

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ИЗМЕРЕНИЙ ООН

Сезонность в рейтингах, динамика объёмов трафика,
планирование и отчётность по итогам кампании



KUALA LUMPUR
Evening Forecast
27° Cloudy
Power Screen

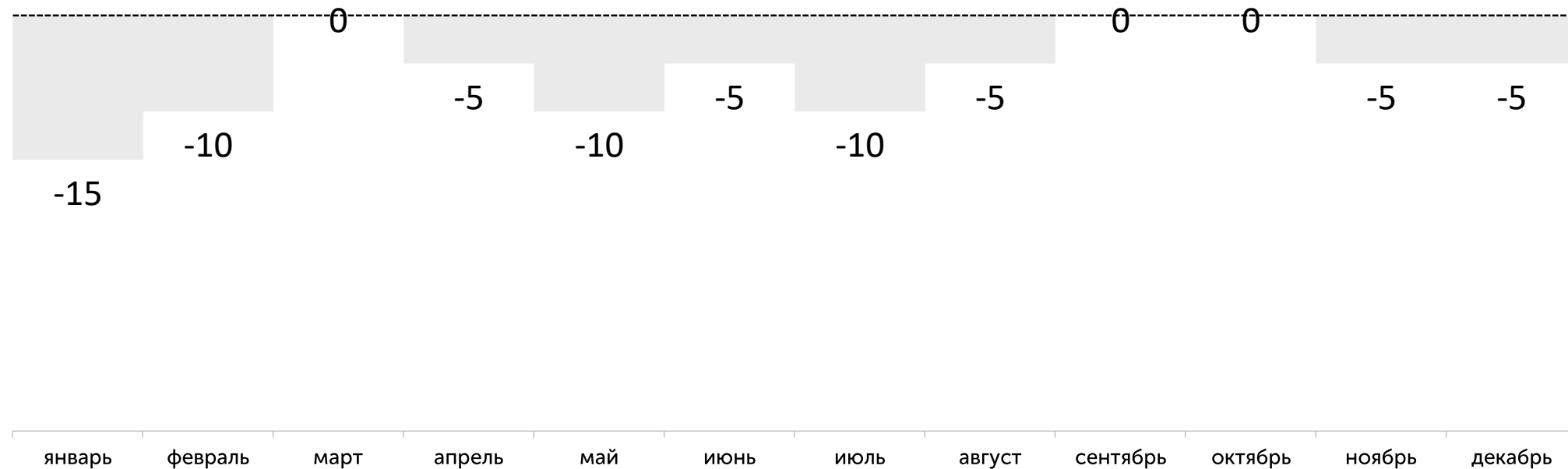
СЕЗОННОСТЬ

51° Cloudy
Power Screen

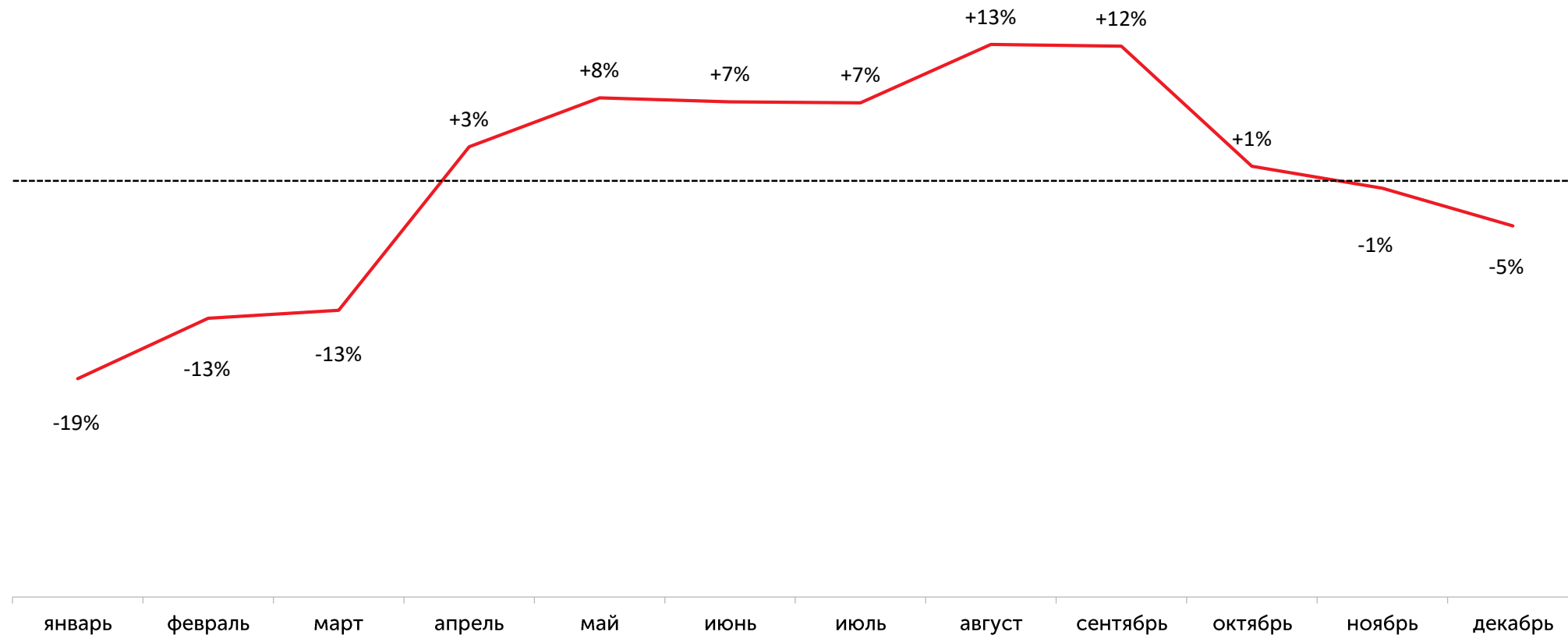
110P1
ilk, Berjaya Time!

