



Восток-Медиа  
наружная реклама

КРУПНЕЙШИЙ  
ОПЕРАТОР  
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
И НОВОЙ МОСКВЫ

**7000**

ПОВЕРХНОСТЕЙ



# «ВОСТОК-МЕДИА» И МТС: МЫ НАЧАЛИ СЧИТАТЬ ПОДМОСКОВЬЕ

Кипр, 29.10.2021

# BM + MTC = OTS

## ЧТО СДЕЛАЛИ?

На базе рекламных конструкций «Восток-Медиа» и возможностей Big Data MTC BIG рассчитана OTS конструкций в Московской области.



## КАК СДЕЛАЛИ?

Алгоритм, разработанный MTC, помогает «оцифровать» любые конструкции наружной рекламы. Анализ массивов обезличенных данных позволяет выделять людей, которые находились в зонах размещения рекламных поверхностей и определить наличие потенциального контакта с креативом на данной поверхности.



**Восток-Медиа**  
наружная реклама

## ЗАЧЕМ СДЕЛАЛИ?

Показать перспективы и возможности наружной рекламы в МО + получить первичную систему координат, относительно которой будем двигать и улучшать измерения в МО.

# ВЫВОДЫ



Количество контактов в Московской области сопоставимо с Москвой



OTS Ближнего Подмосковья по средним показателям не уступает OTS Москвы



Очевидна корреляция по снижению OTS по мере удаления от МКАД

# ПРИМЕР

## Московская область

Новорижское шоссе (до 30 км)

Формат – 5x15 м

Среднее значение OTS – 140 000  
конт/сутки

## Москва

Звенигородское шоссе (между  
МКАД и ТТК)

Формат – 5x15 м

Среднее значение OTS – 151 000  
конт/сутки

# Исследование портрета аудитории наружной рекламы в Московской области

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ АГЕНТСТВО VISION ПО  
ЗАКАЗУ «ВОСТОК-МЕДИА»

**VISION**



**Восток-Медиа**  
наружная реклама

- Метод: on-line опрос
- Респонденты: 18+, видели за последнее время рекламу на щитах или экранах вдоль дорог в Подмосковье или на МКАД
- Выборка: 10 000 респондентов (МО – 4 500 чел., Новая Москва – 2 000 чел., Москва – 3 000 чел., жители др. регионов – 500 чел.)
- Период: октябрь, 2021

**Восток-Медиа**  
наружная реклама

**МОСКОВСКАЯ  
ОБЛАСТЬ  
&  
МОСКВА  
=  
КАЧЕСТВЕННАЯ АУДИТОРИЯ**

+ **МНОГО** «СТАТИКИ»

+ **ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ РОСТ**  
контактов с весны 2020 года

+ **РАЗУМНАЯ**  
СТОИМОСТЬ



Житель Подмосковья  $\approx$   
Житель Москвы?  
ДА!

## ВЫВОДЫ

1. Отсутствие существенных различий между портретом потребителя наружной рекламы Московской области и Москвы.
2. В Московской области есть районы с действительно высокодоходной аудиторией.
3. Наружная реклама – рекламный формат, наиболее часто встречающийся аудитории. Причем, жители Подмосковья видят «наружку» по дороге на работу в два раза чаще, чем москвичи.
4. Наружная реклама – наиболее позитивно воспринимаемый всеми рекламный формат.



Восток-Медиа  
наружная реклама

# ЭКСТЕНДЕР

## ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА ГРАНЬЮ

### РАСШИРЯЯ РЕАЛЬНОСТЬ



ВОЗМОЖНОСТИ  
БЕЗГРАНИЧНЫ



## Карта локаций для установки



РЕГБИ ПО ПЯТНИЦАМ



ТРЕНИРОВКА  
ДЛЯ ДРУЗЕЙ

**29.10**

**17:30**

**КИПР**

**ST RAPHAEL RESORT**

**БИЗНЕС  
В СТИЛЕ  
РЕГБИ**



Восток-Медиа  
наружная реклама



УВИДИМСЯ НА РЕГБИ!

