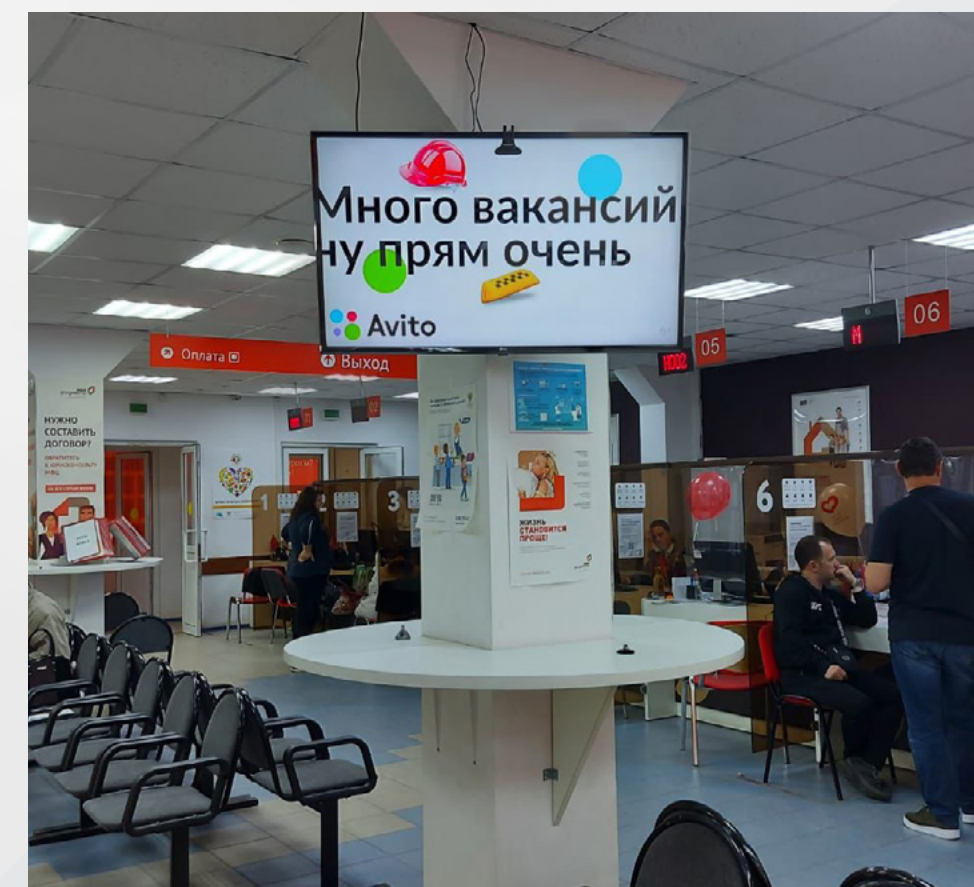
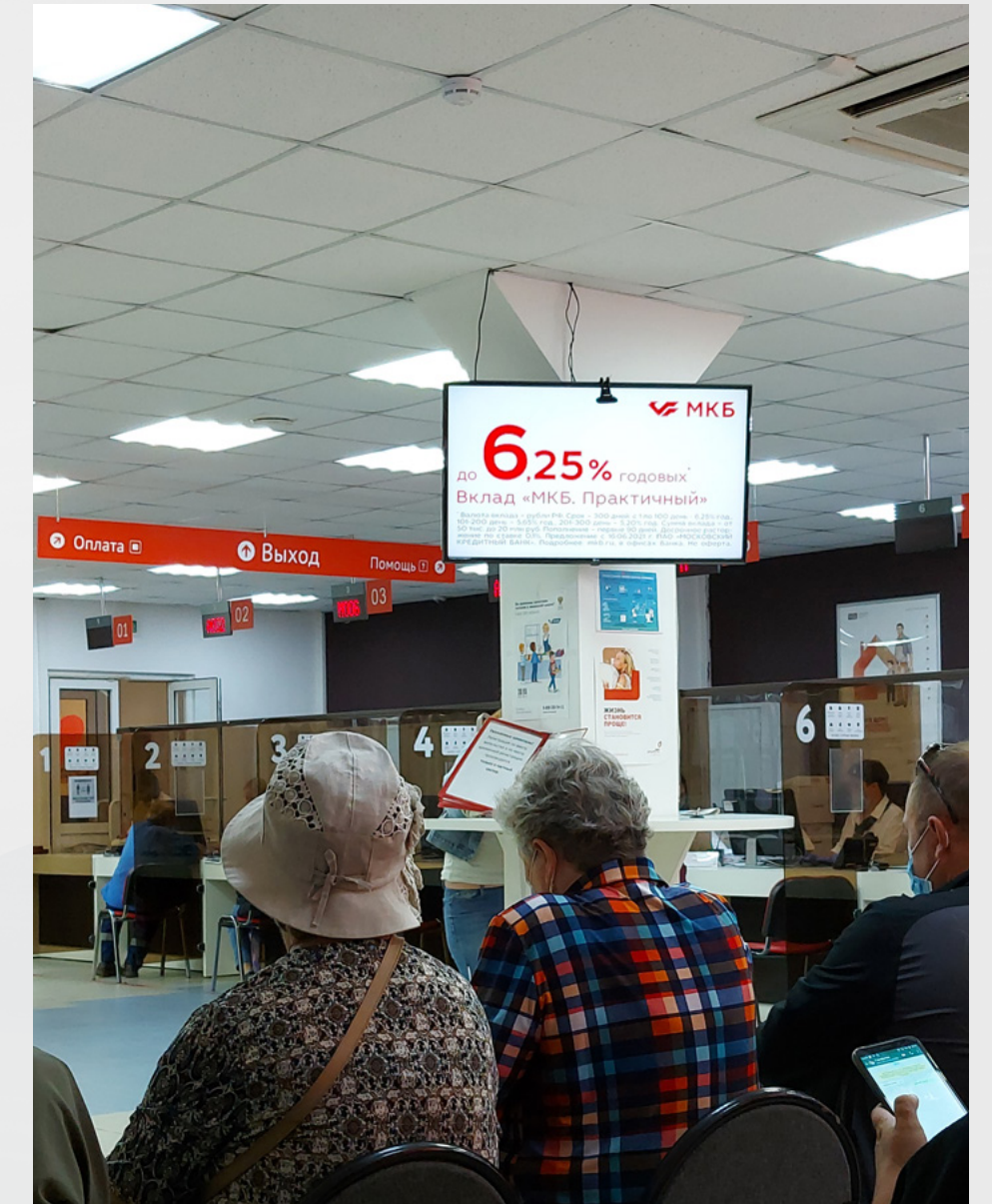
