

MASTER IN
Единый индор оператор России

**РАЗМЕЩЕНИЕ
INDOOR-РЕКЛАМЫ
в Москве, Санкт-Петербурге,
по всей России**





НАШ ОПЫТ РАБОТЫ

Работая с различными учреждениями напрямую более 10-ти лет, **Агентство индор-рекламы «Мастер Ин»** предлагает своим клиентам размещение информации **в бизнес-центрах, учебных и медицинских учреждениях, торговых комплексах, фитнес-клубах, промышленных и государственных предприятиях** на собственных рекламных конструкциях: световых коробах, стойках, рамках, установленных в местах с наибольшей проходимостью.

Наш опыт это:

- реализация крупных федеральных кампаний более чем в 70 городах России единоразово
- опыт работы с федеральными сетевыми рекламными агентствами
- «экспертность» по каждому из направлений indoor
- реализация нестандартных проектов на территории площадок
- организация промо-мероприятий и Event-событий
- разработка спецпроектов по Indoor для направлений клиентов

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- ✓ **Собственная сеть** рекламоносителей
- ✓ **Выгодные финансовые условия** размещения «от собственника»
- ✓ Работа **в режиме «одного окна»** по площадкам indoor в любом регионе РФ
- ✓ **Собственное производство**, типография и интерьерная студия
- ✓ Офисы в 4 регионах присутствия, соответственно, более **глубокое знание рынка регионов**
- ✓ Решение задачи «под клиента»: поиск и **привлечение любых площадок** для размещения клиента по заданным параметрам: регион, геолокация, ЦА и т.п.
- ✓ Еженедельный **контроль размещения**
- ✓ Решение и учет всех рекламных проектов через единую ERP систему, а значит, соблюдение качества и сроков размещения.



НАШИ КЛИЕНТЫ

За годы работы нашими клиентами стали более 500 компаний, среди них:





НАШИ КЛИЕНТЫ





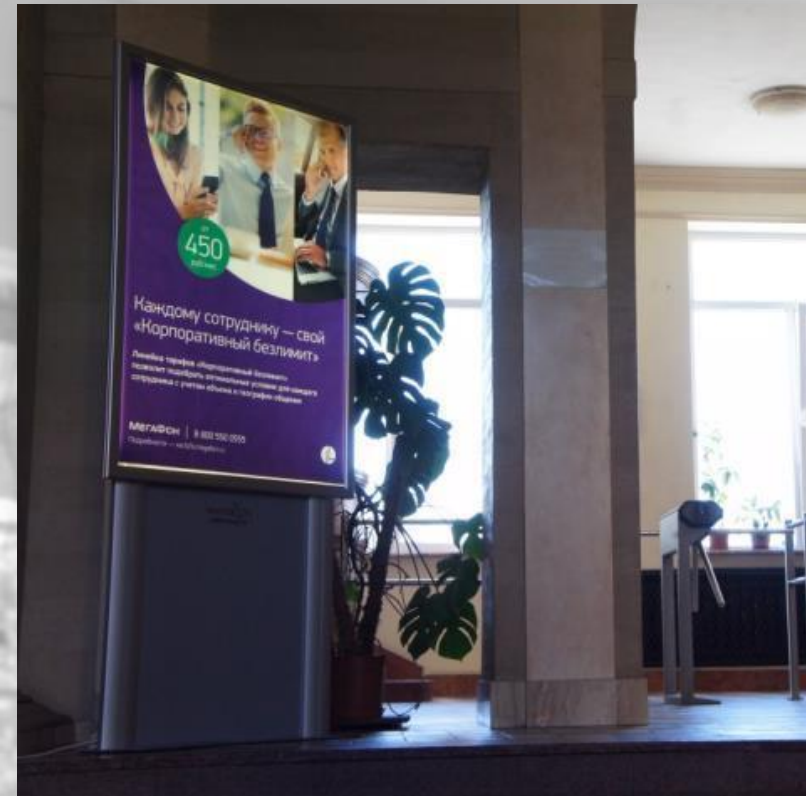
РЕКЛАМА В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Владельцы частных средних и крупных компаний, топ-менеджеры и менеджеры среднего звена, офисные сотрудники и посетители бизнес-центров: экономически-активная часть населения в возрасте 25-50 лет (ядро 25-45 лет) с доходом выше среднего;
- ✓ Активные потребители: сами зарабатывают и тратят;
- ✓ Отдают предпочтение брендовым товарам;
- ✓ Многие имеют личный автомобиль

