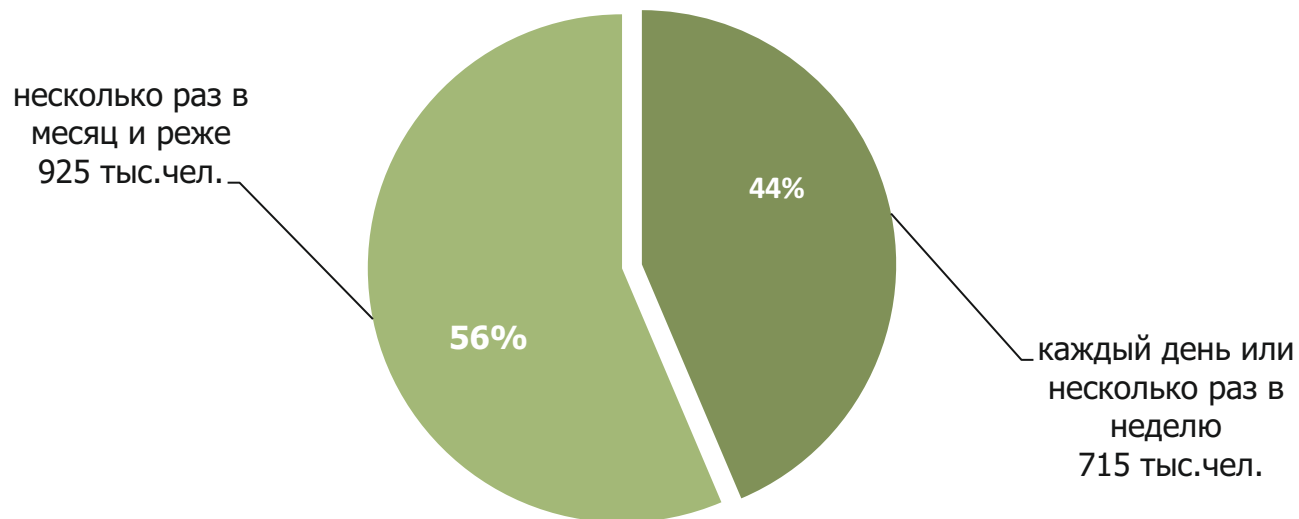
8 (812) 458-45-60

www.zd-media.ru

ПОРТРЕТ ПАССАЖИРОВ ПРИГОРОДНЫХ ЭЛЕКТРОПОЕЗДОВ

Частота поездок на пригородных электропоездах

Относительно численности пассажиров пригородных электропоездов

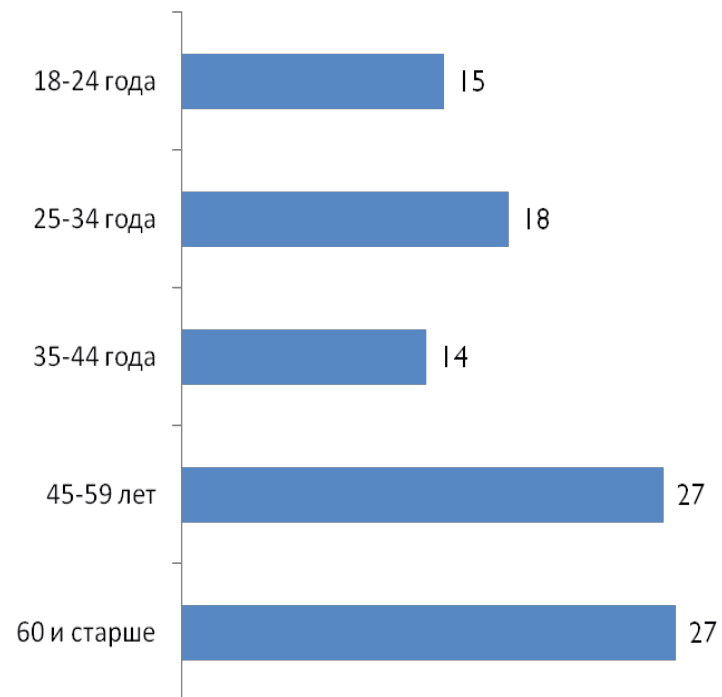


Портрет пассажиров электропоездов

Пол



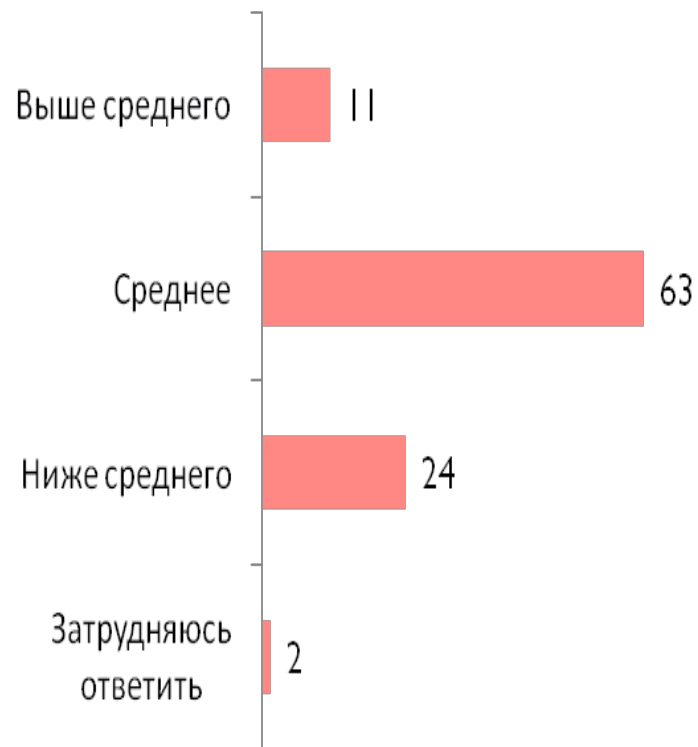
Возраст



Уровень образования



Уровень дохода семьи