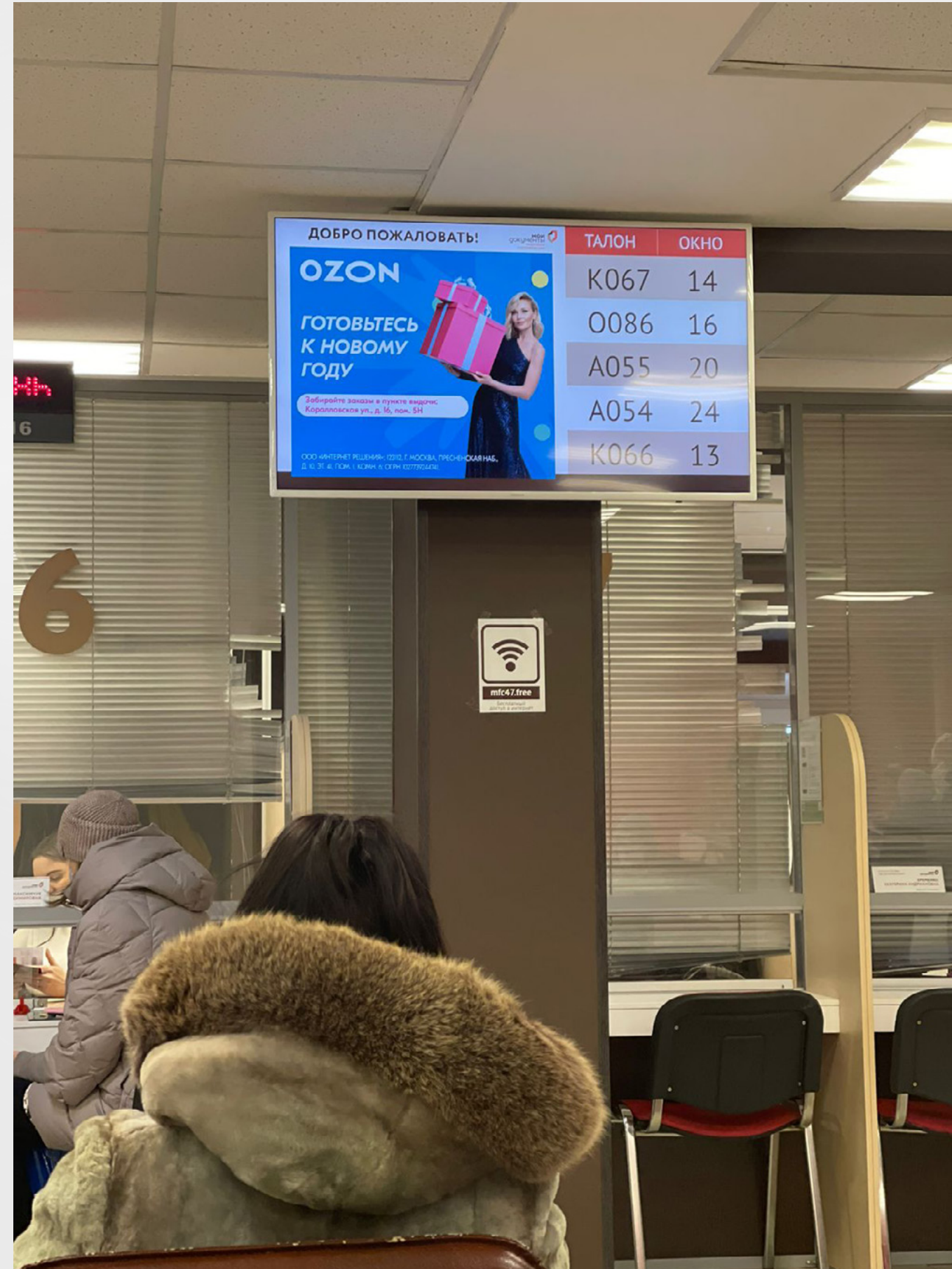


