

Экономь до 40% бюджета на наружную рекламу!

Краткая презентация
для рекламодателей

О компании



Более 20 лет опыта в исследованиях и измерениях наружной рекламы

Единственная на российском рынке компания-эксперт, имеющая опыт в работе с картами и геоинформационными системами, различного рода данными, собственными методами замеров объёмов аудитории. Партнер и совладелец Admetrix – компания «Эспар-Аналитик»



Ключевые продукты:

- **Мониторинг наружной рекламы** по 50 городам России
- **Данные об объемах аудитории*** (медиаметрические характеристики Reach&Frequency, GRP, OTS)
- **Замеры эффективности** рекламных кампаний
- **Фото- и видео-аудит:** проверка факта размещения рекламы в течение кампании



В основе продуктов:

- Ежемесячные объезды (визуальное инспектирование) всех рекламоносителей
- Высокоточные данные об объемах автомобильных и пешеходных потоков, данные о скоростях потоков
- Опросы населения

* В 41 городе России

Нам доверяют и нас выбирают

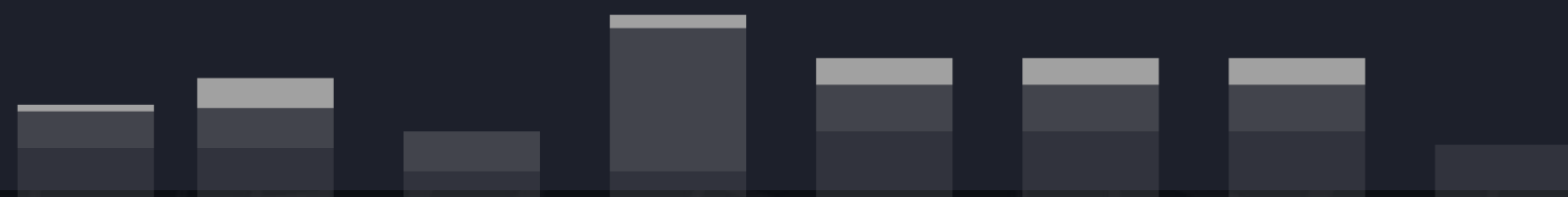
Наши клиенты

- Крупнейшие агентства: OMD, Mediainstinct, Posterscope (dentsu), Smart View (SA Media Group), Publicis, GroupM, ADV Benchmark, СБЕР.Маркетинг, Дельтаплан, MAGMA (MediaPlus)
- Исследовательские компании и рекламодатели: Mediascope, НСК, СТС
- Крупнейшие владельцы рекламных конструкций: Russ Outdoor, Gallery, Дизайнмастер, РИМ Mediagroup, ДРИМ, Расвэро, Игроник, Sunlight Outdoor, LBL, Перспектива, SCG