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В БЦ:

- ✓ Позволяет обратить внимание на продукт людей из различных деловых кругов (от секретаря до генерального директора) – наша реклама не блокируется секретарями call-центров.
- ✓ Формирует знание и мнение о продукте у целевой аудитории еще до момента начала его продажи, тем самым облегчает труд вашему менеджеру по продажам.
- ✓ Обеспечивает эффективное многократное точечное воздействие на бизнес-аудиторию: до нескольких раз за один рабочий день.
- ✓ Ненасыщенное рекламное окружение в большинстве учреждений.
- ✓ Легкая запоминаемость: офисные работники видят рекламу минимум 2 раза в день.
- ✓ Обладает большей длительностью контакта - если среднее время контакта с наружной рекламой 2-3 сек., то в БЦ оно заметно больше и доходит до 2 минут ежедневно.





РЕКЛАМА В ВУЗАХ, ШКОЛАХ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ ВУЗы/ техникумы - студенты, преподаватели, абитуриенты
- ✓ Школы, детские сады - учащиеся, персонал дошкольных/школьных учреждения, родители

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ:

- ✓ Целевая аудитория-молодежь, быстро принимающая решения, легко воспринимающая рекламу, благосклонно настроенная ко всему новому;
- ✓ ВУЗ является идеальной стартовой площадкой для массовой рекламной кампании товаров для молодежи;
- ✓ Возможность доносить рекламную информацию до четко выделенной целевой группы: студенты определенной специальности, образа жизни (например, реклама спортивного питания для студентов Академии физической культуры, реклама школы скандинавских языков -для студентов скандинавского факультета ВУЗа либо школ с углубленным изучением языков и т.д.).



РЕКЛАМА ПОЛИКЛИНИКАХ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Детские поликлиники: дети до 16 лет, родители, медперсонал
- ✓ Взрослые и стоматологические поликлиники, консультации, травмы, больницы: люди 17-50 лет с различным уровнем доходов, социальным статусом; старшее поколение.

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ:

- ✓ Максимальное количество визуальных контактов - все рекламные конструкции размещены в местах с повышенной проходимостью: у регистратуры, в холлах, гардеробе, у кабинетов специалистов.
- ✓ Длительное время контакта - время, проведенное в ожидании приема, в очереди в регистратуру, в гардероб
- ✓ Сезонный фактор- высокая посещаемость учреждений в период с сентября по июнь, а так же в зимний период (эпидемия гриппа).





РЕКЛАМА В ФИТНЕС-КЛУБАХ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Молодежь, мужчины/женщины 20-40 лет, со средним/выше среднего уровнем дохода
- ✓ Уделяют внимание и время себе, своему здоровью и внешнему виду
- ✓ Активные потребители: сами зарабатывают и тратят

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ФИТНЕС-КЛУБАХ:

- ✓ Позволяет обратить внимание на продукт людей из различных сфер деятельности
- ✓ Легкая запоминаемость: люди расслаблены, не думают о работе и проблемах - уделяют внимание тому, что им могло бы быть полезно
- ✓ Обеспечивает эффективное многократное точечное воздействие на аудиторию: от нескольких раз (носитель при входе в клуб), до постоянного контакта во время тренировки (брендирование зеркал в тренажерном зале)
- ✓ Возможность четкого разделения аудитории - мужчины/женщины.
- ✓ Низкий рекламный шум.
- ✓ Различные возможности для нестандартной рекламы



РЕКЛАМА В РЕСТОРАНАХ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Широкий охват аудитории из различных сфер деятельности: экономически-активная часть населения в возрасте 25-45 лет с выше среднего/высоким уровнем дохода;
- ✓ Активные потребители: сами зарабатывают и тратят;
- ✓ Имеют личный автомобиль

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В РЕСТОРАНАХ:

- ✓ Позволяет обратить внимание на продукт людей из различных сфер деятельности.
- ✓ Легкая запоминаемость: во время трапезы или ожидания заказа/счета эффективный и продолжительный контакт.
- ✓ Формат размещения в ресторанах расширяет границы рекламных возможностей, позволяя проводить самые смелые и запоминающиеся мероприятия или длительные промо акции, собирая нужных гостей.