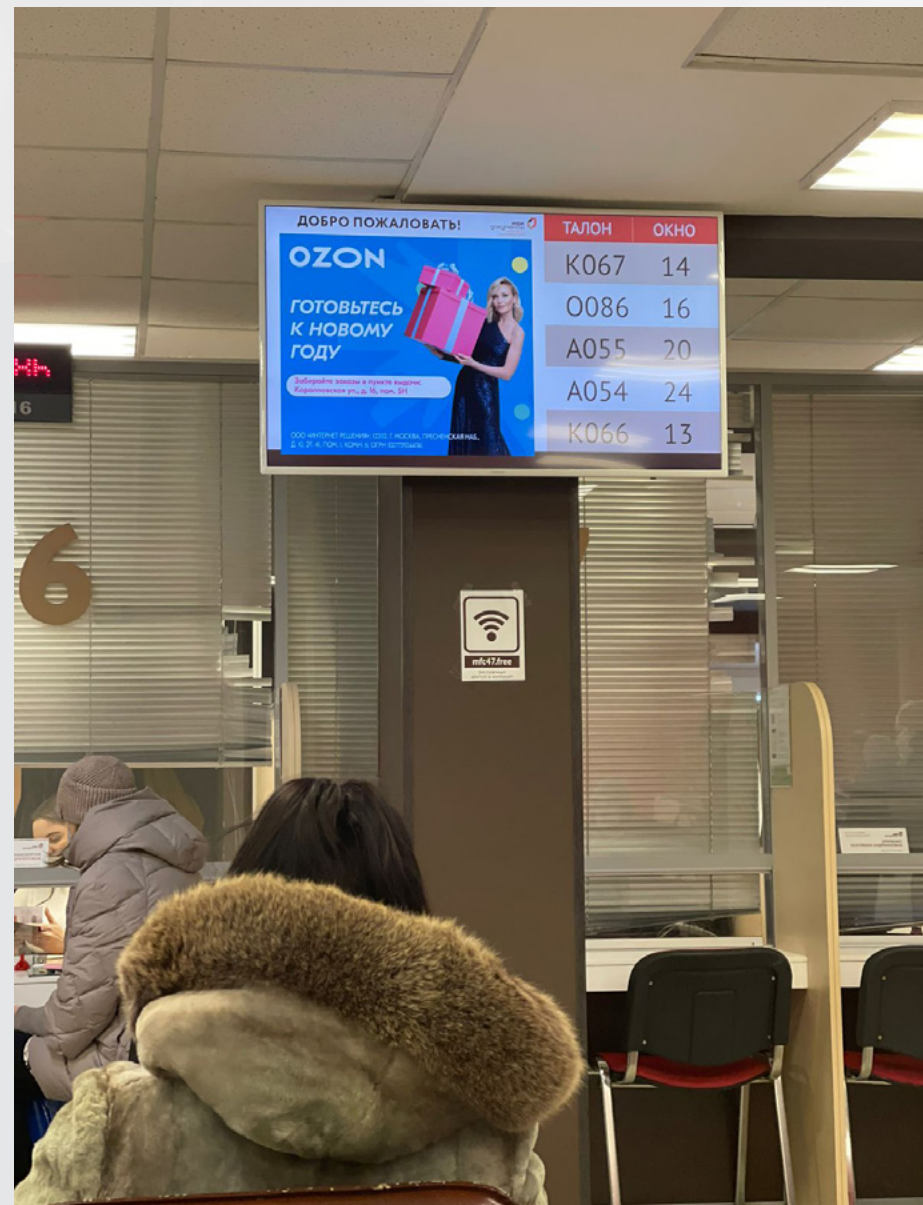
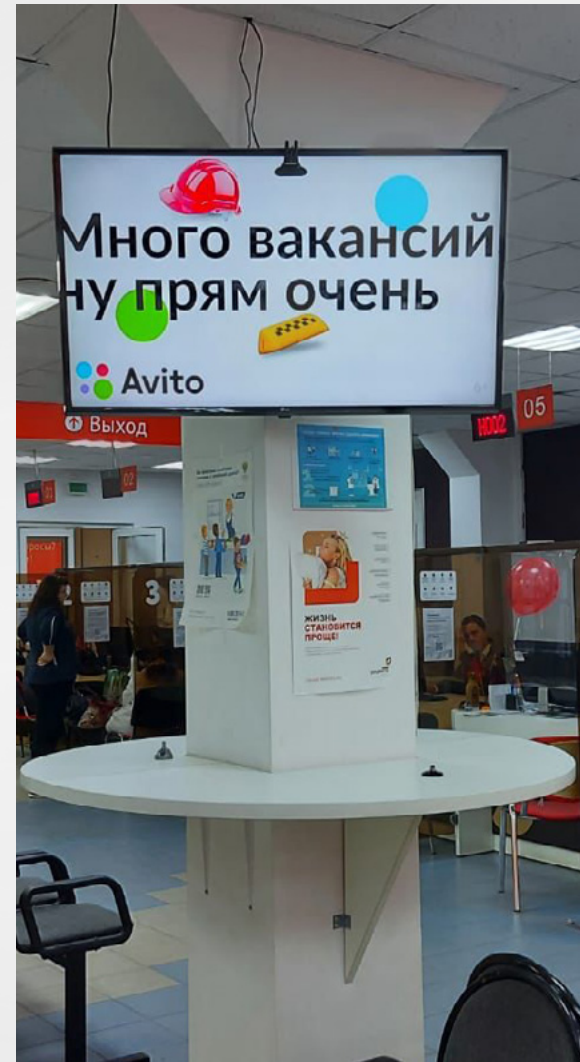


**МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ**  
**ЭФИР**

# ЭФИР – оператор digital-экранов



# ЭФИР – оператор digital-экранов



# Исследование

## БРЕНД

Продуктовая сеть гипермаркетов

## МЕТОД

Онлайн-опрос

## БАЗА ДАННЫХ

2 группы по 500 респондентов

## РЕСПОНДЕНТЫ

1 группа - была в МФЦ за последние 2 недели

2 группа - не была в МФЦ за последние 2 недели

## ГЕОГРАФИЯ

Московская область

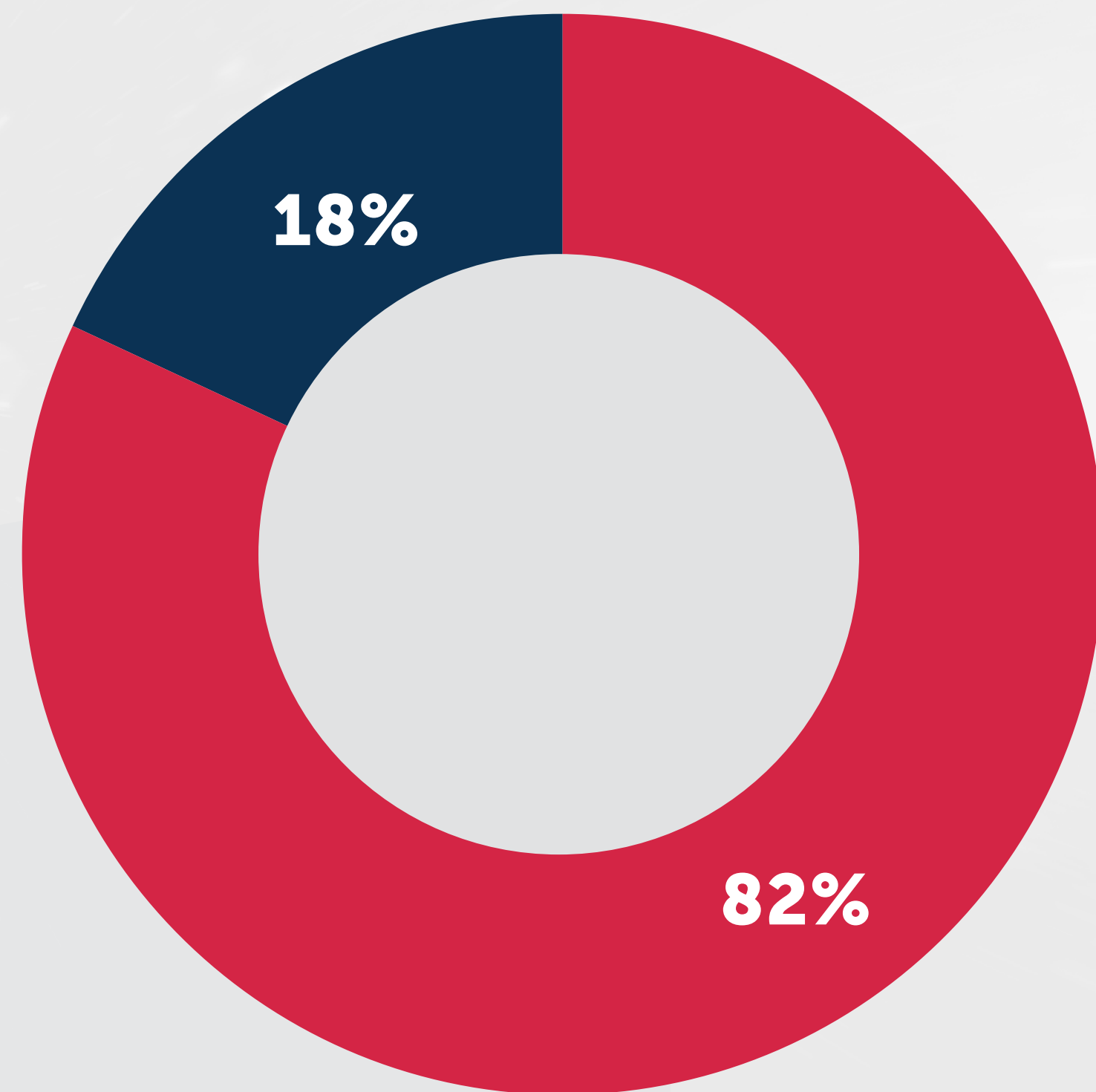
## ПЕРИОД ЗАМЕРА

Ноябрь 2023

## МЕДИА ФОРМАТ

Экраны в МФЦ

# Посетители МФЦ видят экраны



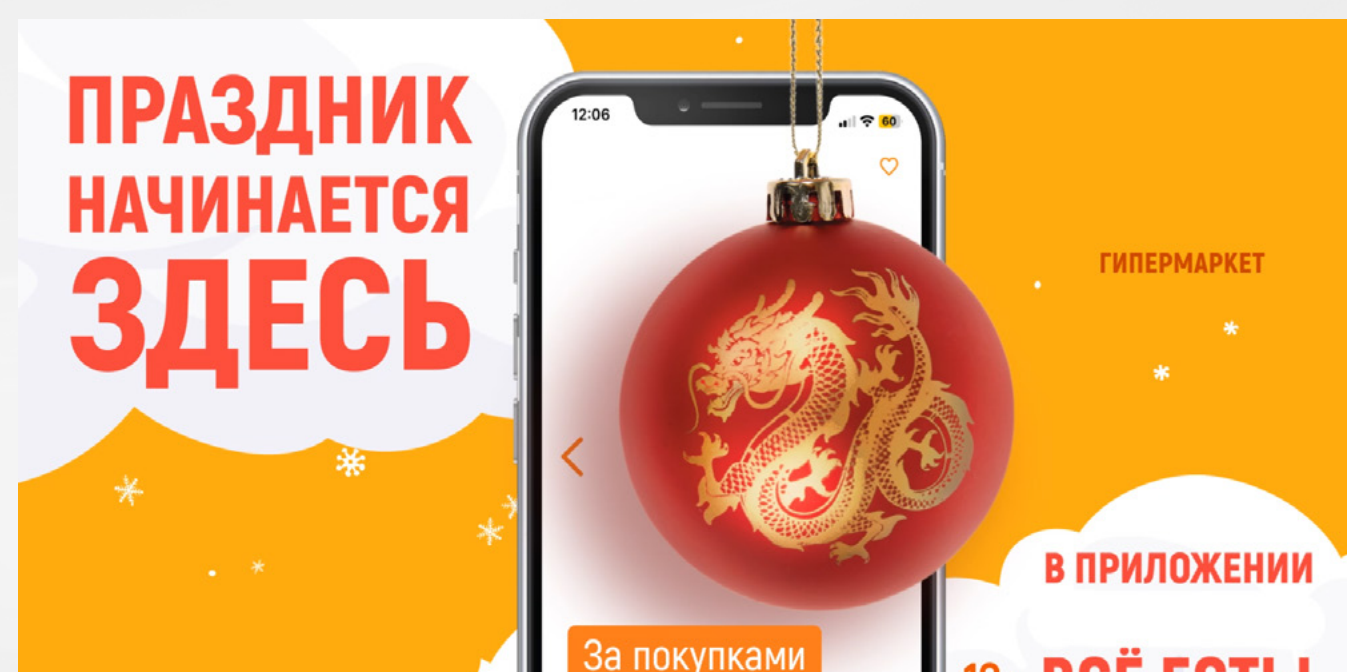
Видели ли вы в МФЦ экраны с рекламной информацией?

■ Да

■ Нет

\*База: 500 (были в МФЦ)

# Практически все посетители видят рекламу и верно запоминают бренд



Видели ли вы на экранах в МФЦ эту рекламу

**71%**

Какой бренд рекламировался?



