

Медиапланирование:
сроки, бриф, задачи,
материалы.
Оффлайн.

Что такое медиаплан?

подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки (таргетинги) и рекомендуемые форматы размещения рекламы.

1				Утверждаю
2				
3				
4				Воронков С. Г.
5				Генеральный директор
6				ООО "ЭФ-Интернэшнл"
7	Медиаплан выставки "Иппосфера" 2-5.05 2019 г, ПОСЕТИТЕЛИ			
8	Наименование рекламоносителя	Объем размещения	Сроки	Стоимость
9	Реклама в интернете			
10	Реклама на посетителях			
11	Yandex.Direct. Объявления в поисковой выдаче, на партнерских сайтах сети	3500 кликов	15.04-4.05.2019	147 000,00 Р
12	Google. Adwords. Объявления в поисковой выдаче, на партнерских сайтах сети	2500 кликов	15.04-4.05.2019	103 500,00 Р
13	Vk.com. Пост в охватных группах СПб	30 постов	15.04-4.05.2019	100 000,00 Р
14	Vk.com. Тизеры, нативные посты	2 000	15.04-4.05.2019	100 800,00 Р
15	Facebook.com+Instagram.com. Нативные посты, тизеры, сториз	3 100	15.04-4.05.2019	241 800,00 Р
16	Target.my.com - mail.ru и партнерская сетка	500	15.04-4.05.2019	22 200,00 Р
17	Блоггеры			113 000,00 Р
18	Итого на посетителей:			828 300,00 Р
19	Наружная реклама			
20	Плакаты на щитах 6x3 м на Пулковском и Петербургском ш.	3 шт.	01.04-30.04.2019	175 000,00р.
21	Итого по наружной рекламе:			175 000,00 Р
22	Транзитная реклама			
23	Размещение мобильных рекламных постеров на задних бортах автобусов, 6 кв. м. Три машины №545.	15 автобусов, 15 бортов, 4 недели	08.04-05.05.2019	223 500,00р.
		5 маршрутов		

Что такое оффлайн?

Это традиционный маркетинг, способ оповестить потенциальных клиентов о продукте, не предполагающий использование интернета.

Основные каналы:

- Наружная реклама (6х3м, 1,2х1,8м, 1,8х1,8м)
- Транзитная реклама (транспорт, метро)
- Радио
- Телевидении
- СМИ
- Раздача листовок



Инструменты анализа эффективности оффлайн-рекламы

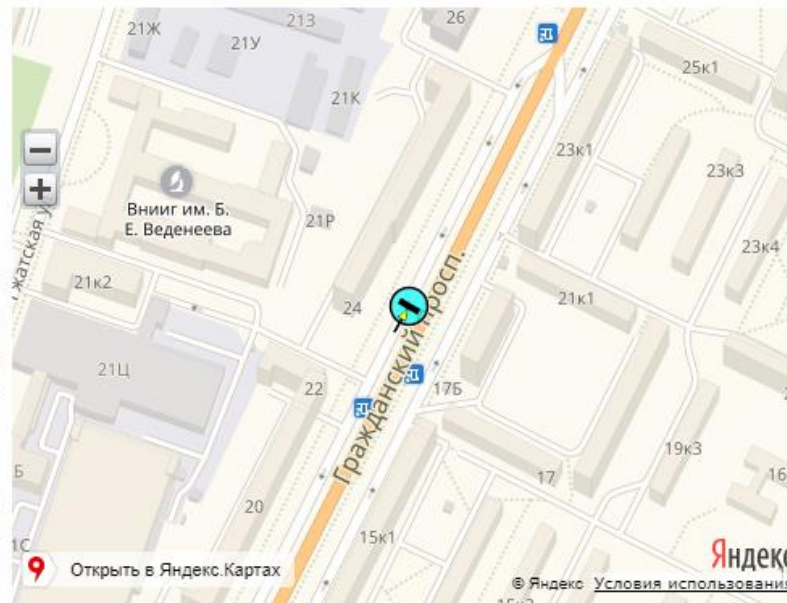
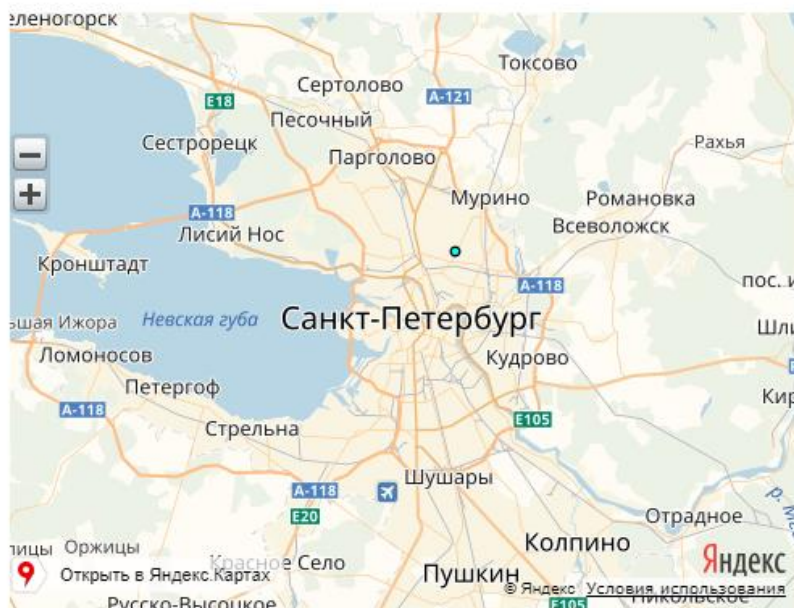
Такие показатели, как GRP, OTS и CPT служат для оценки эффективности наружной рекламы.