РЕКЛАМА В КИНОТЕАТРАХ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Энергичные люди (16 лет - 45 года)
- ✓ Активные потребители новых товаров и услуг с высокой коммуникационной активностью.
- ✓ Люди, позитивно настроенные на отдых и поэтому положительно воспринимают информацию
- ✓ Люди, готовые тратить деньги на удовольствие
- ✓ Люди со средним-выше среднего доходом

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В КИНОТЕАТРАХ:

- ✓ Большой спектр рекламных возможностей
- ✓ Широкий охват аудитории
- ✓ Эффективность воздействия благодаря положительному настрою целевой аудитории
- ✓ Хороший показатель запоминаемости
- ✓ Возможность точно отследить количество гарантированных контактов (по количеству проданных билетов)





РЕКЛАМА НА ЗАВОДАХ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Люди с доходом средний/выше среднего, 35-55 лет
- ✓ ЦА составляют как непосредственно работники заводов, так и офисные сотрудники (в случае, если часть помещений сдается)
- ✓ Активные потребители

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ НА ЗАВОДАХ:

- ✓ Рекламные конструкции находятся в местах максимальной проходимости (на проходных предприятий)
- ✓ Частота контакта, в связи с чем - высокая запоминаемость объекта рекламирования
- ✓ Низкий рекламный шум
- ✓ Эксклюзивная площадка – в настоящий момент ни один оператор индор-рекламы за исключением Агентства «Мастер Ин» не предоставляет своим клиентам возможность размещения на предприятиях России в рамках существующей адресной программы



РЕКЛАМА НА АЗС



- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:**
- ✓ Мужчины и женщины от 25 до 50 лет (в последнее время растет число женщин-автовладельцев, а так же молодежи, имеющей собственное авто)
 - ✓ Как минимум дважды в месяц посещающие АЗС, непосредственно сами автовладельцы и их пассажиры

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ НА АЗС:

- ✓ Реклама на АЗС – это недорогой, удобный и весьма эффективный инструмент продвижения товаров и услуг
- ✓ Реклама на АЗС работает 24 часа в сутки
- ✓ Длительное время контакта в силу необходимости ожидания окончания заправки автомобиля
- ✓ На территории АЗС внимание водителя не приковано к дороге, а значит, есть время для спокойного восприятия информации.
- ✓ Необходимость посещения-рост числа автомобилей в России определяет востребованность заправок, автолюбители не могут не посещать АЗС





РЕКЛАМА В ТРК



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ✓ Платежеспособные мужчины и женщины, молодежь
- ✓ Семейные пары с детьми
- ✓ Покупатели с высокой потребительской активностью, лояльно настроенные на приобретение новых товаров/услуг принимающие решение о покупке «здесь и сейчас»

СПЕЦИФИКА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ:

- ✓ Высокая проходимость, и, как следствие, широкий охват аудитории
- ✓ Высокая восприимчивость и длительный контакт – люди приходят в ТРК не только за покупками, но и отдыхать всей семьей, проводя время на фуд-кортах, посещают детские комнаты, кинотеатры и развлекательные зоны ТРК
- ✓ Большое количество возможных видов рекламы, в том числе нестандартных (экспонирование авто, брендование артиумов, лифтов, напольные 3D-изображения, промоактивность и т.д.)
- ✓ Сезонная активность – во время распродаж и перед праздниками (Новый год, 23 февраля, 8 марта, 1 сентября) значительное увеличение потока клиентов
- ✓ Активность потока клиентов, создаваемая самим ТРК- концерты на территории ТРК, ночи скидок и т.д.



КОНТАКТЫ

Рекламное Агентство «Мастер Ин»

Адреса и фото мест размещений на сайте
www.master-in.ru

Телефон в Санкт-Петербурге:
(812) 458-81-29

Телефон в Москве:
(977) 791-81-40

Телефон в Казани:
(843) 210-21-61

Бесплатно по России:
(8-800) 333-82-18