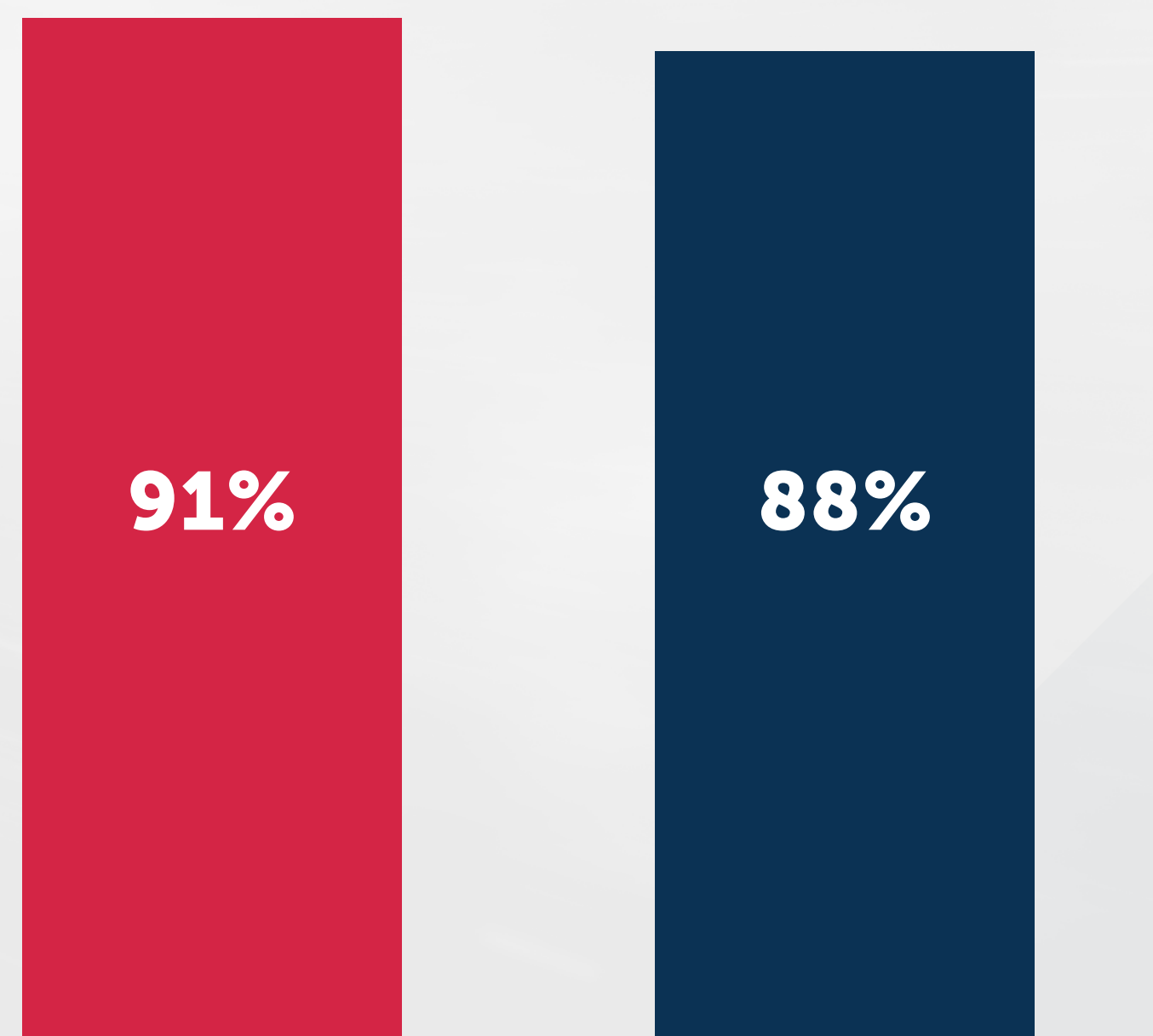
норма для рекламы в indoor 55%

\*База: 500 (были в МФЦ) / 355 (видели рекламу)

VISION

# Уровень знания гипермаркета