

cleantown media

КАК INDOOR-РЕКЛАМА ВЛИЯЕТ НА УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА?

Исследование на базе рекламной кампании
банка ДОМ.РФ в лифтах жилых домов

CLEANTOWN.RU
+7 495 510 01 55



Рекламная группа
CLEANTOWN MEDIA

(ранее Чистый Город)

Медиабаинговое агентство
и рекламный оператор

с 2005 года

в индустрии

> 100 000

рекламных стендов
в жилом фонде

1 000+

видеоэкранов
в лифтах и холлах
жилых домов

9

диджитал-мобилей



CLEANTOWN.RU
+7 495 510 01 55

АКАР



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



МОСКОВСКОЕ
ИНФОРМАЦИОННОЕ
ПРОСТРАНСТВО

cleantown media

ЖК-МОНИТОРЫ в лифтах и холлах новостроек и домов бизнес-класса

Современная альтернатива статичной
INDOOR-рекламе с фокусом
на платежеспособную аудиторию



ЗАМЕР ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ НА МОНИТОРАХ В ЛИФТАХ

Дизайн исследования



Бренд: ДОМ.РФ



Метод: онлайн-опрос



География: Москва



Период замера:
сентябрь 2024 г



Целевая аудитория:
18 лет и старше



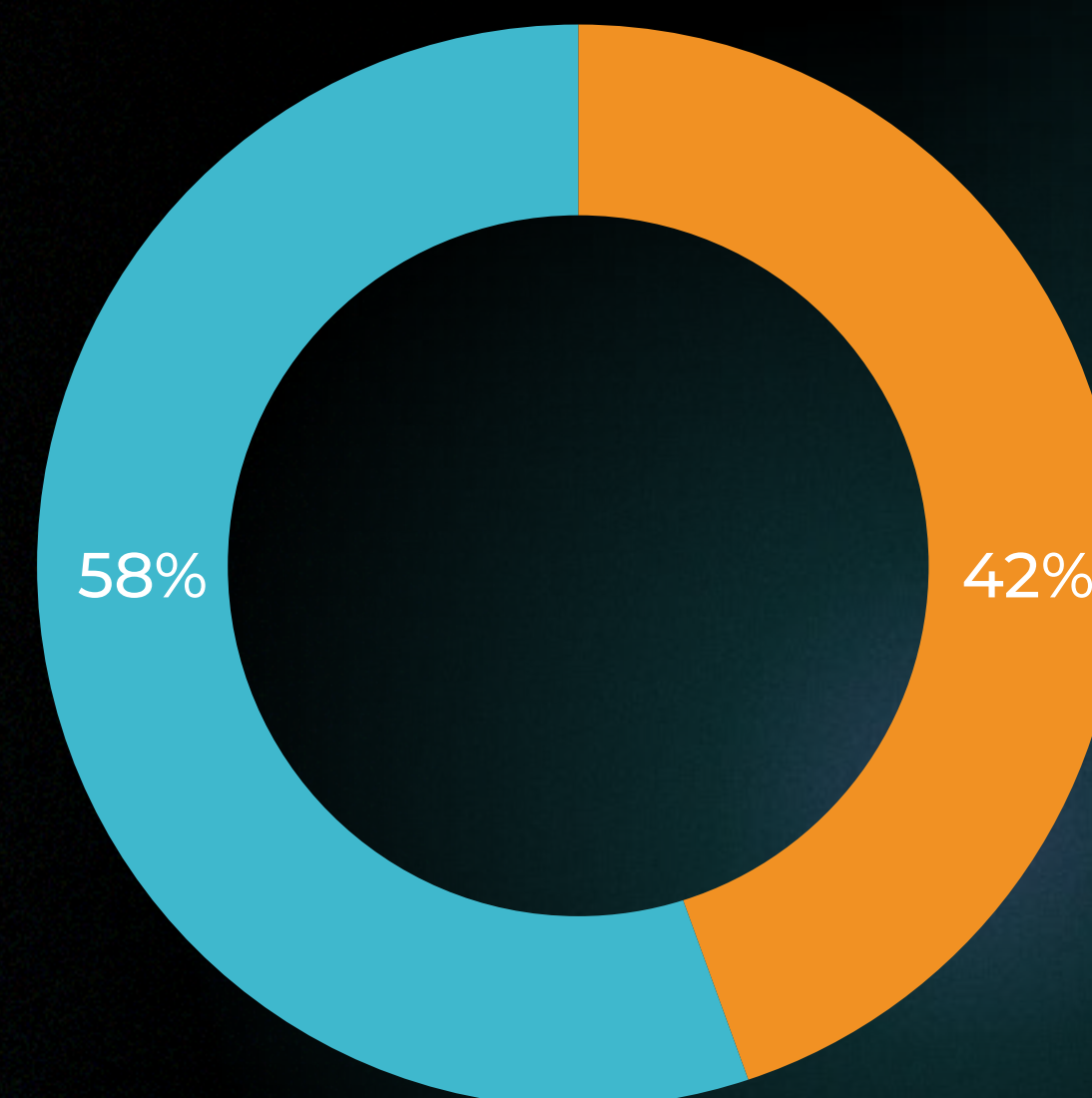
Выборка: 500 чел., постоянно
проживают в домах адресной
программы