GOKL
WB 7284 P

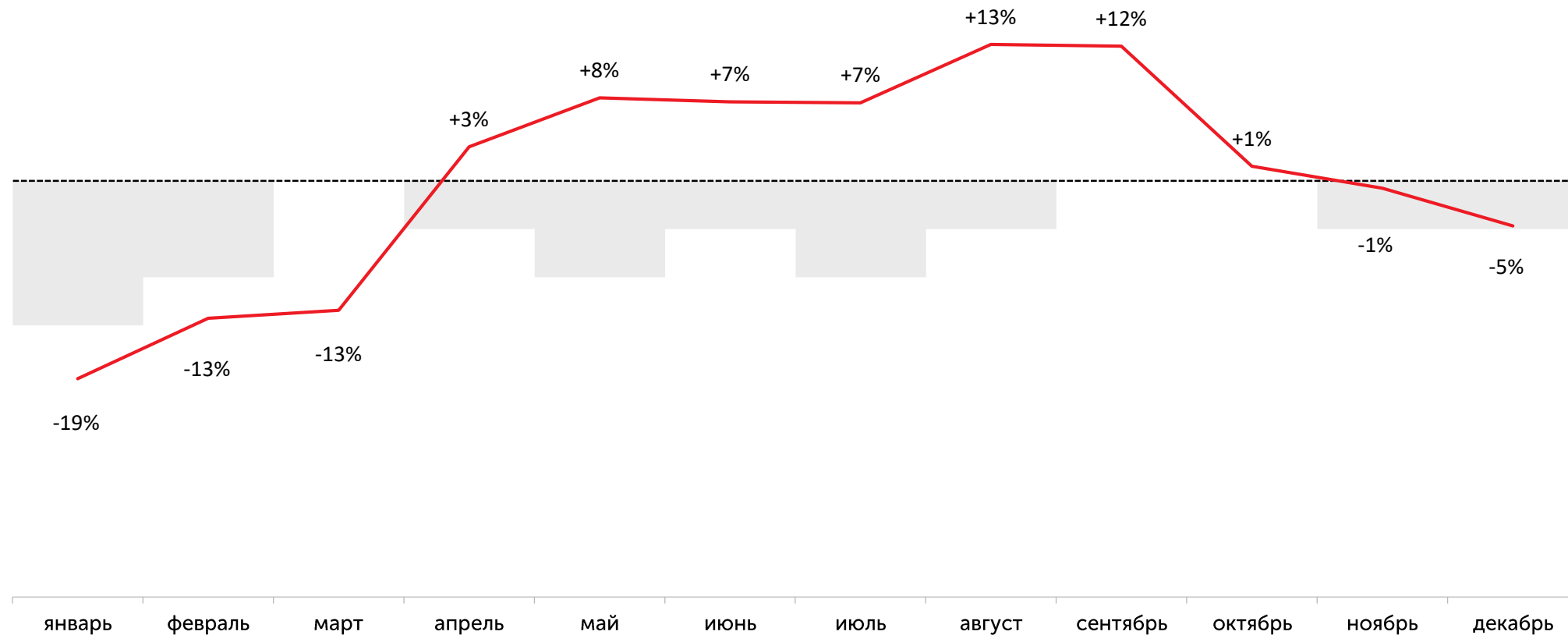
Базовые сезонные скидки владельцев инвентаря



