



Отчёт AdMetric о динамике объёма трафика в Москве и Санкт-Петербурге

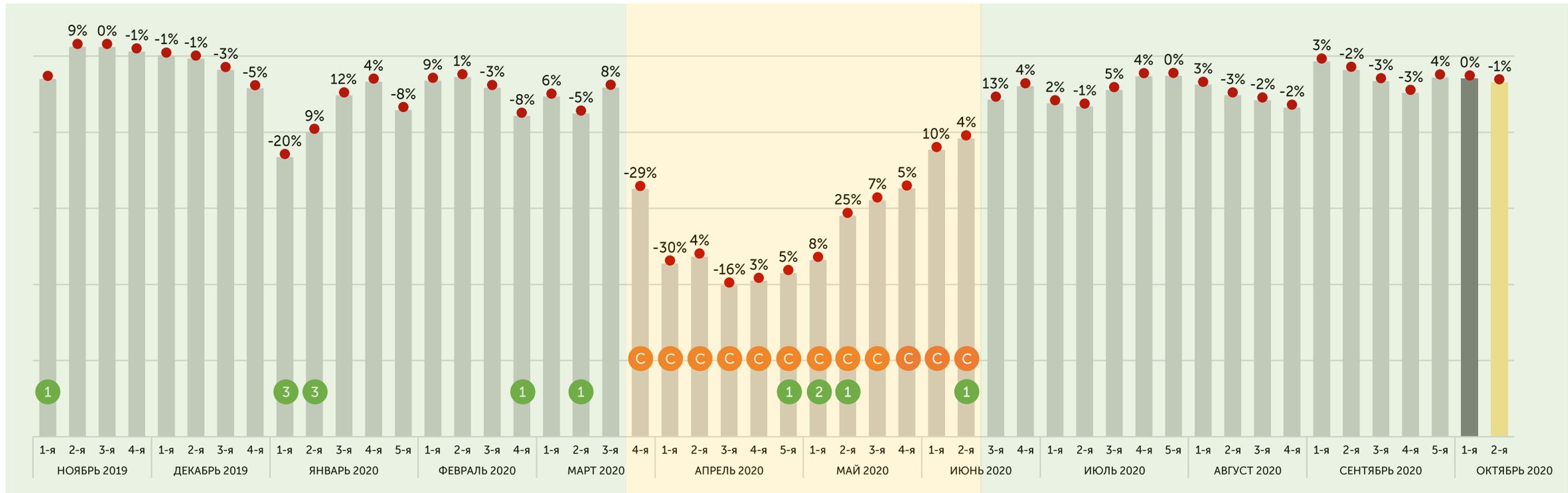
Вторник, 20 октября 2020 года

МОСКВА: за вторую календарную неделю октября (с 12 по 18 октября) объём трафика по отношению к первой календарной неделе октября (с 5 по 11 октября) сократился на 1%

■ Объёмы трафика ● Динамика к предыдущей неделе

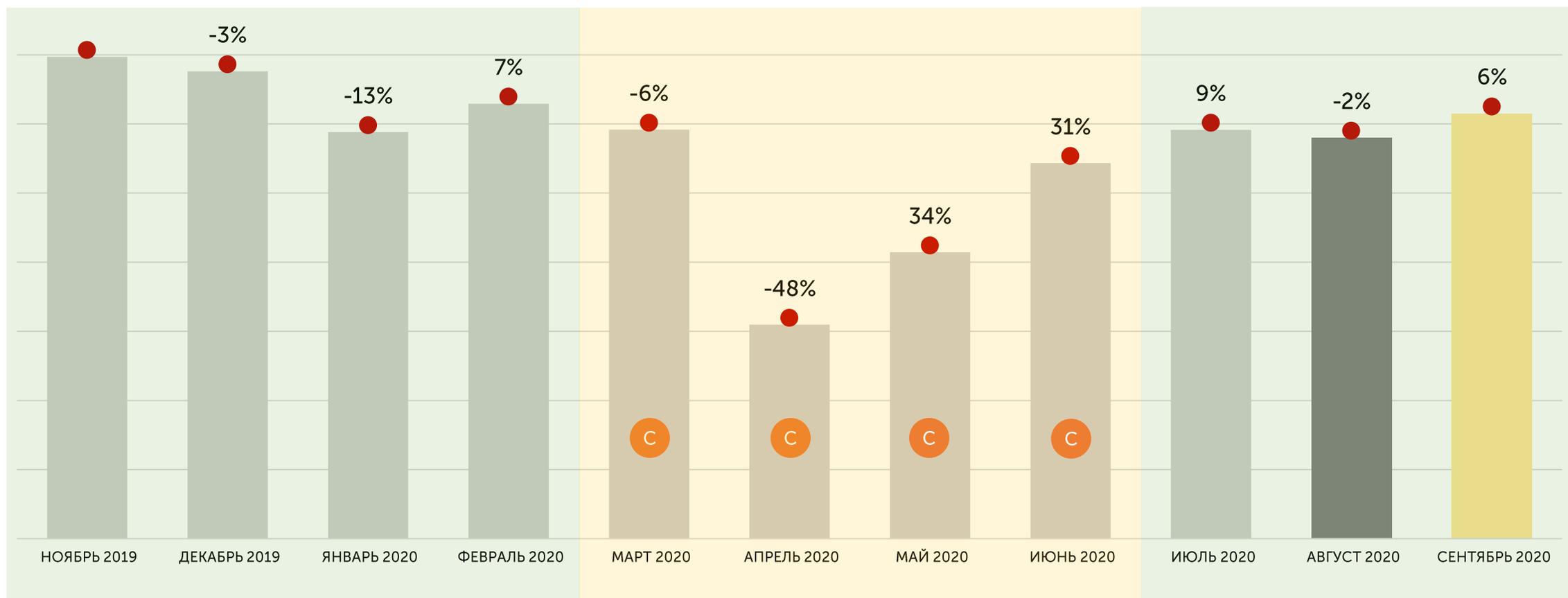
1 Кол-во выходных дней, приходящихся на период с Пн по Пт

