

Среднестатистические данные магазинов «Кировский»:

Город	Адрес (улица)	Среднее кол-во чеков в день/ в месяц	Среднее кол-во рекламных контактов в день/ в месяц
Екатеринбург	Сиреневый бульвар 2	4 960 / 148 800	10 912 / 327 360
Екатеринбург	Восстания 50	4 300 / 129 000	9 460 / 283 800
Екатеринбург	Свердлова 27	4 280 / 136 800	9 416 / 282 480
Екатеринбург	Соболева 5	4 560 / 129 000	10 032 / 300 960
Екатеринбург	Родонитовая 19	3 920 / 117 600	8 624 / 258 720
Екатеринбург	Малышева 127	4 360 / 130 800	9 592 / 287 760
Екатеринбург	Красных Командиров 3	2 780 / 83 400	6 116 / 183 480
Екатеринбург	Уральская 67	2 690 / 80 700	5 918 / 177 540
Екатеринбург	Билимбаевская 15	4 480 / 134 400	9 856 / 295 680
Екатеринбург	Маршала Жукова 13	3 510 / 105 300	7 722 / 231 660
Екатеринбург	Уральских Рабочих 35	4 320 / 129 600	9 504 / 285 120
Екатеринбург	Бардина 42	4 012 / 120 360	8 826 / 264 780
Екатеринбург	Грибоедова 21	3 330 / 99 900	7 326 / 219 780
Екатеринбург	Санаторная 10	3 200 / 96 000	7 040 / 211 200
Екатеринбург	Бебеля 136	3 880 / 116 400	8 536 / 256 080
Екатеринбург	Ясная 31а	2 340 / 70 200	5 148 / 154 440
Екатеринбург	Викулова 38в	3 216 / 96 480	7 075 / 212 250
Екатеринбург	Белинского 135	3 340 / 100 200	7 348 / 220 440
В.Пышма	Петрова 34б	4 270 / 128 100	9 394 / 281 820
Березовский	Ленина 63а	3 230 / 96 900	7 106 / 213 180
Березовский	Театральная 11	3 130 / 93 900	6 886 / 206 580
Итого по всем магазинам:		78 108 / 2 343 240	171 838 / 5 155 140

Целевая аудитория – покупатели ТЦ «Кировский» - люди среднего и высокого достатка, средней возрастной категории от 17 до 60 лет. Посещаемость ТЦ «Кировский» насчитывает около 25 000 человек ежедневно.

К достоинствам звуковой рекламы в местах продаж можно отнести следующее:

- ✓ звуковую рекламу нельзя выключить или переключить как, например, на телевизоре или на радио, то есть покупатель в любом случае услышит рекламируемый товар;
- ✓ своевременность: звуковая реклама воздействует на покупателя, пребывающего в «целевом настроении», готового купить здесь и сейчас;
- ✓ динамичный аудио эффект;
- ✓ положительное отношение к звуковой рекламе самих потребителей (она скорее развлекает в момент покупок и информирует, не вызывая существенного раздражения);
- ✓ возможность проведения как локальных, так и краткосрочных чётко нацеленных компаний (возможно выборочное размещение звуковой рекламы в отдельных магазинах в выбранное время);
- ✓ поддержание положительного отношения потребителя к совершенной покупке;
- ✓ высокая потребительская активность аудитории супермаркетов, ее большой процент с высоким доходом;
- ✓ информирование покупателей о промоакциях, распродажах, скидках и т.п.

Звуковая реклама в торговых залах супермаркетов (локализованное радиовещание) давно выделилась в самостоятельную форму коммерческой рекламы ввиду присущих ей специфических особенностей и применяемых методов. Звуковая реклама обращена к слуху покупателя, который у него, в основном, свободен, в отличие от зрительного восприятия, сконцентрированного на поиске товара за счет чего эффективно достигает покупателя.

Звуковая реклама – пожалуй, наиболее вариативное и потому многофункциональное средство продвижения. Изменяя форму подачи, частоту, время и продолжительность трансляции, звуковую рекламу можно эффективно использовать как для информирования покупателей о проведении различных акций – сэмплингов, снижения цен, розыгрышей призов и т. п. (информационная составляющая), так и для расширения «эффекта присутствия» торговой марки (бренда) в коммуникационном пространстве, увеличение узнаваемости торговой марки (бренда) как следствие увеличение лояльности (имиджевая составляющая).

Целевая аудитория. Звуковая реклама ориентирована на потребителя супермаркета. с/м «Кировский» отличается довольно разнообразной аудиторией, но все же можно выделить основную публику слушателей.

Среди посетителей супермаркетов «Кировский» доступности большинство составляют: женщины (60%): в возрасте 25-54 года (64%); работающие (65%); состоящие в браке (64%); обеспеченные (42%); те, кто в своих семьях чаще всего принимает решения по поводу покупки (64%).

Мы гарантируем Вам оперативность размещения рекламы (срок размещения нового аудиоролика от 1 часа); Низкие затраты на разработку, запись и трансляцию рекламы делают ее более доступной для Вас; Аудио-ролики записываются в студии звукозаписи на профессиональном оборудовании, с использованием различных известных голосов и звуковых эффектов; Компьютерная технология, гарантирующая выход аудио-ролика в нужное время в нужном месте, позволяет гораздо эффективнее планировать Ваш рекламный бюджет; Использование современных технологий позволяет добиться качественного и «распределенного» звука по всему торговому залу, т.е. покупатели все время находятся в зоне слышимости ролика; Минимальная стоимость рекламного контакта из-за большой посещаемости с/м.

Приоритеты при выборе видов коммуникаций зависят от конкретного товара, но в любом случае наиболее эффективен комплексный подход. Кроме того, очевидно, что каждый конкретный вид коммуникаций почти всегда совмещает в себе имиджевую и информационную составляющие.

Технология совместима со всеми стандартными медиа каналами рекламы: радио и телевидением. Можно использовать в общем медиа-плане рекламной кампании.

Звуковая реклама это мощный инструмент для информирования покупателей об акциях, распродажах, скидках, розыгрышах. Информационная составляющая апеллирует в основном к вербальному и осознанному мышлению покупателя и поэтому, как правило, действует сразу. Однако, как и любой инструмент, эффективность использования звуковой рекламы заложена в идеях и реализации рекламных роликов, используемых в рекламных кампаниях. Качество рекламных роликов может многократно усилить эффект или ослабить. Поэтому креативность, качество записи и сведения рекламных роликов напрямую влияют на достижение эффекта рекламной кампании.

Отбор супермаркетов для звуковой рекламы осуществляется с учетом специфики торговой сети, действий относительно её конкурентов, плотности покупательских потоков (среднее количество чеков в одном супермаркете за день составляет от 2000 до 15000 чеков)