

# ТИШЕ ЕДЕШЬ, БОЛЬШЕ ВИДИШЬ

ВЛИЯНИЕ СКОРОСТИ ПОТОКА  
НА КАЧЕСТВО КОНТАКТА С  
РЕКЛАМОЙ

Ткач Валерия  
ген. директор исследовательского агентства Vision

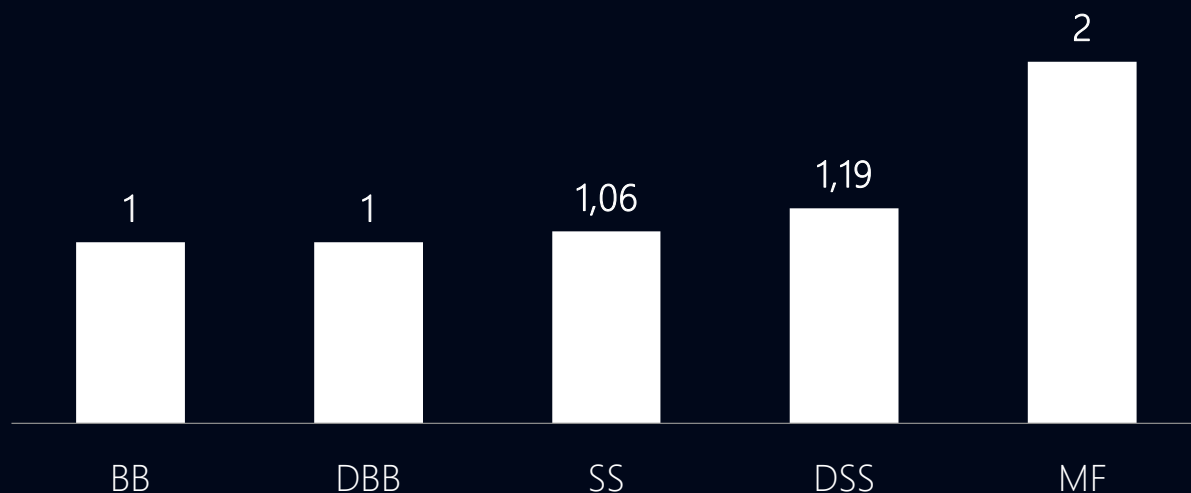




СКОРОСТЬ ДВИЖЕНИЯ ВЛИЯЕТ  
НА ВРЕМЯ КОНТАКТА  
С РЕКЛАМНЫМ КРЕАТИВОМ

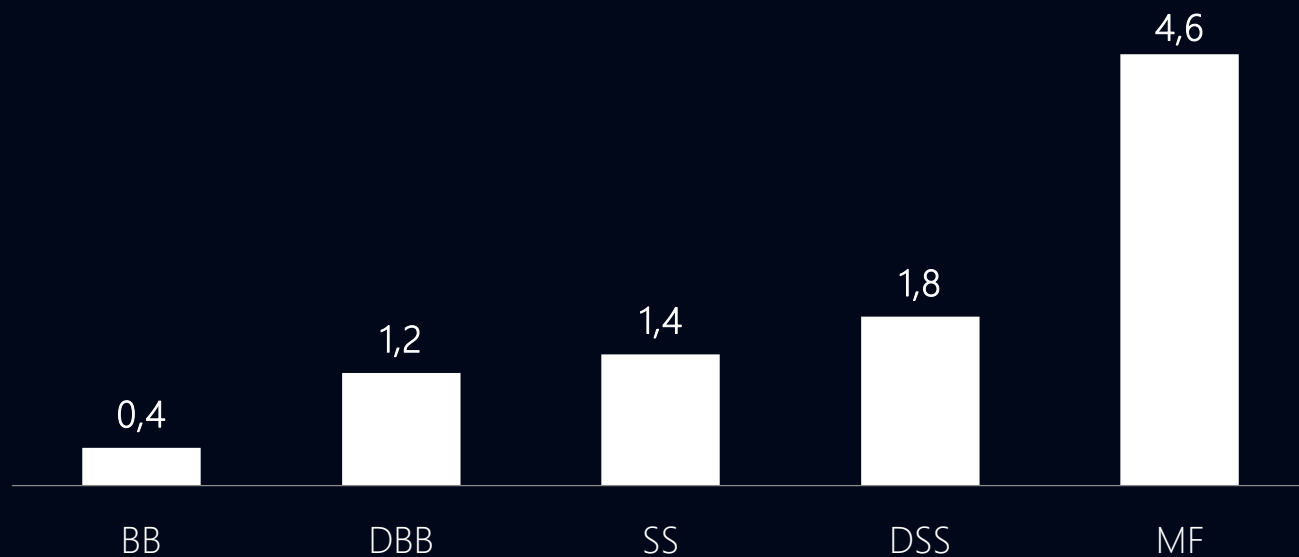
# В СРЕДНЕМ ЧЕЛОВЕК СМОТРИТ НА РЕКЛАМНУЮ КОНСТРУКЦИЮ В ООЧ НЕ БОЛЬШЕ 1 РАЗА

СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ФИКСАЦИЙ ВЗГЛЯДА НА ОДНОЙ  
КОНСТРУКЦИИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕЕ ФОРМАТА