VISION

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

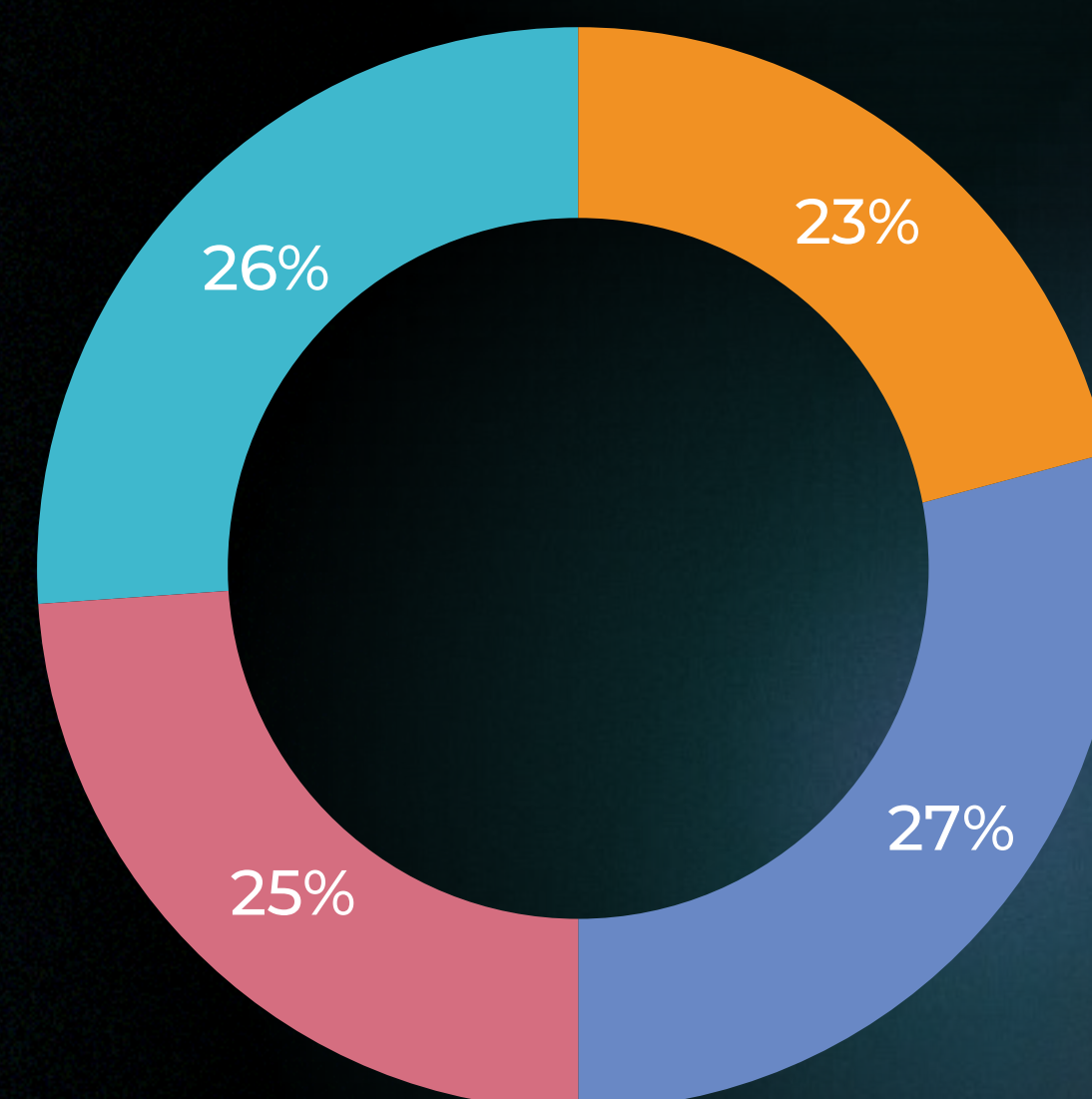
В опросе участвовали 500 человек, постоянно проживающих в домах адресной программы, в возрасте 18 лет и старше. Среди опрошенных чуть больше женщин, по возрастным группам опрошенные распределены равномерно.