Реальные объёмы трафика на улицах Москвы и Московской Области

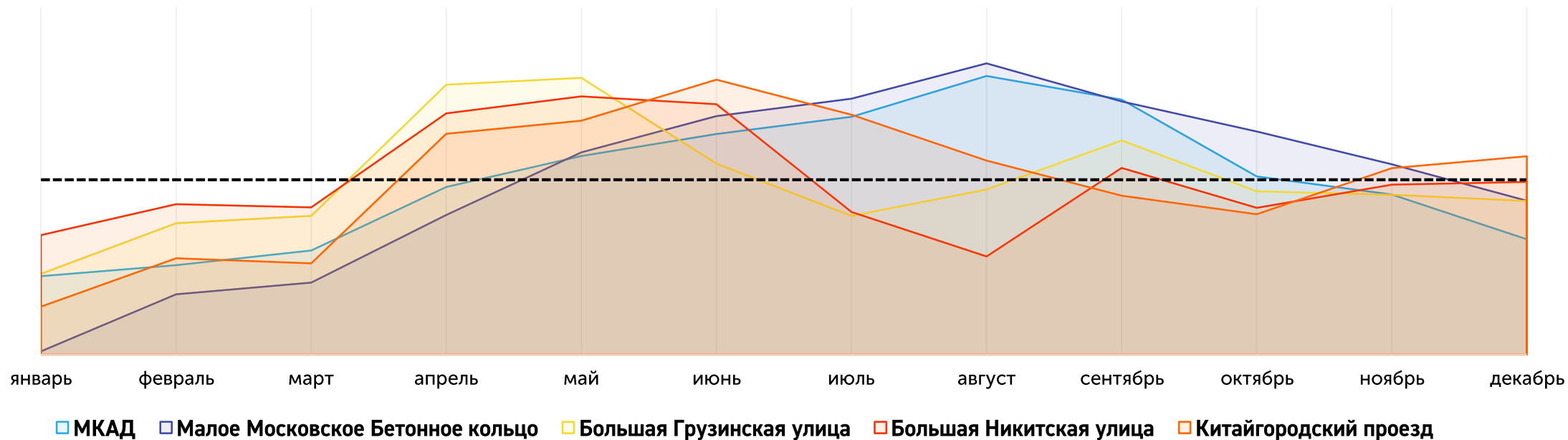



Сезонность, выраженная в скидках владельцев инвентаря, не отражает реальные объёмы трафика