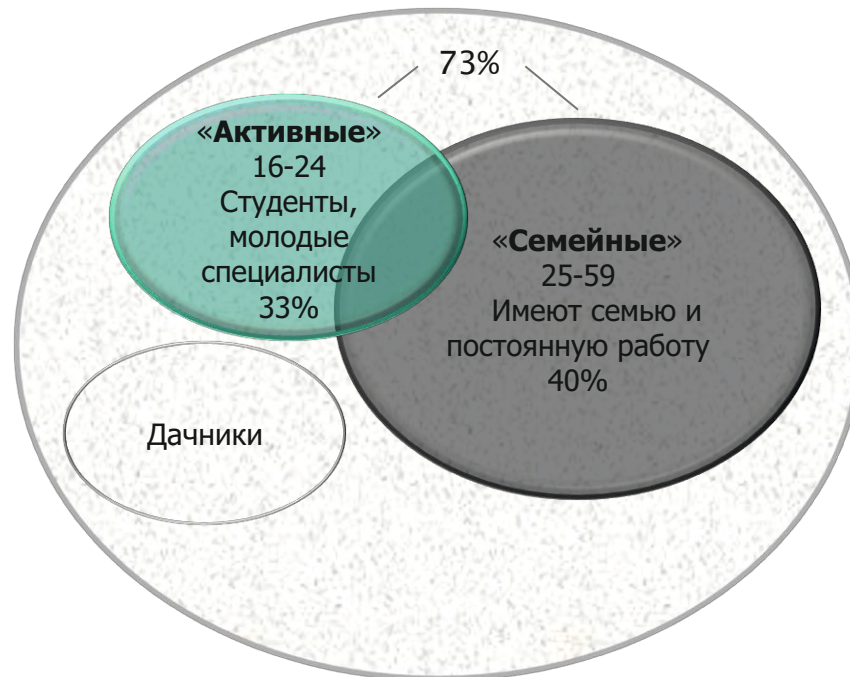
Целевая аудитория пригородных ЭП



Целевая аудитория пригородных ЭП

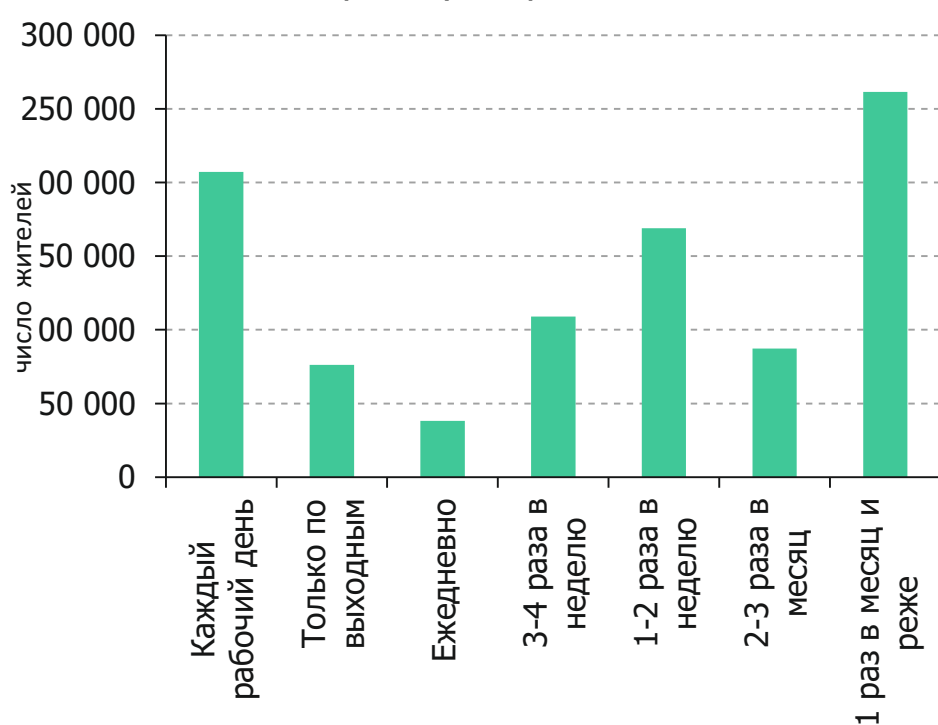
Активные + Семейные = 73 %

- Имеют средний уровень дохода семьи.
- Являются потребителями широкого круга товаров и услуг.
- Совершают регулярные и периодические поездки в электропоездах.
- Представляют интерес для рекламодателей в любое время года.