Пол



- Мужчина
- Женщина

Возраст

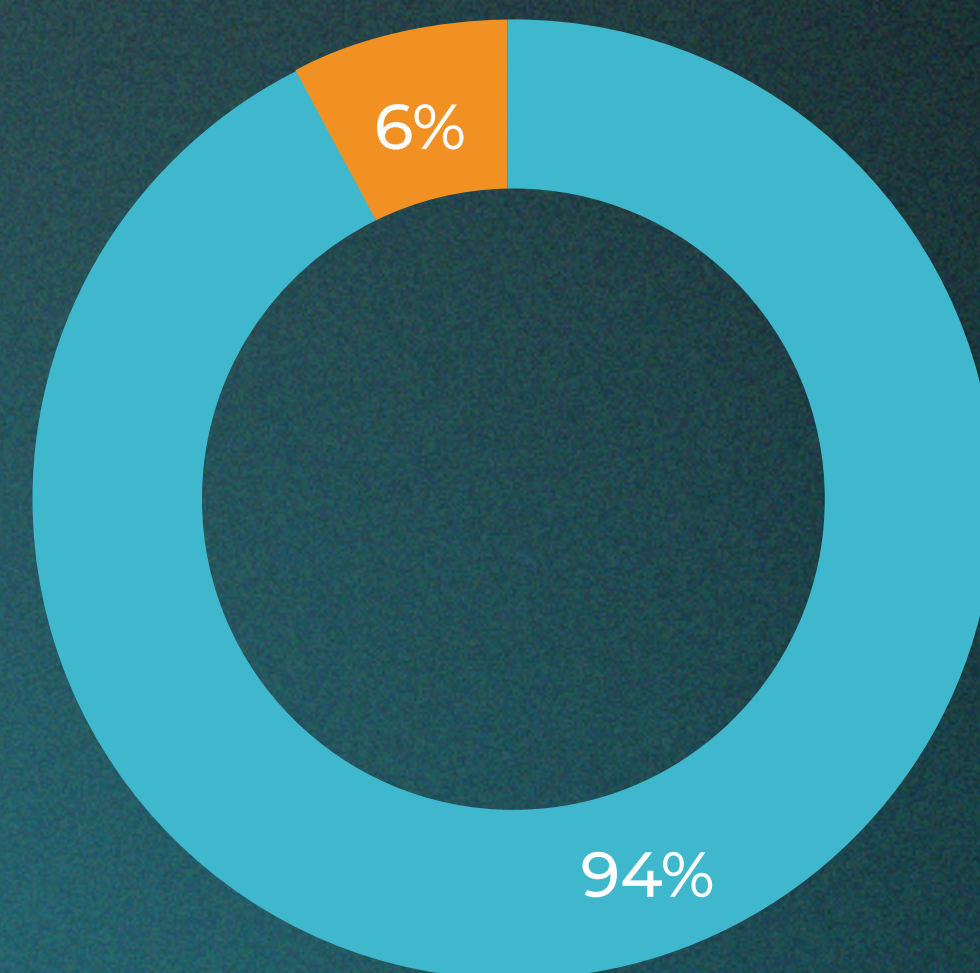


- 18 – 34
- 35 – 44
- 45 – 55
- старше 55

РЕКЛАМА НА МОНИТОРЕ В ЛИФТАХ

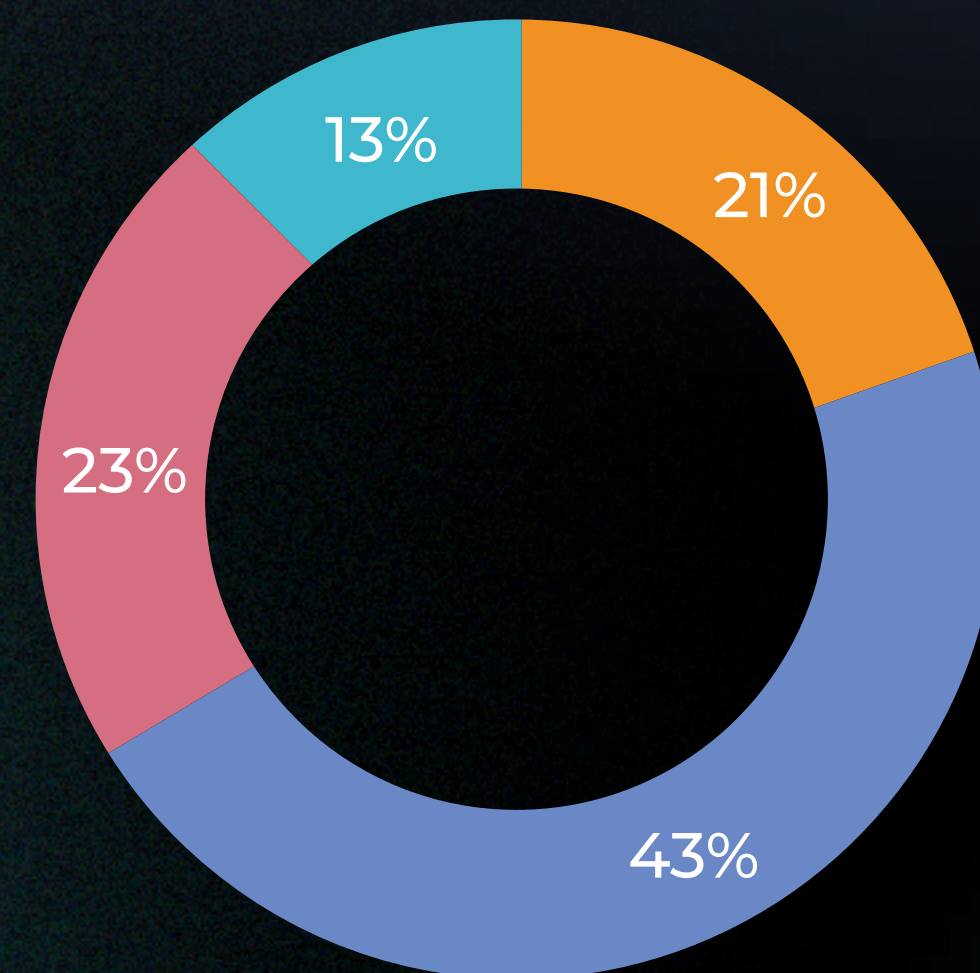
Абсолютное большинство опрошенных (94%) видели мониторы в лифтах. 87% обращают внимание на рекламу в лифтах, причем больше половины (64%) обращают на нее внимание всегда или, по крайней мере, часто. Подавляющее большинство (70%) оценивает данный формат рекламы положительно. Только 6% он не нравится.

Видели ли вы в лифте вашего дома монитор, транслирующий различную информацию и рекламу?



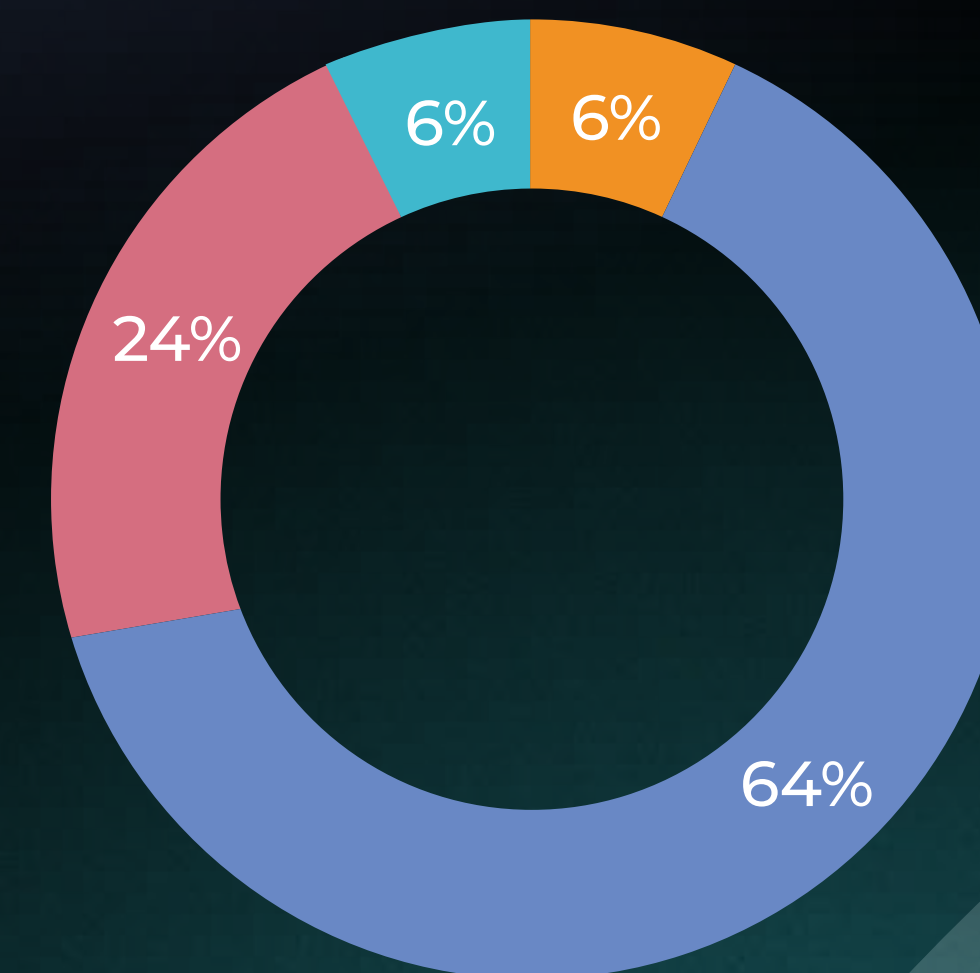
● нет ● да

Обращаете ли вы обычно внимание на рекламу на мониторе в лифтах?