# ВРЕМЯ ЗРИТЕЛЬНОГО КОНТАКТА С НОСИТЕЛЕМ ЗАВИСИТ ОТ ФОРМАТА НОСИТЕЛЯ

ВРЕМЯ ЗРИТЕЛЬНОГО КОНТАКТА С РАЗНЫМИ ФОРМАТАМИ ООН РЕКЛАМЫ, СЕК

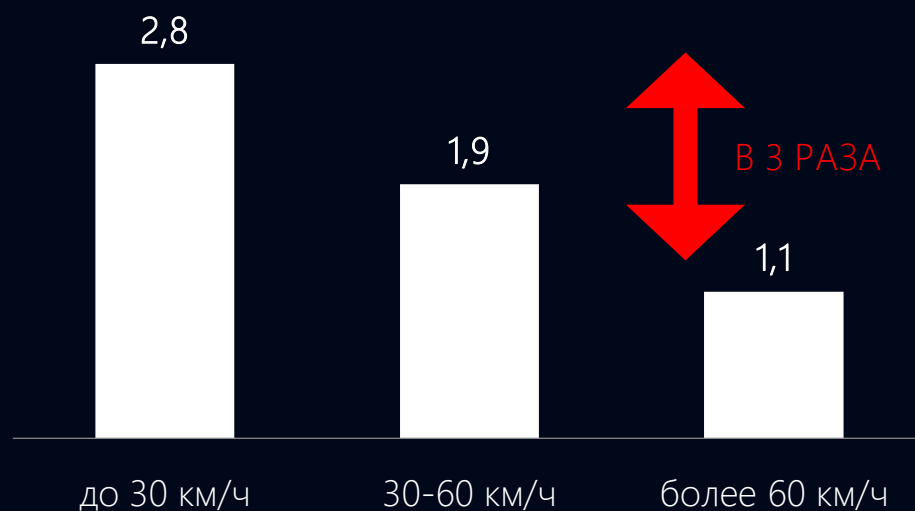


По данным eye-tracking замера внимания к наружной рекламе, проведенного агентством Vision в апреле 2023г.



# А ЕЩЕ ОТ СКОРОСТИ ДВИЖЕНИЯ

ВРЕМЯ ЗРИТЕЛЬНОГО КОНТАКТА С ООН  
КОНСТРУКЦИЯМИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СКОРОСТИ  
ДВИЖЕНИЯ АВТОМОБИЛЯ, СЕК



ВРЕМЯ КОНТАКТА С РЕКЛАМНЫМ  
КРЕАТИВОМ НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ  
НА КАЧЕСТВО КОНТАКТА С  
РЕКЛАМОЙ

