VinEx MEDIA

Размещение рекламы в ТРЦ «КАРНАВАЛ» г.Чехов

О ТРЦ «КАРНАВАЛ»

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

РА **VinEx** представляет Вам уникальные возможности размещения рекламы в ТРЦ «**Карнавал**».
Этот Торговый Центр – настоящее украшение динамично развивающегося города **Чехов**, который находится в **50-ти км** от **МКАД**, что составляет примерно **40** минут в пути при средней скорости **70 км/ч**. на юг по **Симферопольскому шоссе**.

Преимущества ТРЦ «Карнавал»:

1 Целевая аудитория ТРЦ «**Карнавал**» - жители г. **Чехов** и **Чеховского района**, а также гости города. Среди посетителей есть представители различных категорий населения, из них превалируют посетители с высокой покупательской способностью. Посещаемость «**Карнавала**» в среднем **250 тысяч** человек в месяц.

2 **5-ти минутная** удалённость от крупной автомагистрали, связывающей **Чехов** с **Москвой**, близость с зоной элитной жилищной застройки и хорошая визуальная доступность. Отсутствие конкурентов.

3 В качестве якорных арендаторов здесь представлены крупные федеральные сети («**Кораблик**», рестораны «**IL – Патио**» и «**Планета Суши**», «**ИОН**», супермаркет «**Перекресток**» и т.д.)

Портрет целевой аудитории

Демографические характеристики аудитории

Социально активные мужчины и женщины со средним специальным и высшим образованием, от **30** до **55** лет

60%

Молодежь, студенты

25%

Мужчины и женщины с активной жизненной позицией пенсионного возраста

15%

Руководители высшего и среднего звена, муниципальные служащие

65%

Экономические характеристики аудитории

С высоким уровнем дохода

>70%

С средним уровнем дохода

30%

Психологические характеристики аудитории

Преуспевающие люди с активной жизненной позицией

80%

Географические характеристики территории, где проживает целевая аудитория

Интенсивное развитие г. **Чехов** и района, увеличение площади жилой застройки новых кварталов на **30%**, строительство спортивных объектов, расширение границ **Москвы** и как результат постоянный рост численности населения

ВЫВОД: основная аудитория ТРЦ «**Карнавал**» - преуспевающие люди с активной жизненной позицией и высокой покупательской способностью.

УСЛУГИ РА VinEx ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ В ТРЦ «КАРНАВАЛ»

ОПИСАНИЕ

Виды услуг РА «VinEx» по размещению рекламы в ТРЦ «Карнавал»

INDOOR реклама – размещение рекламных материалов внутри ТРЦ «Карнавал»

- Лайтбоксы
- Брендирование поверхностей
- Подвесные широкоформатные носители
- Реклама на паркинге

BTL-акции – мероприятия, направленные на стимулирование сбыта продукции через воздействие на конечного покупателя

- Презентация продукта
- Сэмплинг
- Раздача печатных материалов
- TCL акции
- Event - мероприятия

OUTDOOR реклама – размещение рекламных носителей перед ТРЦ «Карнавал»

- Роллеры
- Пиллары
- Парапетная панель

INDOOR РЕКЛАМА

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

INDOOR (внутренняя) реклама – рекламные носители, расположенные в помещениях с большой проходимостью, в местах большого скопления людей. В первую очередь **INDOOR реклама** располагается в местах продаж, так как в данном случае рекламное воздействие на потребителя происходит в момент покупки. Таким образом, преимущества **INDOOR рекламы** очевидны – это уникальная возможность:

- Провести яркую презентацию товара
- Мягко «подтолкнуть» потребителей к совершению покупок
- Максимально приблизиться к целевой аудитории, повысить длительность контакта с рекламным сообщением
- Ненавязчиво привлечь внимание к своим товарам или услугам

INDOOR РЕКЛАМА

ЛАЙТБОКСЫ

Лайтбокс – ультратонкая световая панель, которая обеспечивает наивысшее качество изображения и гармонично интегрирует рекламу в холлах ТРЦ «**Карнавал**».