● Всегда обращаю внимание
● Часто обращаю внимание
● Иногда обращаю внимание
● Никогда не обращаю внимания

Как вы относитесь к рекламе на мониторах в лифте?



● Отличный формат, мне нравится
● Хороший формат, бывает в разы хуже
● Обычный формат, как у всех
● Мне не нравится такой формат

ПРАВИЛЬНАЯ АТТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ

Рекламу увидели 83%. Из них 74% правильно запомнили, что рекламировался ДОМ.РФ, что значительно превышает норму для INDOOR-рекламы. Рекламу иногда путали с банками Сбер и ВТБ, совсем редко с Почта Банком и Совкомбанком. 9% аудитории затруднились ответить на вопрос, какой бренд рекламировался.



ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ

83%

АТТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ



Норма атрибуции для INDOOR-рекламы 57%

ОБЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РК ДОМ.РФ

85% опрошенных видели рекламную кампанию бренда ДОМ.РФ на мониторах в лифте. Из них 72% правильно запомнили рекламируемый бренд. В итоге 61% аудитории оказался эффективно охвачен размещением.

ПОДСКАЗАННОЕ ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ 83%

Подсказанное знание рекламы — процент опрошенных, видевших рекламное сообщение

1

ПРАВИЛЬНАЯ АТТРИБУЦИЯ С БРЕНДОМ 74%

Правильная атрибуция с брендом — процент правильно назвавших рекламировавшийся бренд среди увидевших рекламное сообщение

2

ЭФФЕКТИВНЫЙ ОХВАТ РЕКЛАМЫ 61%

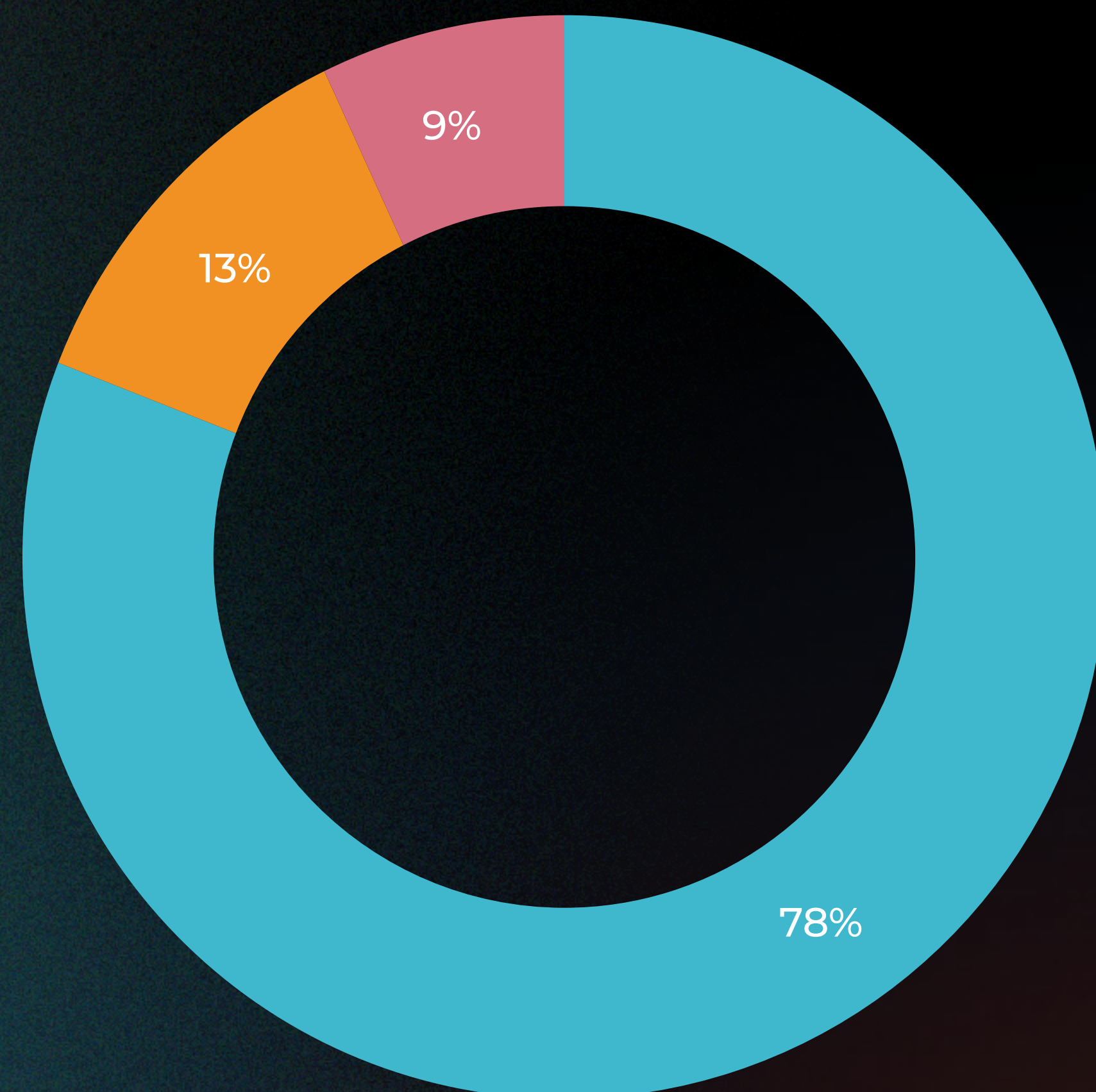
Эффективный охват — процент опрошенных, видевших рекламу и при этом правильно атрибутирующих бренд

3

ЖЕЛАНИЕ УЗНАТЬ БОЛЬШЕ О ПРОДУКТЕ

Рекламная кампания смогла заинтересовать аудиторию. Подавляющее большинство респондентов хотели бы получить больше информации о рекламируемом продукте.