Пиковые значения трафика на разных улицах отличаются

существенно

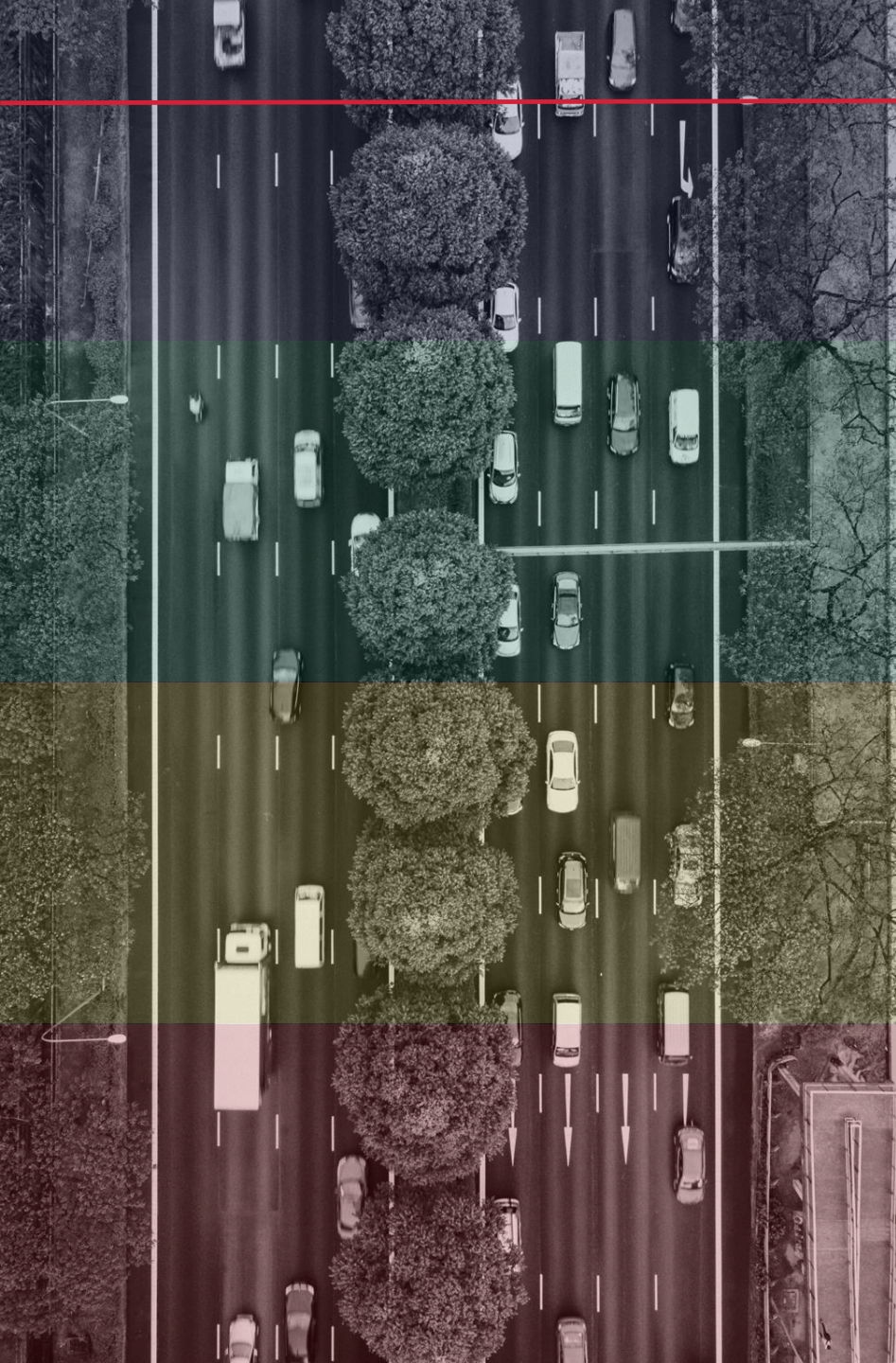




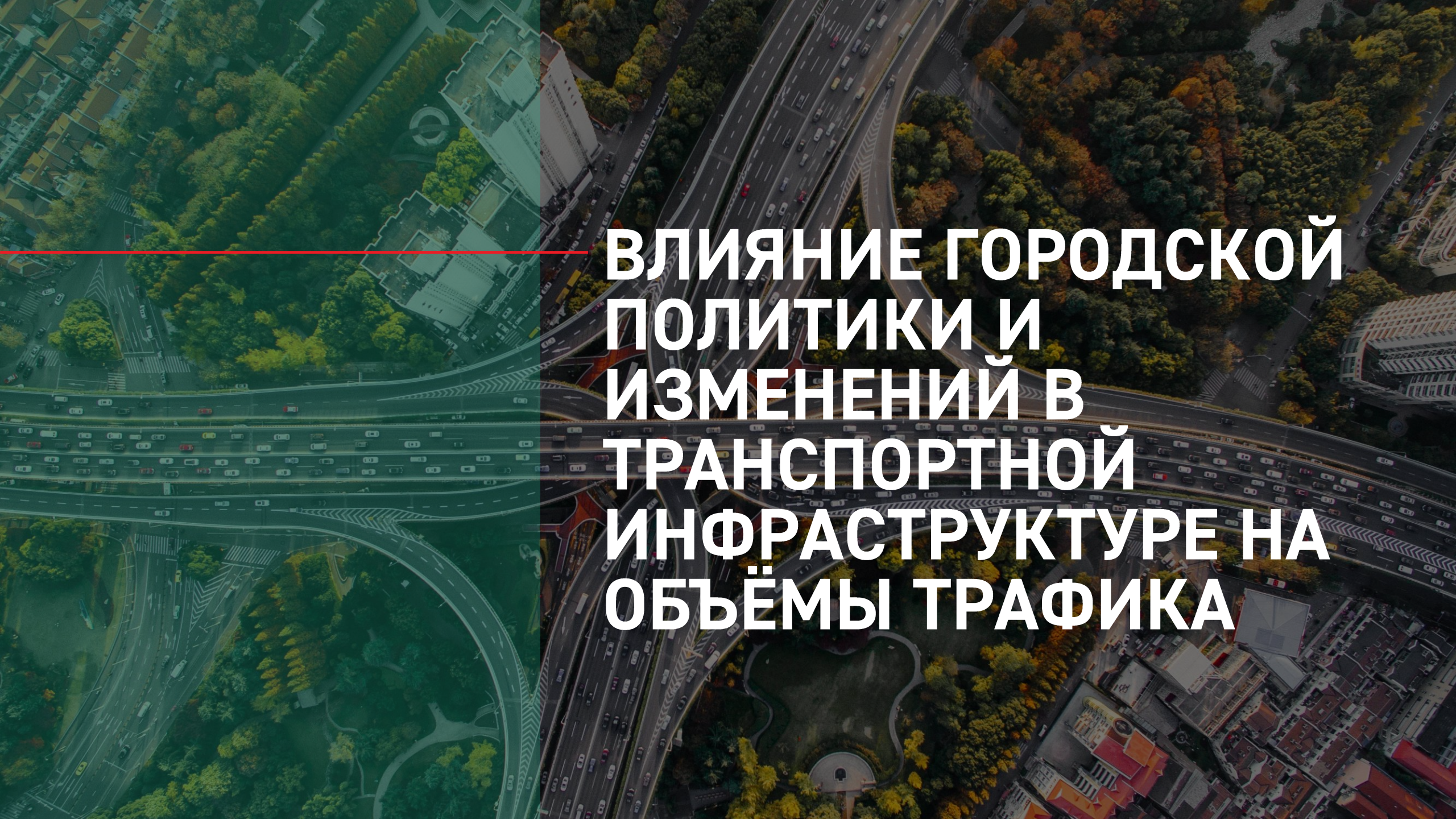
**Сделайте ревизию
запланированных
в 2019 году кампаний**



Ценность каждой поверхности
может и должна определяться
её реальной аудиторией,
а не субъективными
представлениями о ней