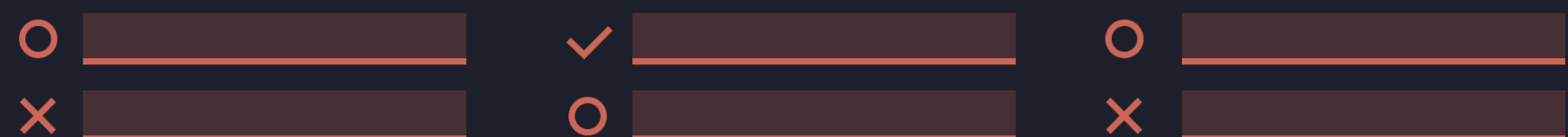


Продукты и услуги

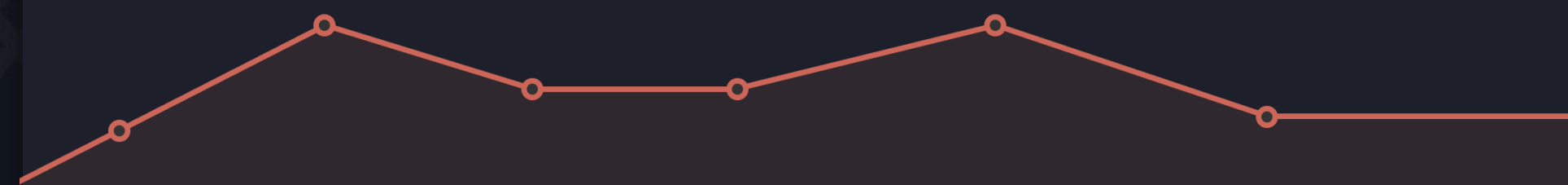
Мониторинг - база данных для анализа рынка наружной рекламы в динамике от месяца к месяцу, из года в год



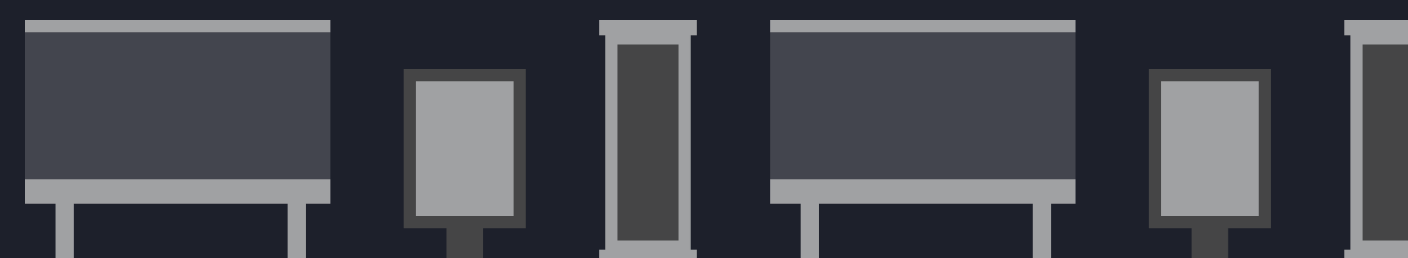
Опросы – исследование эффективности рекламной кампании, качества креатива, вклада различных медиа-каналов



Аудиторные данные – объёмы аудитории каждой рекламной поверхности, планирование рекламной кампании на основе медиаметрических характеристик



Аудит – контроль факта и качества размещения рекламно-информационных материалов



Мониторинг

Обзоры рынка наружной рекламы, его изменения, владельцы инвентаря (операторы), виды и форматы рекламных конструкций, рекламируемые бренды, затраты рекламодателей, доходы и коммерческая загрузка операторов, перечень рекламных конструкций с координатами их установки – всё это содержится в ежемесячно обновляемой базе мониторинга

База данных для анализа рынка в 50 городах России

- Инвентарь владельцев рекламных конструкций, их количество, форматы, принцип смены изображений
- Объёмы размещения брендов, используемые форматы и адресные программы
- Координаты каждого рекламоносителя для работы с картой
- Доступ через программное обеспечение «ODA-Stat» или web-интерфейс «ASAP» с ежемесячным обновлением
- Оценка затрат рекламодателей и доходов владельцев инвентаря
- Все данные в динамике от года к году, от месяца к месяцу, за последние 24 месяца
- Коммерческая загрузка (объёмы проданных поверхностей) владельцев рекламных конструкций
- Возможность расчёта медийного веса владельца инвентаря или рекламной кампании бренда

Аудиторные данные

Выбрать лучшие из доступных к покупке рекламные поверхности, сравнить их эффективность между собой, выбрать нужные форматы, выбрать достаточное и не избыточное количество рекламных поверхностей, сравнить эффективность различного количества рекламных поверхностей разных форматов и владельцев инвентаря – всё это позволяет сделать база данных об объёмах аудиторий рекламных поверхностей. Покупай не рекламное место, а его аудиторию