Захотелось ли вам получить больше информации о рекламируемом продукте?

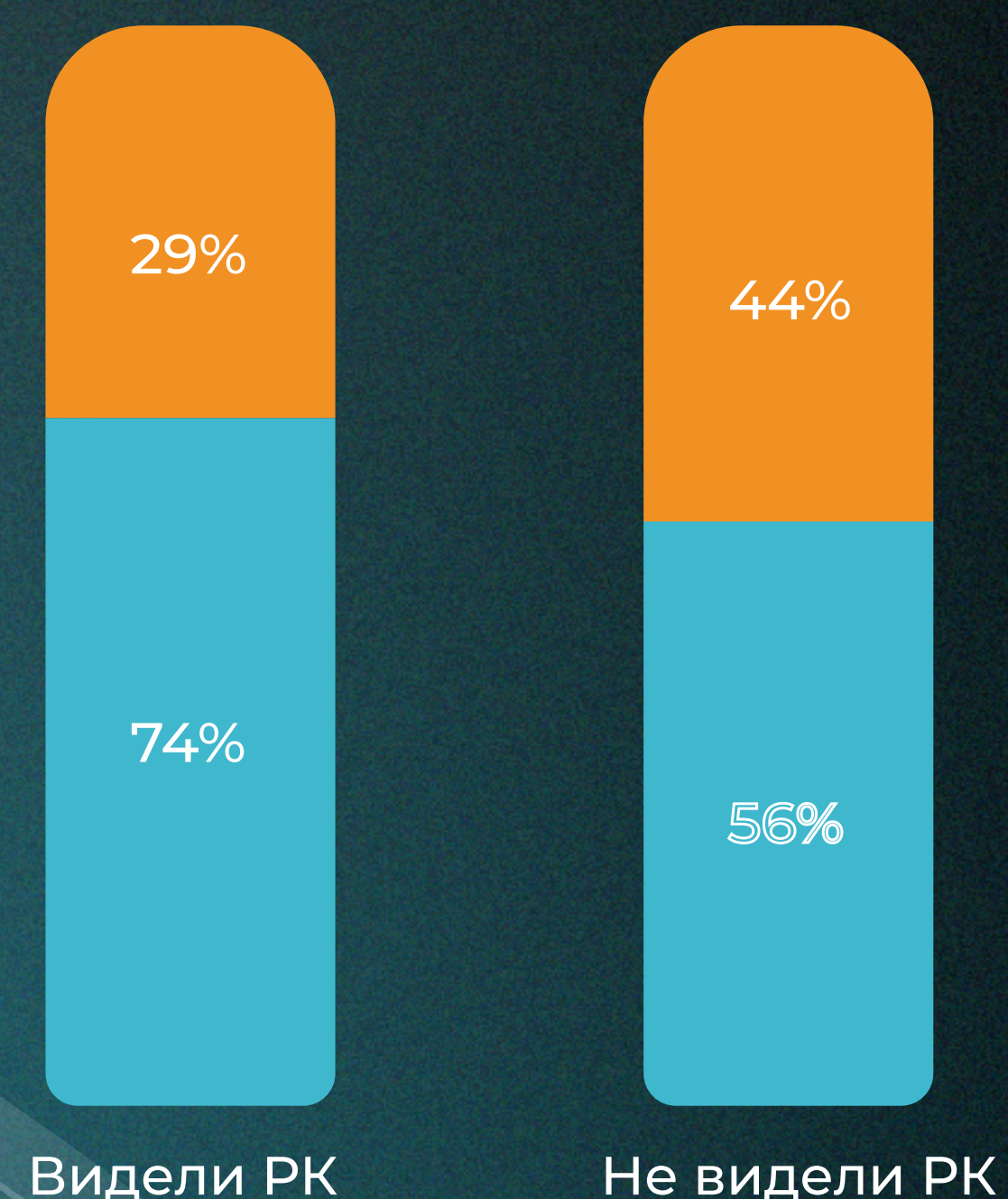


- Скорее да
- Скорее нет
- Затрудняюсь ответить

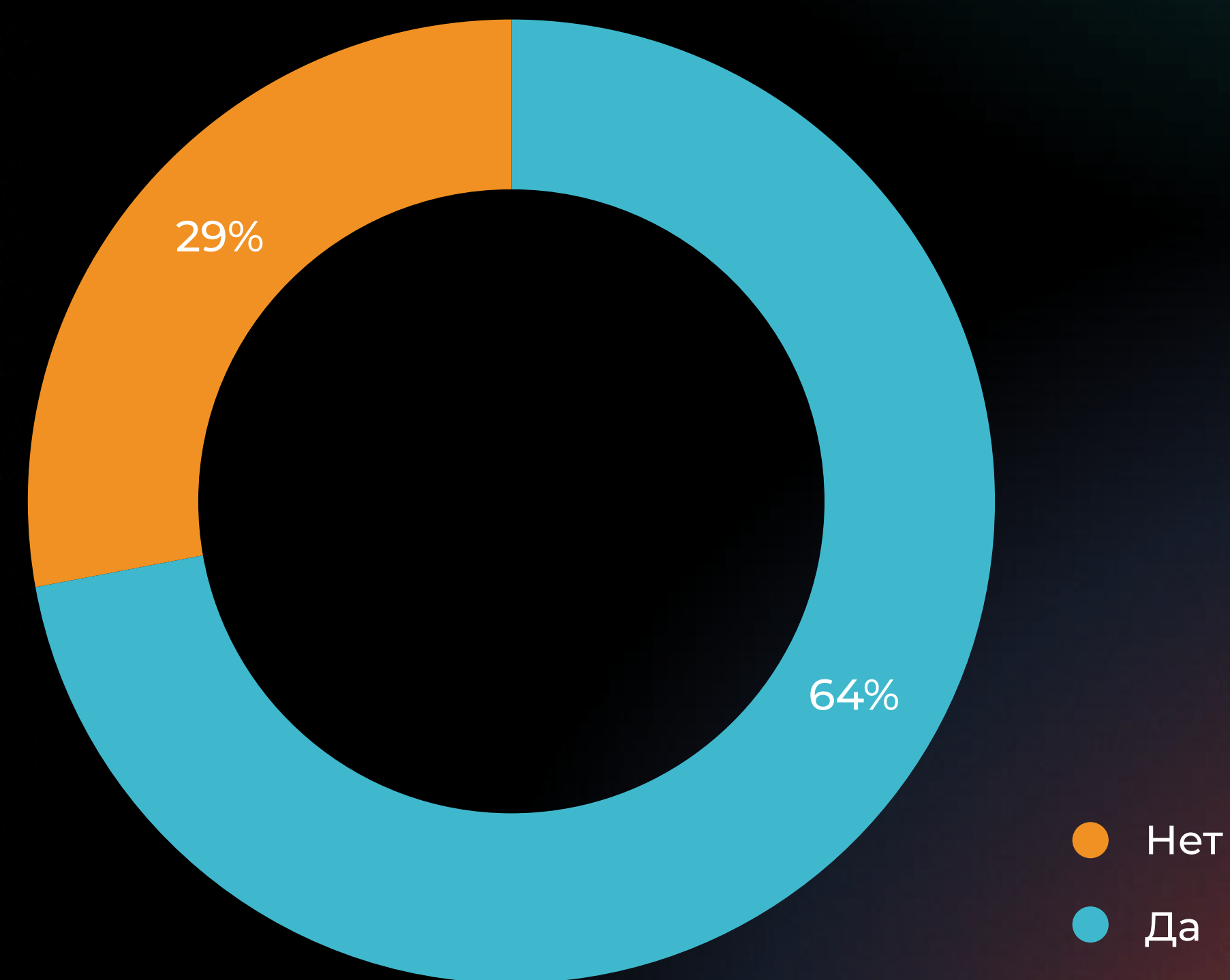
ЗНАНИЕ БРЕНДА