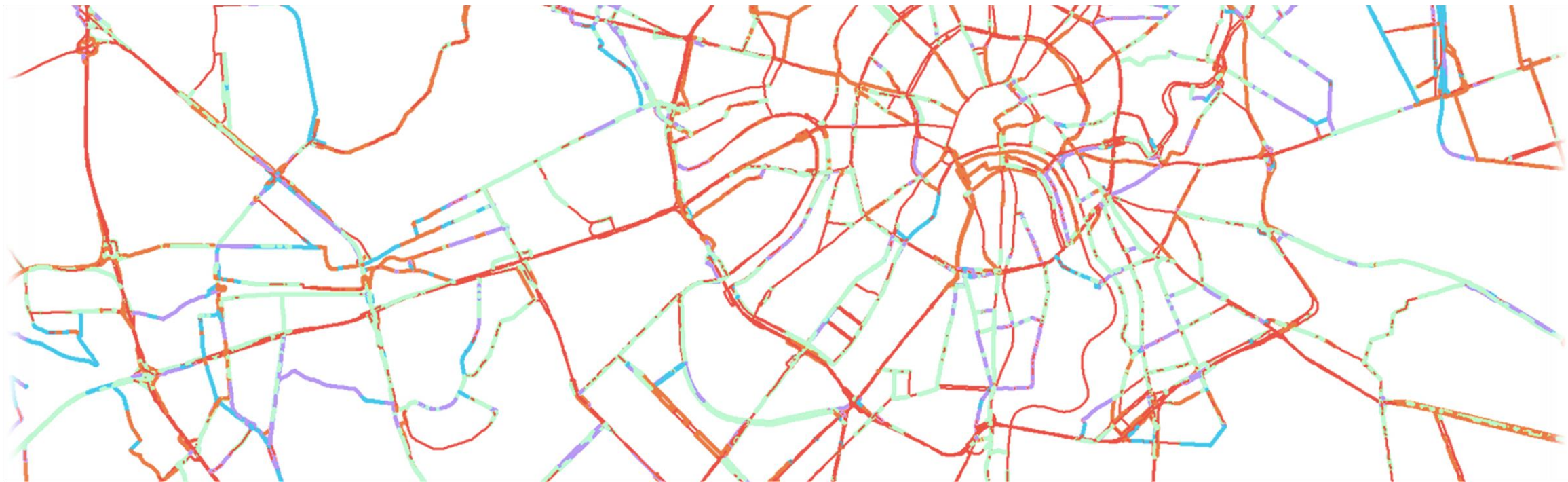


Используйте новые,
детальные и точные знания
о сезонности для наиболее
эффективных решений задач
брендов



**ВЛИЯНИЕ ГОРОДСКОЙ
ПОЛИТИКИ И
ИЗМЕНЕНИЙ В
ТРАНСПОРТНОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЕ НА
ОБЪЁМЫ ТРАФИКА**

Усилия городских властей привели к снижению объёмов трафика в центральной части города и на основных магистралях



