

NEBO.digital размещает рекламу на экранах в наземном транспорте в Москве и Подмосковье

20.11.2019

Всего экранами оборудовано более 250 автобусов и маршрутных такси. В состав парка входят новые и комфортабельные автомобили Mercedes Benz Sprinter. В течение дня транспортные средства перевозят более 80 тыс. пассажиров. За месячную рекламную кампанию 15-секундного ролика, при частоте показа 12 роликов в час, количество контактов составит более 9,5 млн. n1.jpg Транспортные средства курсируют в Москве и городах ближнего Подмосковья таких как Люберцы, Домодедово, Котельники, Подольск, Видное, Железнодорожный, Жуковский, Дзержинский, Лыткарино, а также до крупных торговых площадок «МЕГА Белая Дача», «Садовод» и «Outlet Village Белая дача». Одними из наиболее востребованных среди рекламодателей являются маршруты в аэропорты Домодедово и Шереметьево. Ядром аудитории являются пассажиры от 16 до 54 лет, среднего достатка, рабочие и студенты. Целенаправленно созданный ролик для данной аудитории заинтересует и станет эффективным инструментом воздействия. Средняя длительность одной поездки составляет 25 минут. При этом средняя частота контакта с видеомонитором в маршрутке выше, чем, например, в наружной рекламе, где у рекламодателя есть всего несколько секунд, чтобы заинтересовать потенциального потребителя. n2.jpg Рекламные блоки выходят каждые 5 минут. Это позволяет планировать количество рекламных сообщений (от 2 до 12 показов в час) в зависимости от того, какие показатели охвата аудитории и частоты контактов желательны для клиента. Среднее количество контактов на один показ рекламного ролика достигает 7,5. «Наши рекламодатели понимают, какой аудитории они адресуют свои рекламные сообщения, поэтому мы четко можем определить контекст рекламы, интересный именно этой группе. Нашими транспортными средствами регулярно пользуется огромное количество людей, поэтому представьте, сколько человек сможет увидеть вашу рекламу за день. Основным преимуществом данного канала является максимально возможный охват аудитории интересующего района при минимальном бюджете, а включение в медиамикс позволяет решать, как охватные, так и имиджевые задачи клиента. Видеоэкраны позволяют размещать полноценное видео, которое привлекает внимание пассажиров во время поездки», – отмечает коммерческий директор Вероника Бордунова. Правильно созданный видеоролик предоставляет пассажиру полезную информацию о выгодных акциях, заманчивых скидках и качественном товаре, поэтому психологически видео не вызывает негатив, а напротив, заинтересовывает. Реклама на экранах в транспорте – это ненавязчивый способ донести сообщение до потребителя при относительно недорогой стоимости контакта. В отличие от наружной рекламы не отвлекает автомобилиста от дороги, а в отличие от ТВ-рекламы не прерывает интересный фильм. Другими словами, такая реклама не раздражает пассажира. В условиях московских пробок видеоролики несут развлекательно-информационный характер, привлекают наглядностью, динамичностью и ярким креативом. Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/8502537.html>

[ГКУ города Москвы «Городская реклама и информация»](#)