Подавляющее большинство респондентов узнают Банк ДОМ.РФ с помощью подсказки. Среди видевших РК подсказанное знание бренда ДОМ.РФ составило 74%, в то время как среди невидевших только 56%.

Влияние рекламы на знание бренда

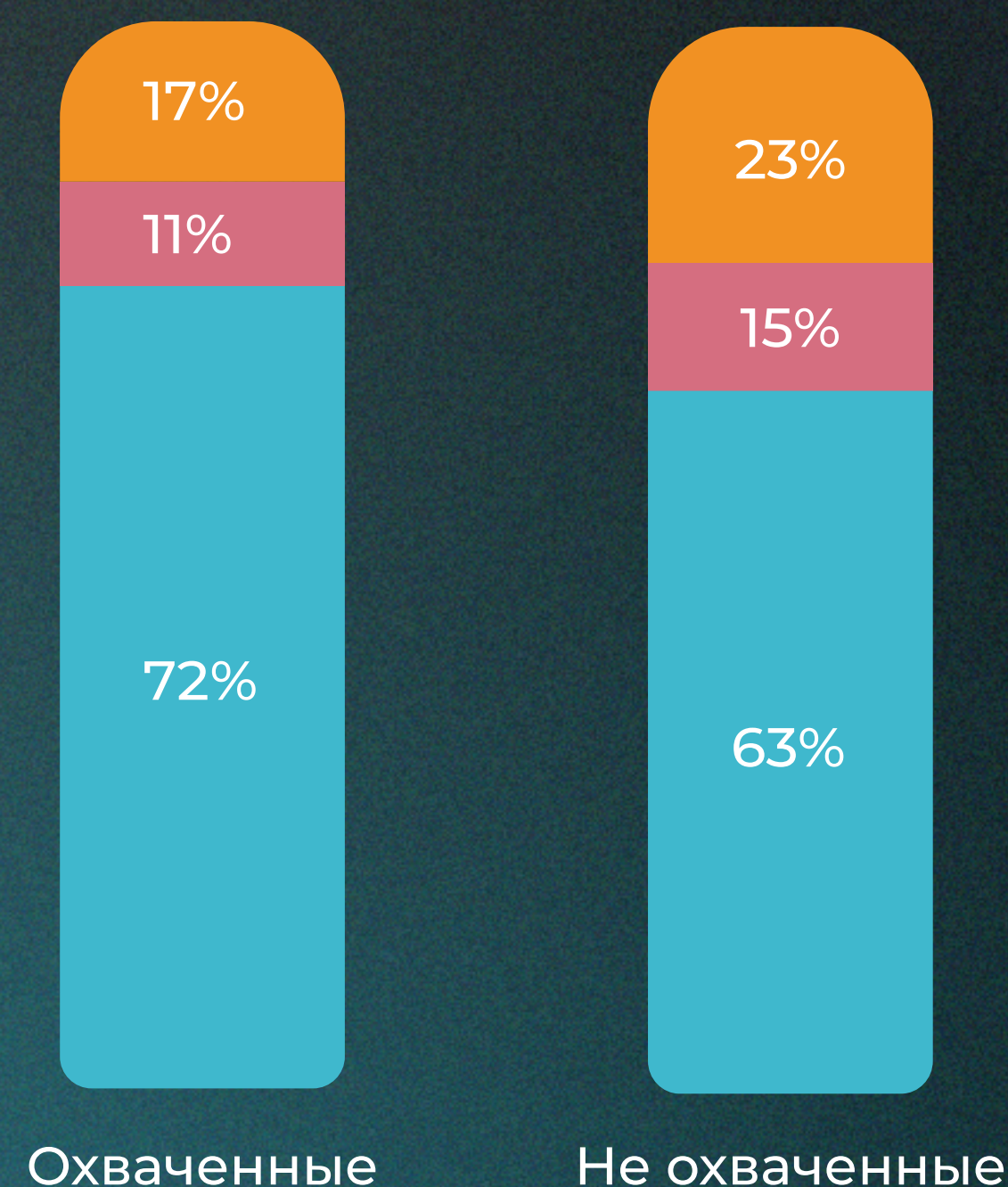


Знаете вы Банк ДОМ.РФ?