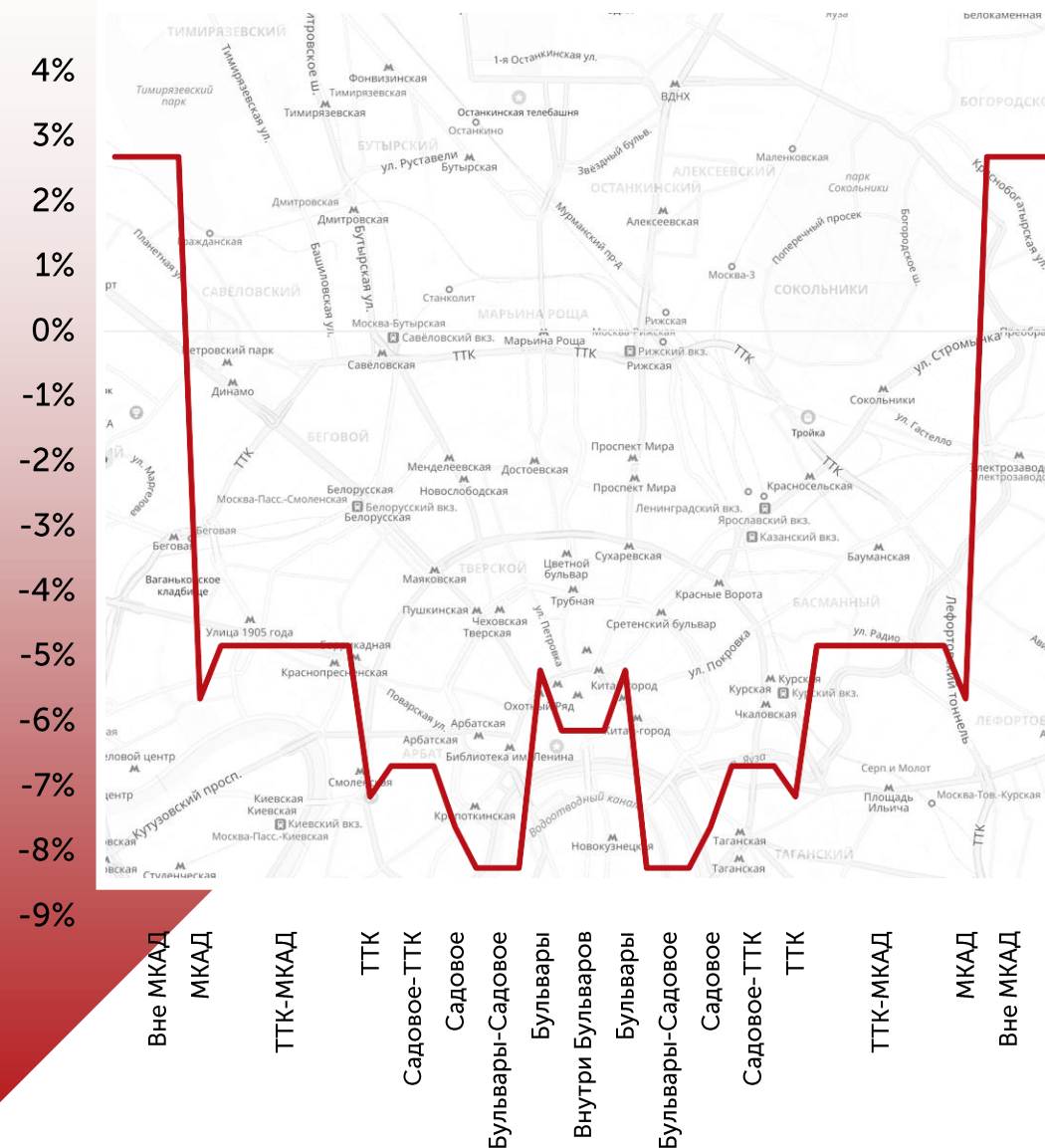
Территория от ТТК до бульваров

показала наибольшую отрицательную динамику

Центр города в границах бульваров потерял чуть меньше, а за пределами МКАД трафик вырос


ИЗМЕНЕНИЕ ИНТЕНСИВНОСТИ ТРАФИКА

январь 2019 к январю 2018





Планирование в outdoor
может и должно включать
**прогнозы по возможному
изменению трафика**
на улицах городах

A night-time photograph of a city street intersection. The scene is illuminated by streetlights and various billboards. A prominent billboard on the left features the 'L' logo and the text 'L' HOTEL'. Another billboard on the right says 'CARNE ARGENTINA'. A traffic light in the center shows a red light. The street has a zebra crossing in the foreground. The overall atmosphere is dark with some light trails from traffic.

КАК ОТЛИЧАЮТСЯ ФАКТИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КАМПАНИЙ ОТ ПЛАНОВЫХ

ПЛАНОВЫЕОхват & Частота
январь 2018**ФАКТИЧЕСКИЕ**Охват & Частота
январь 2019**РАЗНИЦА**

январь 2019 — январь 2018

**Количество
поверхностей**

157

157

Охват (%):

81,5

76,4

-6,3%**Частота**

45,2

47

+4,0%**OTS (тыс.)**

378 827,1

369 520,5

-2,5%**GRP**

3 683,1

3 590,4

-2,5%



Итоги

01 Сезонность

02 Изменения

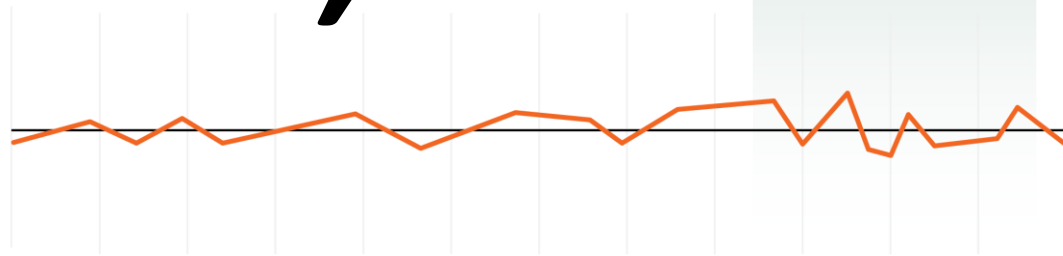
03 План&факт



КАК ИЗМЕНИЛСЯ СРЕДНЕГОДОВОЙ РЕЙТИНГ 2018 ГОДА

При сравнении медиаметрических
показателей на основе старых и новых данных

+2,5%



прибавил **суммарный годовой рейтинг**
на новых данных

±40%



колеблются **медийные характеристики** отдельно
взятых рекламных поверхностей

GRP 0,32 → 0,27

-16%



26-ТИ БАКИНСКИХ КОМИССАРОВ УЛ.12

GRP 0,76 → 0,97

+26%



ЛЕНИНГРАДСКИЙ ПРОСП./БАЛТИЙСКАЯ УЛ.

GRP 0,56 → 0,56

0%



1905 ГОДА УЛ. (ГОСТИНИЦА МЕЖДУНАРОДНАЯ)

GRP 0,76 → 0,97

-11%



КОРОВИЙ ВАЛ УЛ. 3



**В ПЛАНАХ ПО РАЗВИТИЮ
ИНДУСТРИАЛЬНОГО СТАНДАРТА
ИЗМЕРЕНИЙ ООН:**

**ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ (TRP) НА
ОСНОВАНИИ ИССЛЕДОВАНИЯ
МЕДИАСКОП**

МАСШТАБИРОВАНИЕ В РЕГИОНЫ