Формат CITY
1198 x 1798 см

Формат MIDDLE
830 x 1430 см

Формат SUPER
1498 x 2395 см

Печатный материал: ламинированная бумага **Publiman**, **720dpi**
Условия размещения: от **1 мес**
Ограничения в рекламе табака/спиртных напитков: **НЕТ**

INDOOR РЕКЛАМА
ЛАЙТБОКСЫ

Преимущества размещения:

- Пакетное размещение, внутренняя подсветка, приятный внешний вид, соответствующий уровню развития современных технологий в области изготовления рекламных носителей
- Находятся в ключевых точках торгового центра с высоким траффиком. Оптимальные параметры расположения конструкций, учитывающие высоту изображения и направление угла зрения посетителей , обеспечивают длительную продолжительность и высокую частоту контактов
- Расположение в разных точках торгового центра позволяет увеличить направленность кампании и достигнуть более четкого попадания в нужную целевую аудиторию

Брендирование атриумов, балконов, межэтажных перекрытий

- Забрендированные атриумы, балконы производят незабываемое впечатление на посетителей
- Большая площадь рекламного полотна позволяет разместить целую серию сообщений
- Отличная видимость рекламного изображения со всех уровней торгового центра

Брендирование лифтов, экскалаторов, лестниц

- Такое оригинальное проведение рекламных кампаний воспринимается посетителями как часть общего оформления торгового зала, что сглаживает восприятие рекламного сообщения в сторону развлекательного и интересного
- Возможность разнообразить рекламную кампанию интерактивными (мобильными) вкраплениями, так как согласно исследованиям науки человеческое зрение более восприимчиво к движущимся объектам

INDOOR РЕКЛАМА

БРЕНДИРОВАНИЕ

Брендирование входных дверей, вестибюля, напольная графика, напольные конструкции

- Возможность в первую очередь (до встречи посетителей с другими форматами рекламы) обратить внимание на ваше сообщение на входе и выходе
- Дополняет и взаимодействует с другими рекламными продуктами, увеличивая продолжительность и частоту контакта с рекламной информацией
- Уникальное размещение рекламы и презентация продукта привлекают и интригуют покупателей

Бредирование WC-зоны

- Возможность четко дифференцировать своего потребителя по гендерным признакам
- Этот вид рекламы застает потребителя в тех местах, где он наиболее расслаблен и готов к спокойному восприятию информации
- Неожиданные места размещения (на зеркалах, умывальниках и т.д.) делают контакт с рекламным сообщением более длительным

INDOOR РЕКЛАМА

ПОДВЕСНЫЕ ШИРОКОФОРМАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

Преимущества размещения:

- Большой размер и зрелищность носителей обеспечивают запоминаемость рекламного сообщения
- Отличная видимость рекламного сообщения для всех посетителей и со всех этажей
- Длительный контакт с аудиторией

INDOOR РЕКЛАМА

РЕКЛАМА НА ПАРКИНГЕ

Преимущества размещения:

- Возможность донести рекламное сообщение до потенциальных покупателей-автомобилистов , премиальной части посетителей любого торгового центра
- Этот вид рекламы встречает водителей и их спутников, что создает в их сознании эффект доминирования продвигаемого бренда
- Позволяет достичь точного попадания в выбранную аудиторию, обеспечивая гарантированный контакт представителей целевой аудитории с рекламным сообщением

OUTDOOR РЕКЛАМА

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

OUTDOOR (наружная) реклама – в переводе означает «за пределами дверей», т.е. на улице, это внешняя информация.
Как показывают расчеты, наружная реклама, по сравнению с другими методами, является самой дешевой – стоимость **1000** рекламных контактов при продвижении методами **OUTDOOR (Аутдор)** в разы ниже, чем аналогичных показатель при использовании традиционных медиа-каналов: **телевидения**, **радио**, **интернета** или **печатных СМИ**.

- Выполняет имиджевые, а так же внешние навигационные функции, формируя у аудитории положительное отношение и направляя поток потенциальных покупателей к месту реализации рекламируемых товаров и услуг
- Воспринимается почти неосознанно, в моменты когда люди едут или идут по улице и их разум открыт для восприятия информации

OUTDOOR РЕКЛАМА

УЛИЧНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Преимущества размещения:

- Возможность использования приема "**Story Board**" (несколько макетов постеров, связанных логической последовательностью размещения)
- Динамичное привлекающее внимание изображение, эффектная демонстрация в темное время суток благодаря внутреннему подсвету
- Первое рекламное сообщение, которое видят посетители перед входом в **ТРЦ**. Возможность привлечь аудиторию, которая не собиралась совершать покупки в торговом центре (прохожие, проезжающие мимо автомобилисты и их спутники)

Роллер с динамической сменой изображения
1760 x 1176 (мм)

Парапетная панель, световое ограждение
1944 x 794 (мм)

Пиллар, трехсторонняя рекламная тумба
1340 x 2890 (мм)

BTL - РЕКЛАМА

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

BTL-реклама – это комплекс всевозможных мероприятий, которые направлены непосредственно на покупателя для того, чтобы заинтересовать его, привлечь к той или иной фирме-производителю, рассказать о новинках и товарах. Значение и доля **BTL** в рекламных кампаниях увеличивается в последние годы, это связано с тем, что:

- Потребитель стал более требовательным, он хочет сам разобраться в товаре, который производитель ему предлагает, узнать больше информации о нем, в некоторых случаях попробовать рекламируемую продукцию. Все это можно реализовать при грамотном проведении **BTL-мероприятий**
- **BTL – реклама** обладает большим разнообразием форм и методов воздействия на потребителя, что позволяет выбрать наиболее оптимальную методику по продвижению товара или услуги, сделать **BTL – мероприятие** наиболее запоминающимся для покупателей
- **BTL-реклама** направлена на целевого потребителя продвигаемой продукции, поэтому эффект от нее больше, по сравнению с другими видами рекламы

BTL - РЕКЛАМА

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

BTL – АКЦИИ

Раздача печатных материалов - раздача, листовок, буклетов, сопровождающаяся персональным обращением, которое стимулирует принятие решения о покупке

Размещение нестандартных промо-конструкций - подвесных автомобилей, дирижаблей или надувных фигур

Сэмплинг – раздача образцов продукции, дегустации, возможность познакомить потребителей с особенностями продукта

Event-мероприятия – развлекательные или рекламные представления, направленные на продвижение того или иного бренда

Презентации продукта – информирование целевой аудитории о новом продукте и его характеристиках (используются промостойки)

TCL («to command loyalty» - с англ. «управлять лояльностью») – акции, направленные на повышение лояльности (скидки, дисконтные карты, купоны и т.д.)

BTL - РЕКЛАМА

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА

Преимущества:

- Возможность прямой демонстрации товара
- Гарантированный контакт с рекламным сообщением
- Высокая продолжительность контакта
- Возможность без промедления получить ценные отзывы и мнение покупателей о своем товаре

VinEx MEDIA

BTL - РЕКЛАМА

СЭМПЛИНГ

Преимущества:

- Гарантированный контакт с рекламным сообщением
- Высокая продолжительность контакта
- Возможность без промедления получить ценные отзывы и мнение покупателей о своем товаре
- Возможность прямой демонстрации товара
- Возможность сбора ценных сведений о потенциальных покупателях

BTL - РЕКЛАМА

РАЗДАЧА ПЕЧАТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Преимущества:

- Большое количество прямых контактов с посетителями
- Таргетирование целевой аудитории
- Хорошая возможность поддержать основную рекламную кампанию
- Передача "**из рук в руки**" - большая вероятность, что информацию прочтет кто-то из друзей и близких посетителей ТРЦ

BTL - РЕКЛАМА

TCL-АКЦИИ (МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЛОЯЛЬНОСТИ)

Преимущества:

- Возможность повысить лояльность к продукту или услуге
- Хорошая возможность поддержать основную рекламную кампанию
- Большая вероятность «**эффекта сарафанного радио**»

BTL - РЕКЛАМА

EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ

Преимущества:

- Ненавязчивость рекламного сообщения приводит к созданию желаемого образа марки в сознании потребителей
- Эмоциональная привязка к бренду, погружение участников в ценности и сущность бренда
- Создание запоминающегося **PR-повода** для **СМИ**
- Замещение прямой рекламы в случаях, когда она запрещена или не действует. Неслучайно **event мероприятия** в России особенно востребованы в таких отраслях, как табачное производство и фармацевтика, где сильны законодательные ограничения

BTL - РЕКЛАМА

РАЗМЕЩЕНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ ПРОМО-КОНСТРУКЦИЙ

Преимущества:

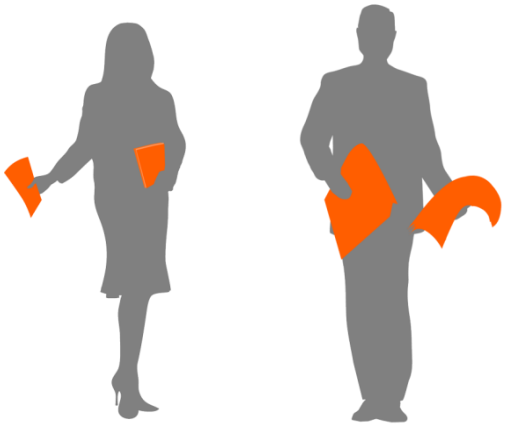
- Необычность конструкций привлекает повышенное внимание, такие размещения служат поводом для обсуждения в разговорах людей между собой
- Широкий выбор возможных вариаций
- Расположены исключительно в местах с высокой посещаемостью, обеспечивая максимальное количество просмотров и высокую эффективность рекламной кампании

РЕКЛАМНЫЙ МИКС

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

РА VinEx рекомендует использование в рекламной кампании **INDOOR** рекламы в комбинации с другими медиа, таких как **OUTDOOR**, **BTL-акции**, **ТВ**, **пресса**, **digital**, **радио**, **интернет** и **транзитная реклама**. Это:

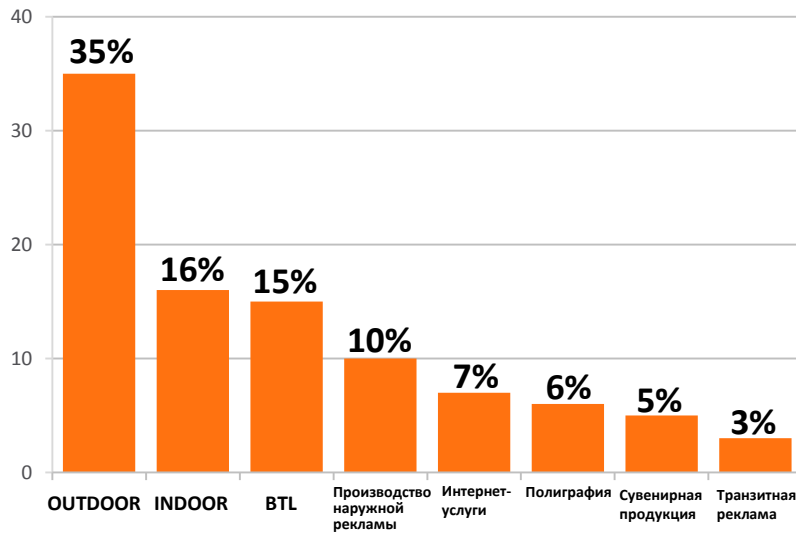
- Приводит к мощному синергетическому эффекту
- Позволяет достичь 100% охвата аудитории
- Создает атмосферу вовлеченности потребителя в тематику проходящей кампании
- Способствует увеличению продолжительности контакта потребителя с рекламным сообщением



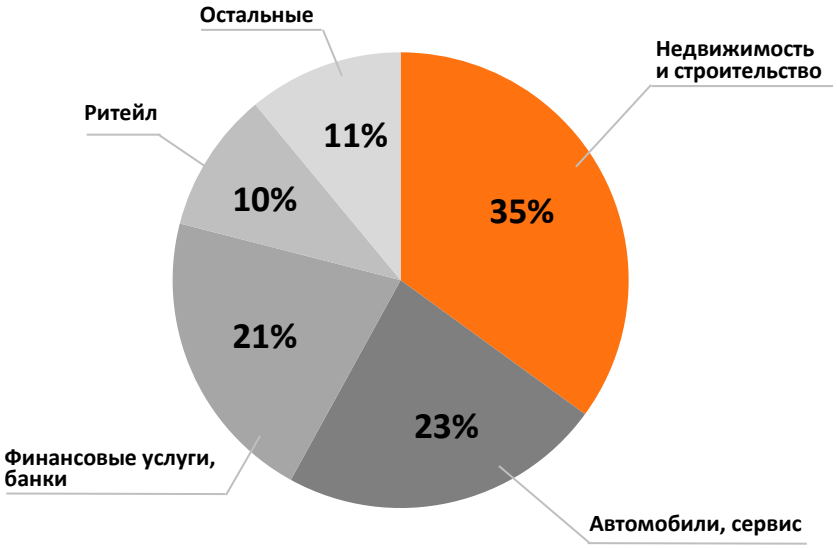
РАБОТАЯ С РА VinEx ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ:

- Индивидуальный подход в продвижении Ваших продуктов и услуг
- Максимальное удовлетворение Ваших потребностей в рекламе
- Оперативную командную работу, нацеленную на требуемый результат
- Для Нас все возможно, если это нужно Клиенту

Основные направления деятельности VinEx:



Товарные категории рекламодателей VinEx:



VinEx MEDIA

УЖЕ РАБОТАЮТ С НАМИ:

Красивая Земля — Продажа земельных участков
ГлавДачТрест — строительная компания
Мособлбанк
Миэль
Возрождение банк
Мемфис — инвестиционно-строительная компания
РСБ Русстройбанк
Сбербанк
АвтоГермес
Сервис+ — группа компаний
Чехов-Авто — группа компаний
МТС
Билайн
Ингосстрах Ingosstrakh
Эльдорадо
Патио
Ион — цифровой центр
Алеф — меха верхняя одежда аксессуары
YDACHA
Яшма Золото
bp
Перекресток
Burger King
McDonald's
Ле Гран
UNIPARX Development
Карусель — гипермаркет
Росгосстрах
Карнавал — торгово-развлекательный центр
Стозем
Трасса
Бизнес парк Румянцево
ВСК — страховой дом — военно-страховая компания
Трансаэро — авиакомпания

и многие другие …

Благодарим за внимание

142306, РФ, Московская область
г.Чехов, ул.Дружбы, д.2А
офис РА VinEx

+7 (495) 780-02-70

E-mail: **info@vinex-media.ru**
www.vinex-media.ru