# КАЧЕСТВО КОНТАКТА С РЕКЛАМОЙ ЭТО:

БУДЕТ ЛИ ЗАМЕЧЕНА РЕКЛАМА

ЗАПОМНЯТ ЛИ ЛЮДИ БРЕНД

ПОЙМУТ ЛИ, ЧТО ЗА ПРОДУКТ  
РЕКЛАМИРУЕТСЯ

ПОЙМУТ ЛИ ЕГО УТП, СПЕЦИФИКУ,  
ИДЕЮ СООБЩЕНИЯ



# ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

3 ГРУППЫ РЕСПОНДЕНТОВ ПО 1000 ЧЕЛОВЕК

20 РЕКЛАМНЫХ КРЕАТИВОВ, НАБОР  
КРЕАТИВОВ ОДИНАКОВЫЙ В КАЖДОЙ  
ГРУППЕ РЕСПОНДЕНТОВ

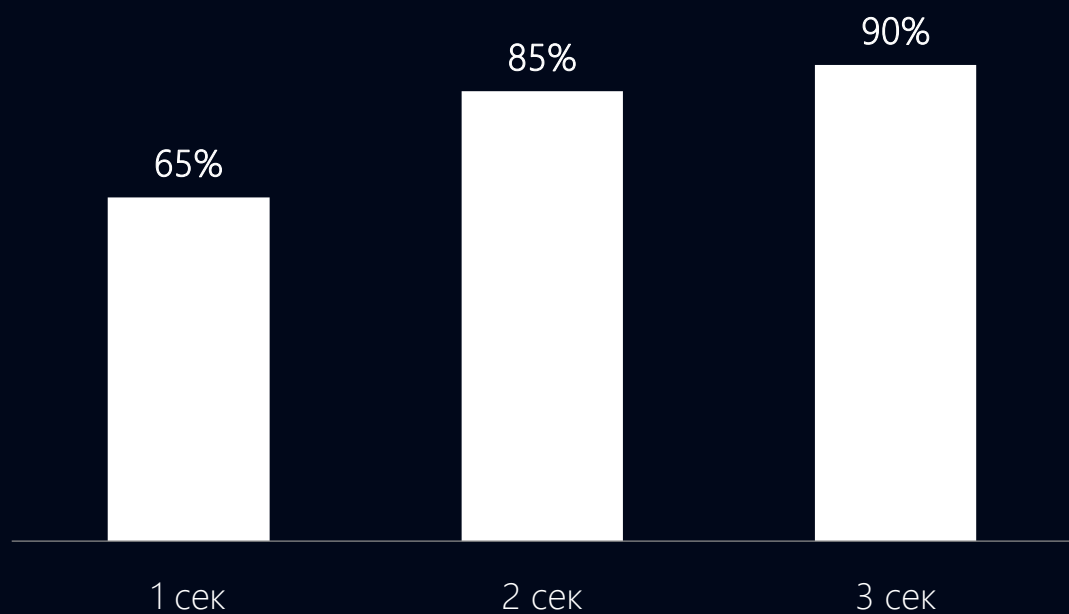
ОТЛИЧАЕТСЯ ВРЕМЯ ДЕМОНСТРАЦИИ  
КАЖДОГО КРЕАТИВА:  