в двух группах почти одинаковый

Знают рекламируемый  
гипермаркет



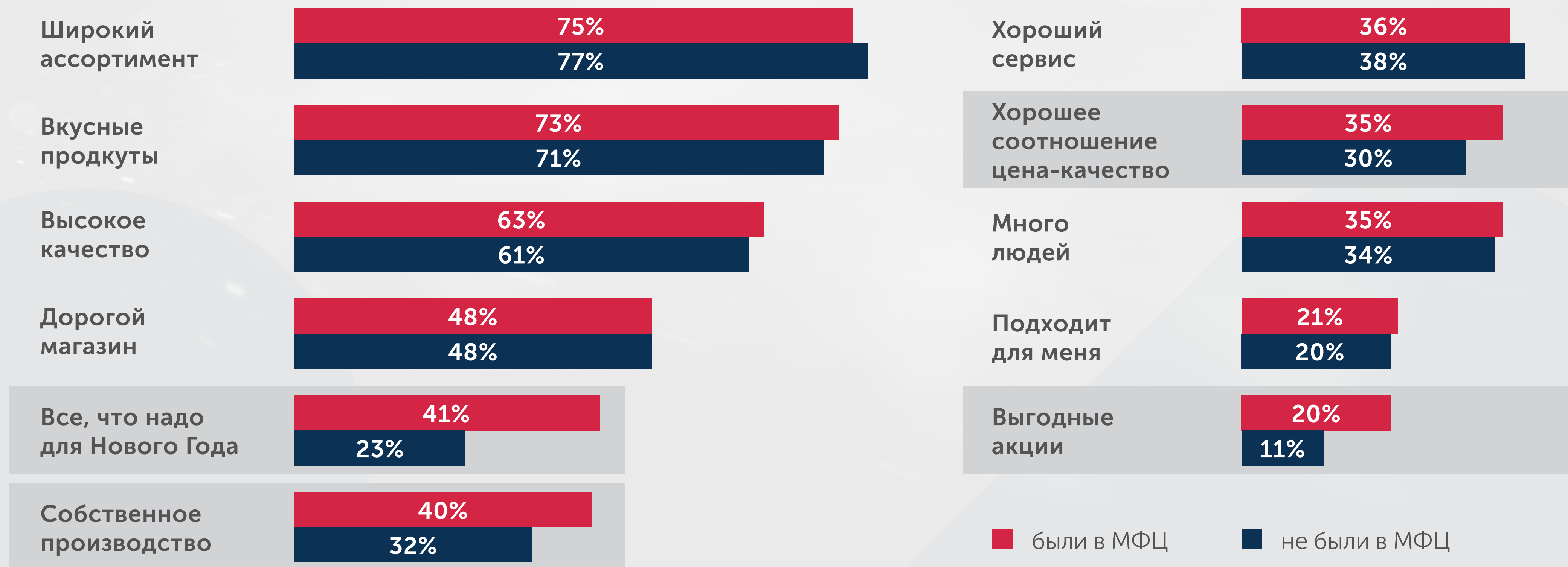
\* База: 500 (были в МФЦ) / 500 (не были в МФЦ)