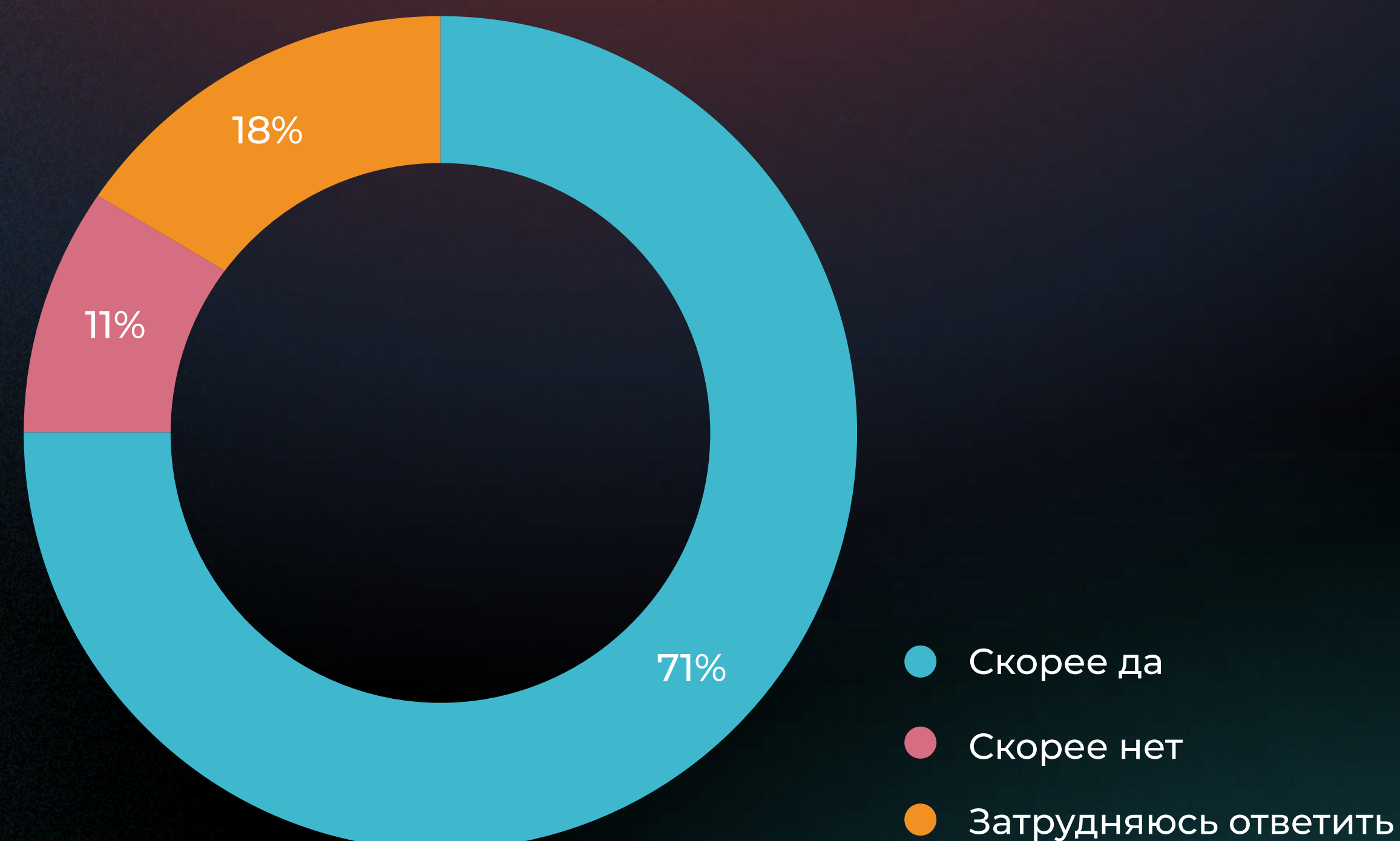


ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ

Влияние РК



Если в ближайшее время вы решите
сделать вклад, готовы ли рассмотреть
Банк ДОМ.РФ?



71% респондентов, знающих бренд ДОМ.РФ, готовы рассмотреть Банк ДОМ.РФ для вклада. Рекламная кампания существенно увеличивала этот процент: охваченные рекламным размещением в лифтах положительно отвечали на этот вопрос чаще, чем не охваченные. Так как и охваченные, и не охваченные примерно в равной степени были охвачены другими форматами размещения, можно говорить, что это чистый эффект от коммуникации с рекламой на мониторах.

ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ БАНКА ДОМ.РФ НА ВИДЕОЭКРАНАХ В ЛИФТАХ ЖИЛЫХ ДОМОВ



Существенно влияют
на показатели здоровья
бренда, даже очень
известного



Показывают
положительную
динамику на всех
этапах воронки



Демонстрируют
высокое качество
контакта с рекламным
сообщением

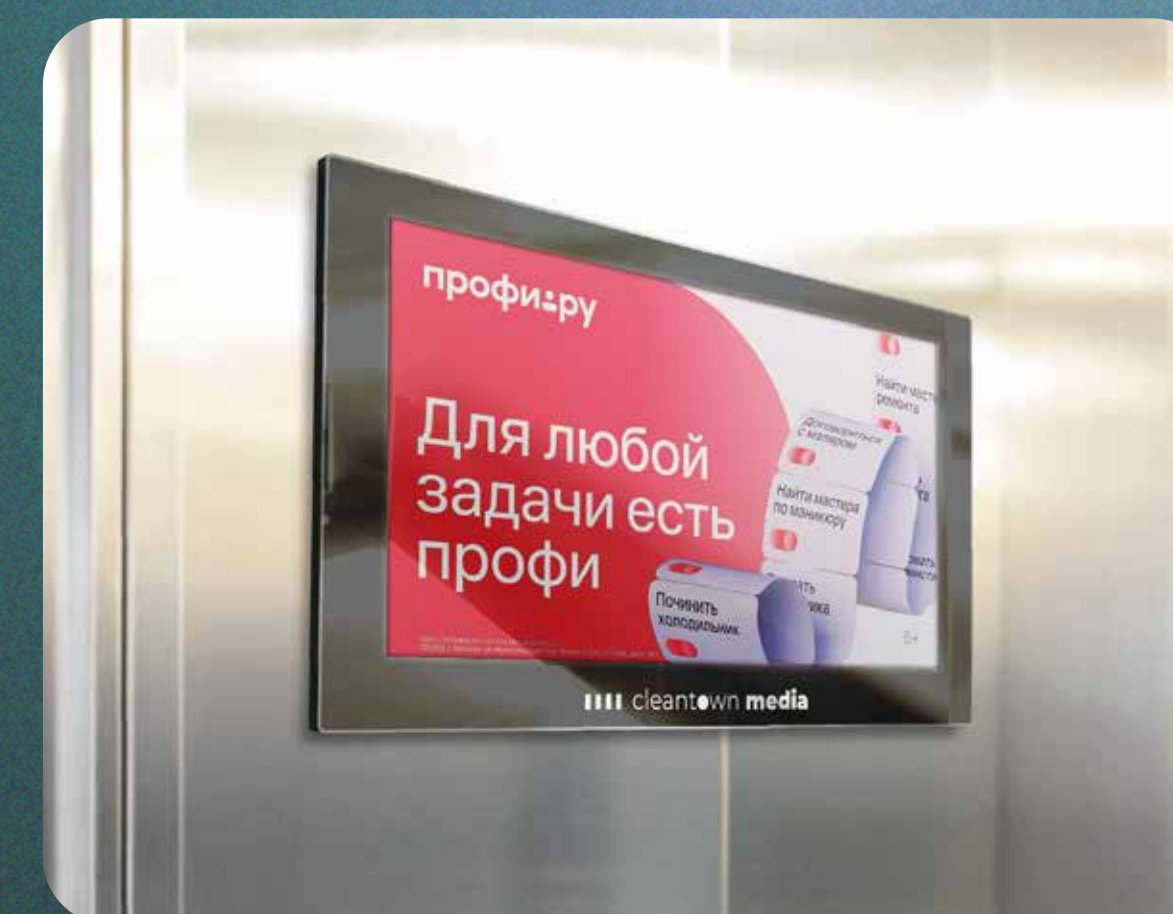
cleantown media

НАШИ РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Примеры рекламных кампаний
наших клиентов.



Купер
Сервис доставки продуктов



Профи.ру
Сервис поиска специалистов



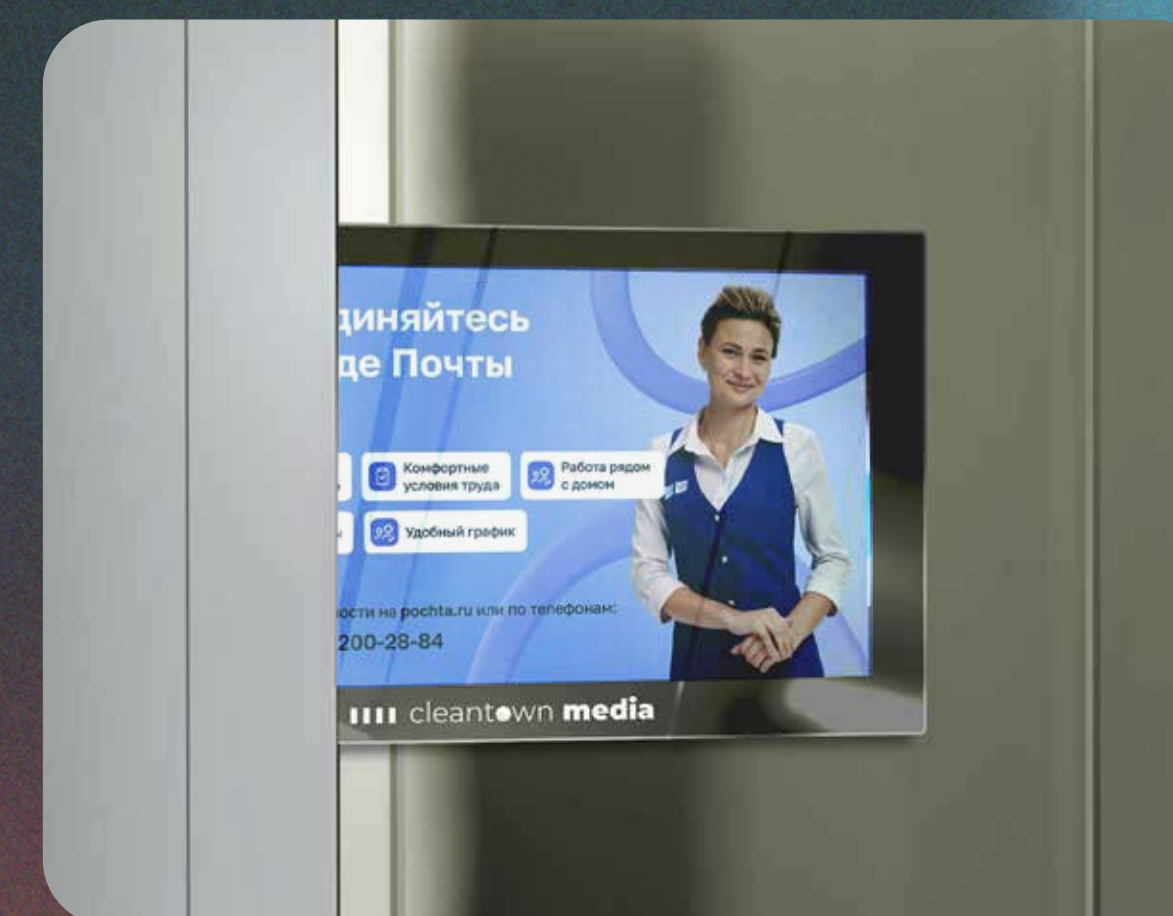
Яндекс.Лавка
Быстрая доставка продуктов
и товаров для дома



Вкусно — и Точка
Сеть ресторанов быстрого
питания



Ozon fresh
Сервис доставки продуктов



Почта России
Оператор российской почтовой
связи общего пользования

cleantown media

Рекламная кампания

CLEANTOWN.RU
+7 495 510 01 55