1 СЕК – 2 СЕК – 3 СЕК





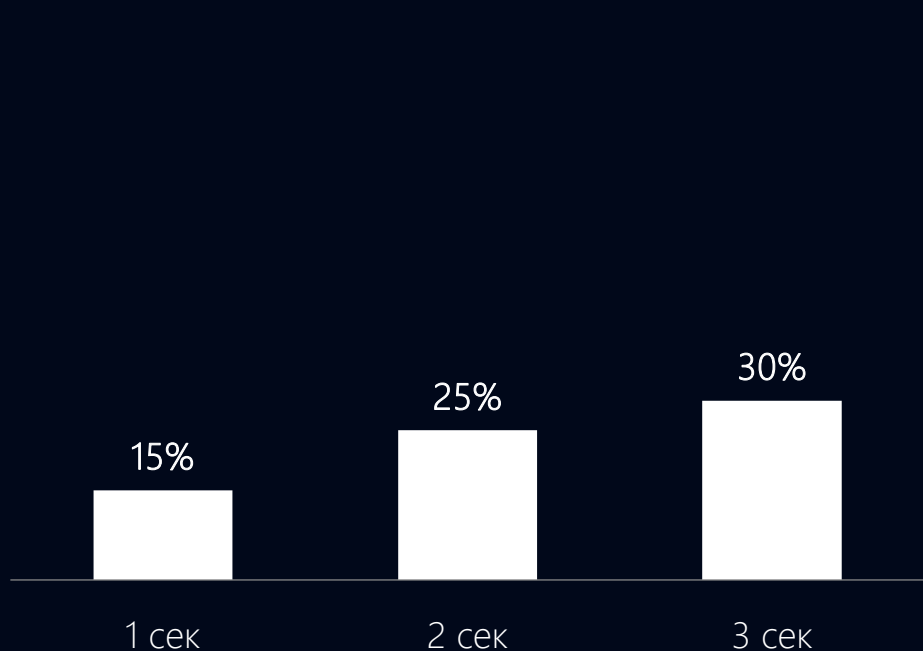
# ВРЕМЯ КОНТАКТА VS ЗАМЕТНОСТЬ КРЕАТИВА

КОЛИЧЕСТВО ЗАПОМНЕННЫХ КРЕАТИВОВ

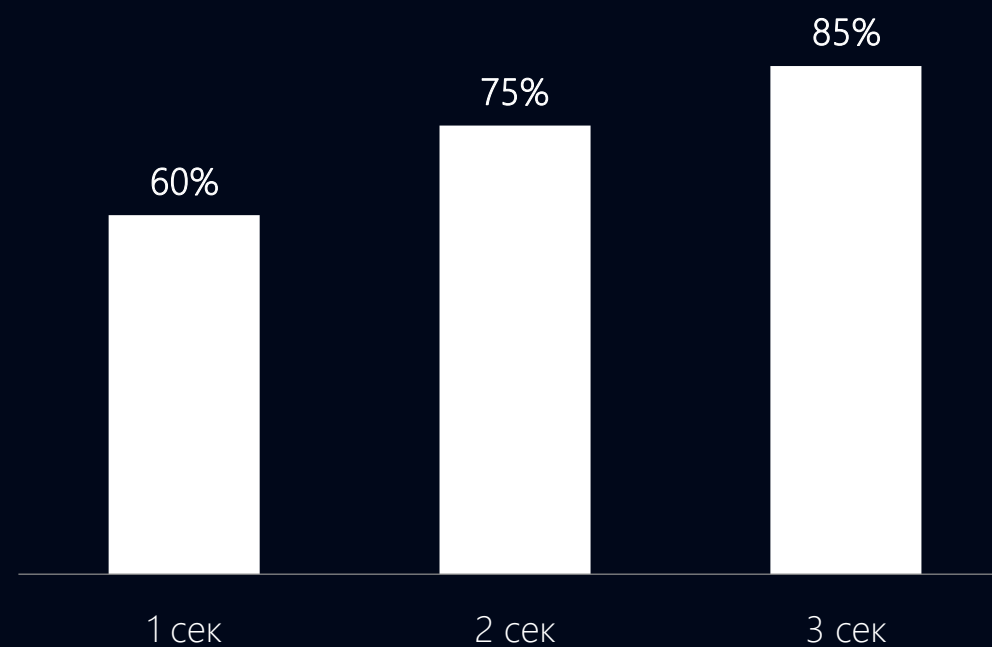


# ВРЕМЯ КОНТАКТА VS ЗАПОМИНАНИЕ БРЕНДА

ДОЛЯ БРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ВСПОМНИЛИ БЕЗ ПОДСКАЗКИ

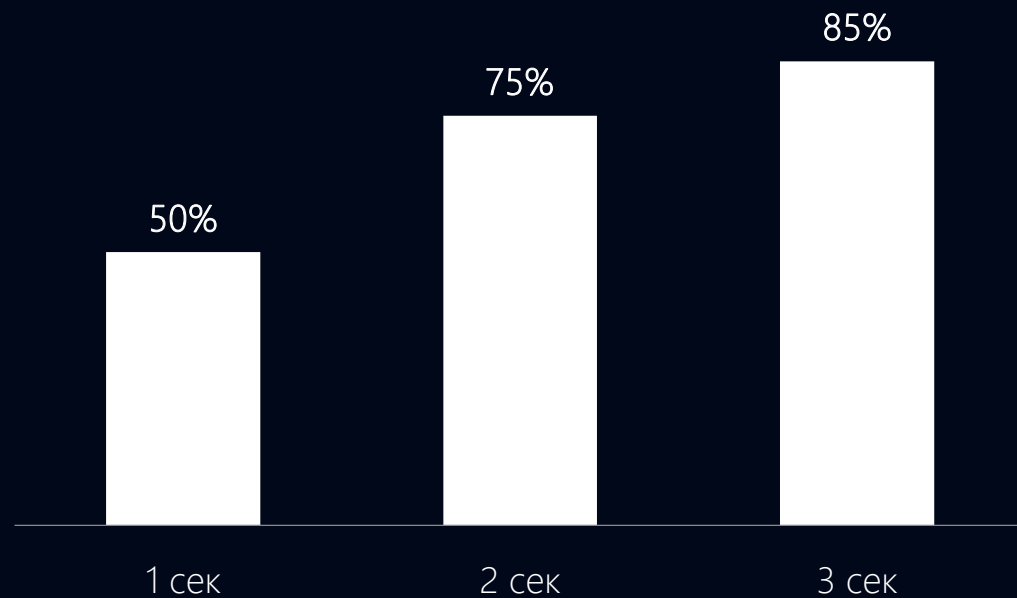


ДОЛЯ БРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ВСПОМНИЛИ С ПОДСКАЗКОЙ