были в МФЦ

не были в МФЦ

# Под влиянием рекламы растут положительные имиджевые атрибуты бренда

Выберите наиболее подходящие характеристики для гипермаркета ...

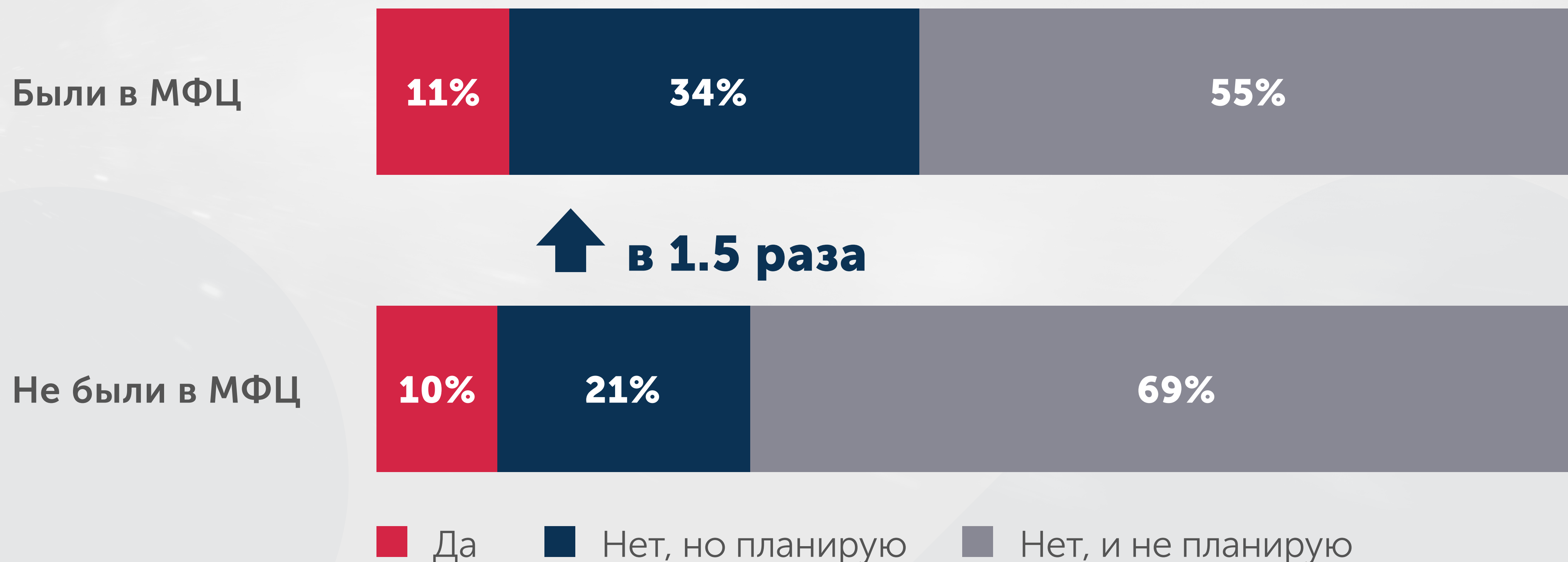


\*База: 455 (были в МФЦ, знают бренд)/ 440 (не были в МФЦ, знают бренд)



# Под влиянием рекламы рост числа потенциальных посетителей в 1,5 раза

Были ли вы за последнее время в гипермаркете ... или, возможно, планируете это сделать?



База: 455 (были в МФЦ, знают бренд)/ 440 (не были в МФЦ, знают бренд)

VISION

---

**ДО НОВЫХ ВСТРЕЧ В ЭФИРЕ**

---