База данных об объёмах аудитории по 40 городам России

- OTS (количество контактов) и GRP (рейтинг) для всех рекламных поверхностей стандартных форматов
- Показатели охвата и частоты рекламных кампаний, накопленные OTS (количество контактов) и GRP (рейтинг)
- Сезонные OTS (количество контактов), GRP (рейтинг) и показатели охвата/частоты рекламной кампании
- Сравнение фактических аудиторных данных рекламной кампании с запланированными
- Доступ через программное обеспечение «ODA-Plan» или web-интерфейс «ASAP» с ежемесячным обновлением
- Позволяет подобрать подходящие форматы и количество рекламных носителей
- Доступны карта и панорамы рекламных носителей
- Доступны данные, какой бренд на каком рекламном носителе размещался в течение последних 24 месяцев

Опросы

Сколько людей увидели рекламную кампанию и запомнили ее. Какой процент из них правильно запомнил рекламирующийся бренд. Насколько эффективна рекламная кампания в сравнении с конкурентами. Какой медиаканал обеспечил большую эффективность размещения. Насколько удачно творческое решение креатива. Насколько эффективна рекламная кампания в разных целевых аудиториях

Анализ эффективности рекламной кампании и креатива

- Оценка конкурентных позиций марок по спонтанному знанию рекламы: динамика и ориентиры для планирования
- Общие результаты рекламной кампании: подсказанное знание; атрибуция с брендом; эффективный охват рекламной кампании
- Сравнение эффективности рекламной кампании с результатами других брендов с учетом рекламных затрат
- Сравнение эффективности рекламы на разных медиаканалах
- Анализ эффективности работы с разными целевыми аудиториями на разных медиаканалах
- Эффективность творческих решений: атрибуция с брендом, ошибки узнавания
- Оценка креатива до запуска рекламной кампании: понимание основной идеи рекламного сообщения; отношение к рекламному сообщению; воздействие на целевые аудитории; мотивация к целевому действию

Аудит

Рекламу не разместили, разместили не качественно, отсутствует освещение, разместили не тот макет, РИМ повреждены, рекламная конструкция повреждена – все эти и другие проблемы выявляет независимый аудит размещения

Независимая проверка размещения по ходу рекламной кампании

- Контроль факта и качества размещения рекламно-информационных материалов (РИМ)
- Анализ и сводный отчёт по проблемным размещениям, с подтверждающими фото- или видео-материалами
- Снимки с близкого расстояния показывают качество поклейки РИМ (пузырьки, складки, стыки и т.д.)
- Дневной и ночной мониторинг
- Панорамные снимки подтверждают размещение правильного макета на правильной конструкции
- Контроль размещения на цифровых рекламных конструкциях
- Любое количество проверок (объездов) в течение периода размещения
- Все города России (более тысячи населенных пунктов)

Новые продукты

Объединение команд AdMetrix и «Эспар-Аналитик» позволило сохранить лучшие наработки прежних лет, повысить частоту и точность аудиторных данных, создать новые, удобные инструменты для работы с данными

Что изменилось:

- **От оценок к измерениям.** В основе аудиторных данных AdMetrix лежат GPS-данные от 4-х поставщиков: TomTom, Locomizer, BestPlace, «Квазар»
- **От среднегодовых рейтингов к ежемесячным.** Теперь аудиторные данные AdMetrix учитывают все изменения в трафике, мы предоставляем сезонные (помесячные) рейтинги в 15 городах с населением 1 млн+. **Теперь фактические показатели можно сравнивать с плановыми**
- В аудиторные данные **добавлено доленое распределение объемов трафика в течение суток**
- Созданы новые каналы работы с данными мониторинга и аудиторными данными - **web-сервис ASAP** и **API**



Хотите быть впереди конкурентов? Работайте с нашими данными

Свяжитесь с нами и мы ответим на все интересующие Вас вопросы

Дмитрий Аввакумов

Ведущий менеджер по работе с клиентами,
главный аналитик

+7 905 793 03 43

davvakumov@admetrixcis.ru