С Фактор самоизоляции (COVID-19)



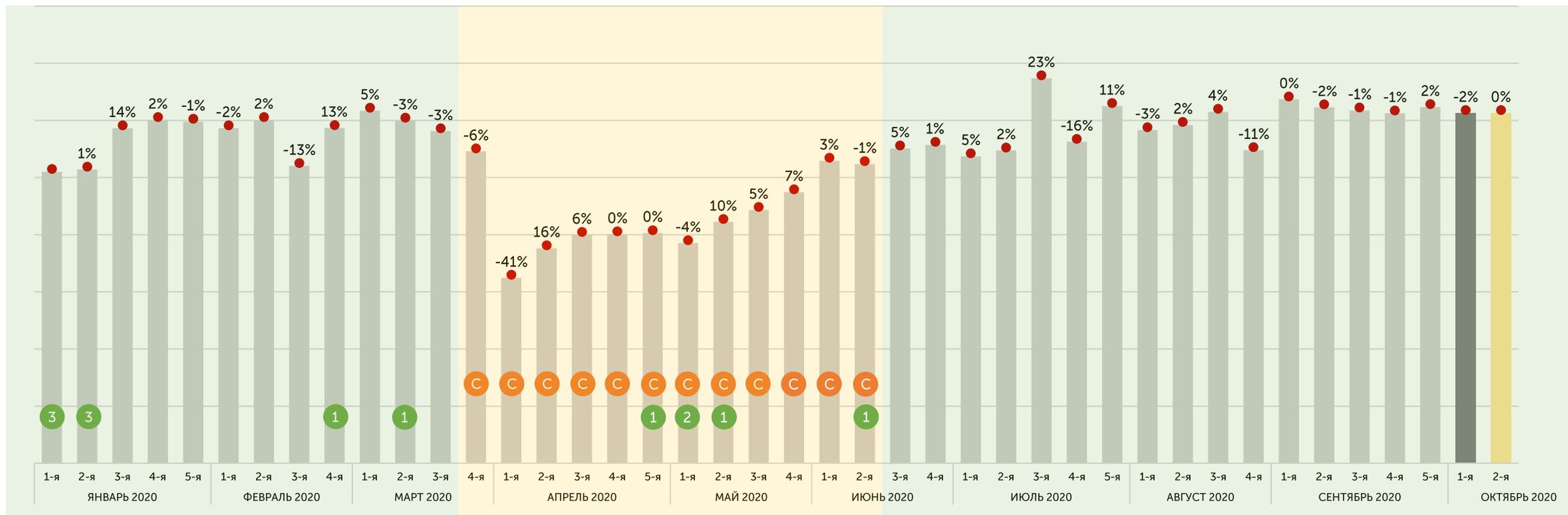
МОСКВА: за сентябрь 2020 года объём трафика увеличился на 6% по сравнению с августом 2020 года

■ Объёмы трафика ● Динамика к предыдущему месяцу WiFi ○ Фактор самоизоляции (COVID-19)