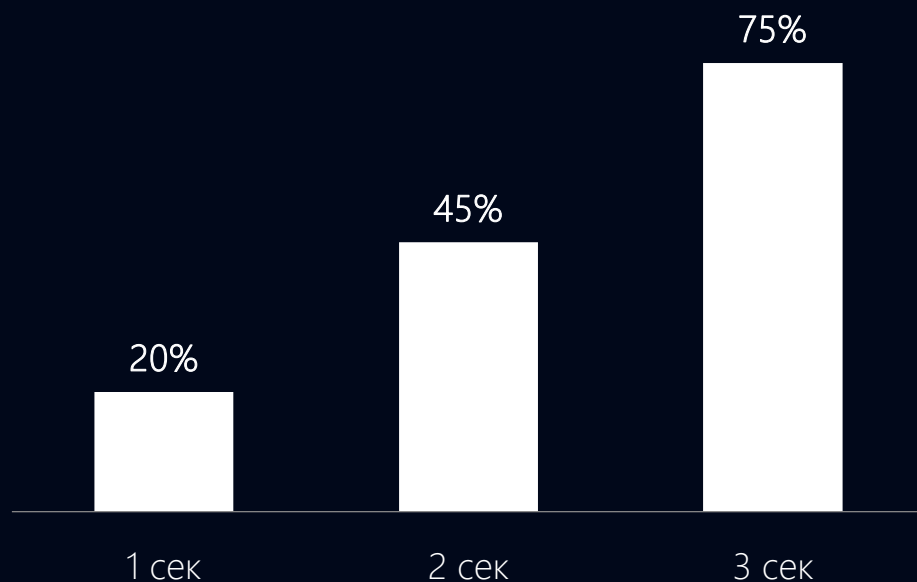
# ВРЕМЯ КОНТАКТА VS ПОНИМАНИЕ ПРОДУКТА

ДОЛЯ КРЕАТИВОВ, НА КОТОРЫХ ВЕРНО ПОНЯЛИ,  
КАКОЙ ПРОДУКТ РЕКЛАМИРУЕТСЯ



# ВРЕМЯ КОНТАКТА VS ПОНИМАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ИДЕИ

ДОЛЯ КРЕАТИВОВ, НА КОТОРЫХ ПОНЯЛИ  
ОСНОВНУЮ ИДЕЮ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ



# ВЫВОДЫ

- УВЕЛИЧЕНИЕ СКОРОСТИ ДВИЖЕНИЯ АВТОМОБИЛЯ С 30 КМ/Ч ДО 60 КМ/Ч СНИЖАЕТ ВРЕМЯ КОНТАКТА С РЕКЛАМОЙ В 3 РАЗА: С 3 СЕКУНД ДО 1 СЕКУНДЫ
- ВРЕМЯ КОНТАКТА С РЕКЛАМНЫМ КРЕАТИВОМ НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ НА КАЧЕСТВО КОНТАКТА С РЕКЛАМОЙ
- УВЕЛИЧЕНИЕ ВРЕМЕНИ КОНТАКТА С 1 СЕКУНДЫ ДО 2 СЕКУНД СУЩЕСТВЕННО УВЕЛИЧИВАЕТ ВЕРОЯТНОСТЬ ЗАПОМИНАНИЯ БРЕНДА И РЕКЛАМИРУЕМОГО ПРОДУКТА
- УВЕЛИЧЕНИЕ ВРЕМЕНИ КОНТАКТА ДО 3 СЕКУНД ПРОДОЛЖАЕТ УВЕЛИЧИВАТЬ КАЧЕСТВО КОНТАКТА С РЕКЛАМОЙ, НО УЖЕ НЕ ТАК ЗНАЧИТЕЛЬНО
- УВЕЛИЧЕНИЕ ВРЕМЕНИ КОНТАКТА ОСОБЕННО ВАЖНО ДЛЯ КРЕАТИВОВ СО СЛОЖНОЙ ИДЕЕЙ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ, ЖЕЛАТЕЛЬНО, ЧТОБЫ ВРЕМЯ КОНТАКТА С ТАКИМИ КРЕАТИВАМИ БЫЛО НЕ МЕНЬШЕ 3 СЕКУНД