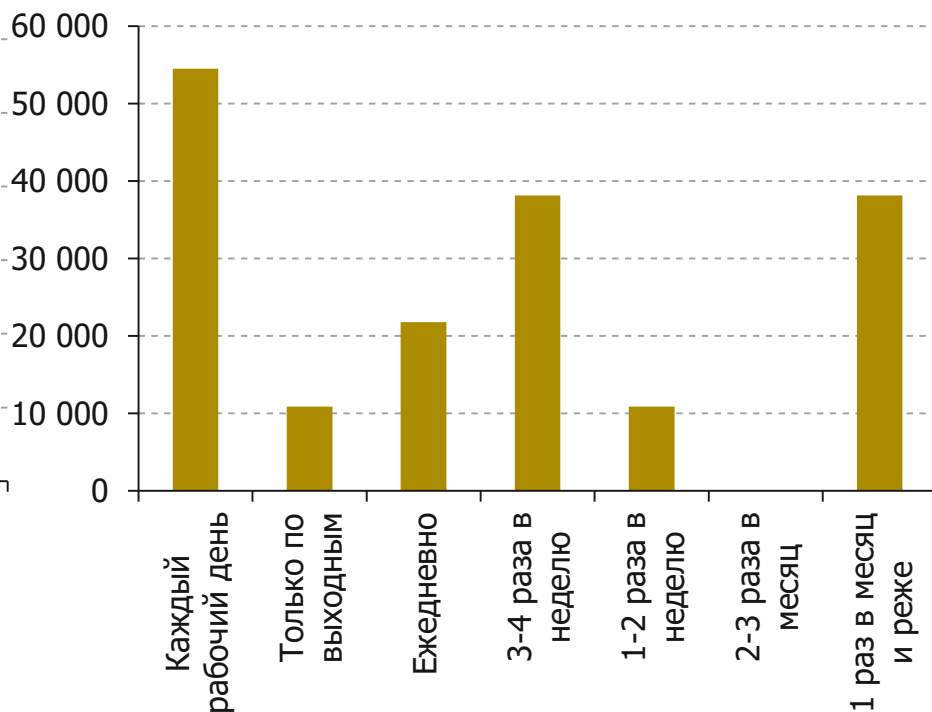


Цель поездок в пригородных электропоездах

На работу / с работы

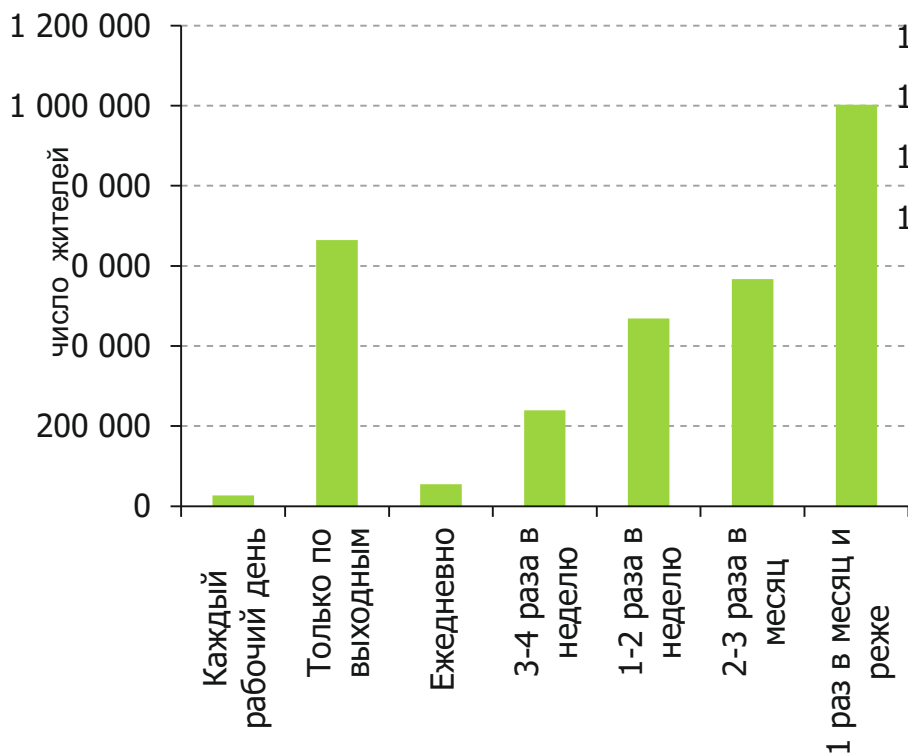


На учебу / с учебы

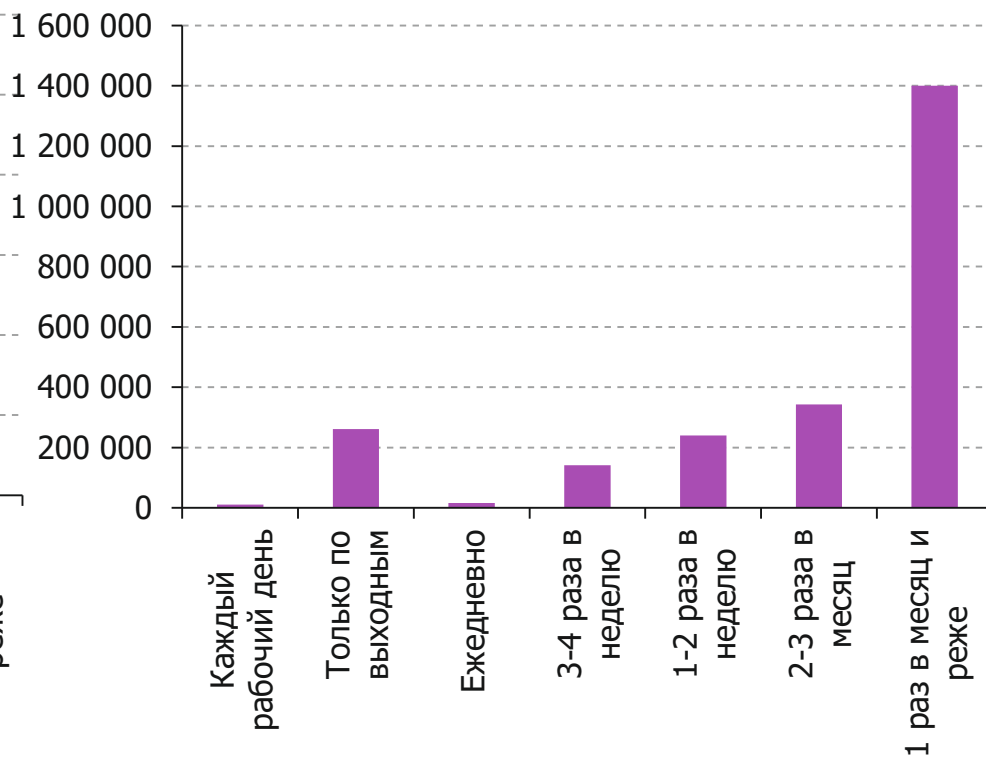


Цель поездок в пригородных электропоездах

На дачу / с дачи

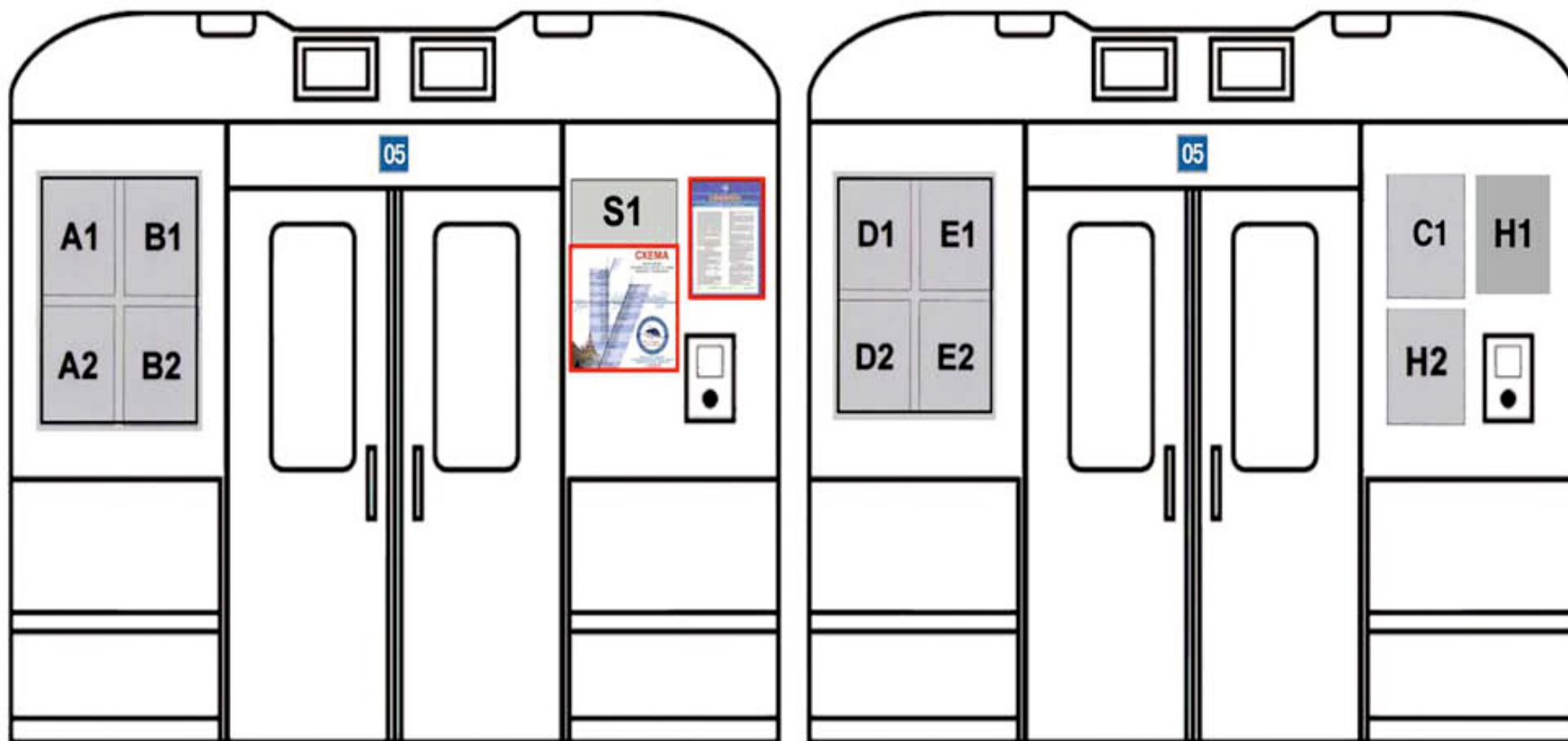




Для проведения досуга, шопинга, встреч с друзьями, родственниками



СХЕМА

размещения служебной и рекламной информации в салонах и тамбурах вагонов электропоездов пригородного сообщения



-  — место размещения служебной информации
-  — место размещения рекламной информации

Форматы рекламы на стикерах в пригородных ЭП



Форматы рекламы на стикерах в пригородных ЭП



Преимущества рекламы в пригородных ЭП

Оптимальная география охвата

возможность охвата потенциальных потребителей во всем регионе

Всесезонность

возможность достижения одинаковой величины целевой аудитории в течение всего года

Эффективность

персонализированное воздействие на контактную аудиторию и отсутствие «рекламного шума»

Экономичность

стоимость 1000 контактов (СРТ) находится в диапазоне 4 - 5,5 \$, что сравнимо с другими малобюджетными медиаканалами

Формула успешной рекламной кампании в пригородных ЭП

**БОЛЬШОЙ ФОРМАТ + ПАКЕТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ + ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ =
КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ**

Большой формат – размещение стикеров с минимальным форматом 60x40, но оптимальным 60x80 (30x40 только для оконных простенков не менее 5 рекламных мест в вагоне)

Пакетное размещение – минимальный пакет стикеров должен охватить все пригородные направления региона.

Продолжительность – за период рекламной кампании необходимо получить эффективную частоту контактов с аудиторией (Frequency 5+)