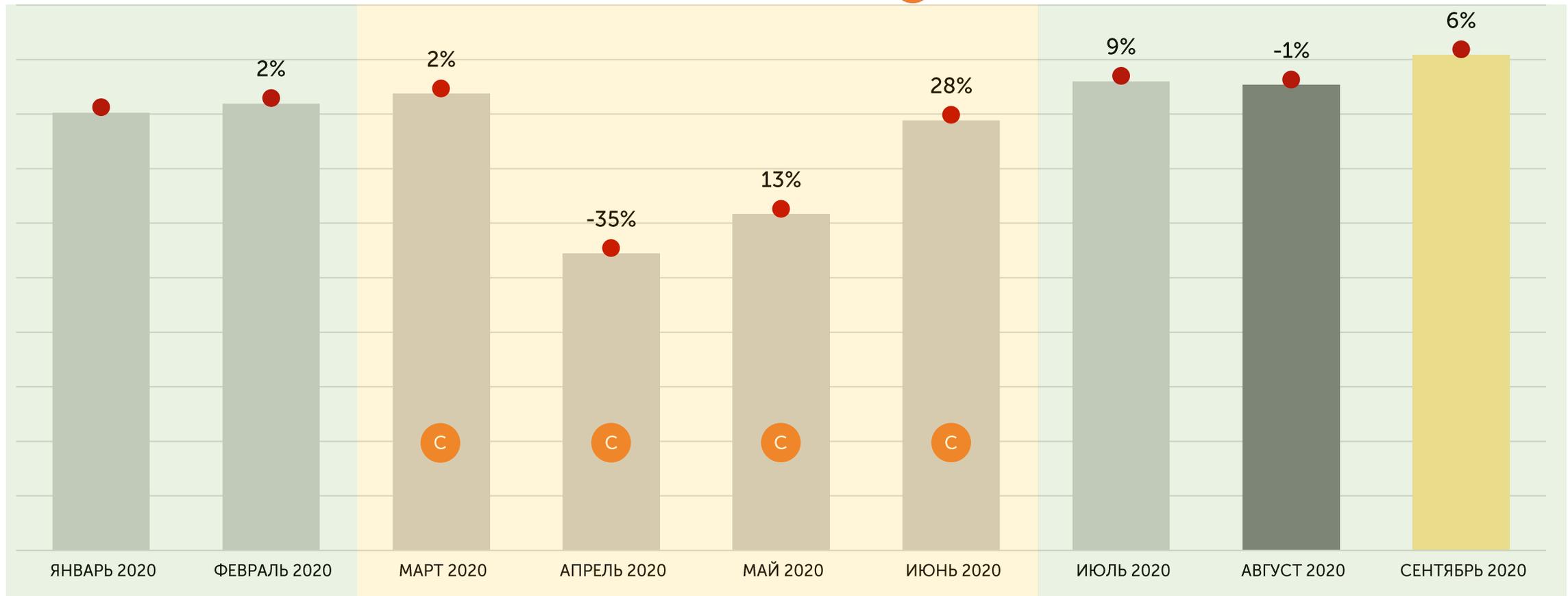
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: за вторую календарную неделю октября (с 12 по 18 октября) объём трафика по отношению к первой календарной неделе октября (с 5 по 11 октября) не изменился

■ Объёмы трафика
 ● Динамика к предыдущей неделе
 1 Кол-во выходных дней, приходящихся на период с Пн по Пт
 C Фактор самоизоляции (COVID-19)



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: за сентябрь 2020 года объём трафика увеличился на 6% по сравнению с августом 2020 года

■ Объёмы трафика ● Динамика к предыдущему месяцу ○ Фактор самоизоляции (COVID-19)



Применение данных отчёта

- Данные отчёта характеризуют усредненные показатели динамики объёмов трафика для всей территории Москвы и Московской области в пределах первого бетонного кольца
- Каждая отдельная (уникальная) адресная программа, в зависимости от форматов и распределения по улицам (районам) города, будет иметь свою динамику объёмов аудитории
- Фактические показатели OTS, GRP, Reach&Frequency для каждого набора сторон могут совпадать или значительно отличаться от усредненных показателей данного отчёта как в большую, так и в меньшую сторону
 - ✓ **! Усредненные показатели отчёта не могут лечь в основу оценки рейтингов любого набора рекламных поверхностей**
- Для точного определения медиаметрических характеристик каждой уникальной рекламной кампании (набора сторон) необходимо рассчитать их в программе «ОДА-План» по окончании периода размещения

Методология

Источники данных и обработка данных:

- TomTom (автомобильные потоки на основе GPS)
- Locomizer (пешеходные потоки на основе GPS)
- Bestplace (моделирование пешеходных потоков)
- WiFi (300+ устройств)
- Оптические камеры (в 24-х точках)
- AdMetric и ЭСПАР (обработка данных)

Подход к формированию отчёта и его отражение в базе аудиторных данных AdMetric:

- В отчёте сравниваются агрегированные данные
 - ✓ За календарные недели, с понедельника по воскресенье
 - ✓ За календарные месяцы, с первого числа месяца по последнее число месяца
- Динамика изменения объёмов трафика отчёта за календарные месяцы коррелирует с динамикой объёмов аудитории в данных программного обеспечения «ОДА-План»