1. **GRP (Gross Rating Point)** — показатель, отражающий масштаб рекламно-информационного воздействия. Такой рейтинг — **это отношение аудитории, видящей сообщение, ко всей аудитории в целом, которую могло охватить сообщение.**
1. **OTS (Opportunity-To-See)** — это показатель, который оценивает **общее количество контактов в численном выражении, которые были достигнуты в результате рекламной кампании,** который выражается в количестве рекламных контактов (обычно в тысячах).
1. **CPT (Cost per Thousand)** — стоимостной показатель, представляющий собой **цену достижения 1 тыс. контактов или охвата 1 тыс. целевой аудитории.** Показатель дает возможность сравнить эффективность ценового воздействия различных типов медиа, путем приведения их к единому параметру (цена на 1000 контактов).

Санкт-Петербург, Гражданский пр. 24 / Гидротехников ул. (из центра) ПРИЗМАВИЖН

38 720,00Р - [Добавить к заказу](#)

GID:	SPBB0053661
Формат:	Щит 3 x 6
Сторона:	Б1
Запрещения:	Пиво
Освещение:	да
Рейтинг поверхности (GRP):	0,87
Эффект. аудитория (OTS):	38.37 (тыс. человек в день)
Направление:	из центра
Расстояние видимости:	В центр: 75-100
Транспортное положение:	Прямой участок дороги
Расстояние до светофора:	50-150



[← Предыдущая поверхность](#)

[Следующая поверхность →](#)

% затрат на рекламу к выручке

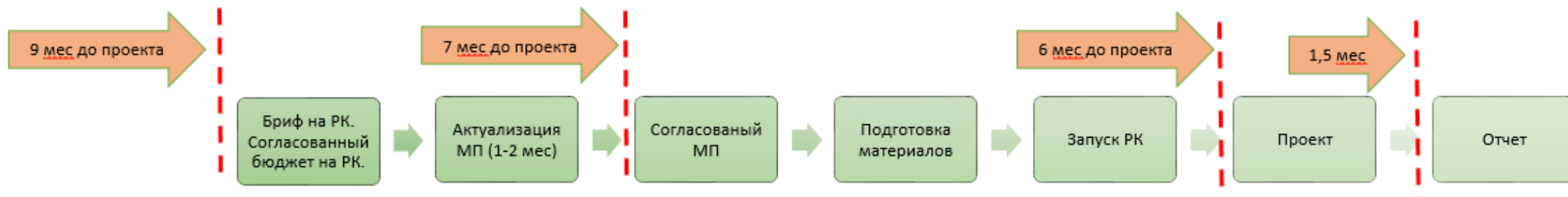
25-30% - это достаточный % затрат на рекламу к общей выручке по проекту!

		Доля затрат на рекламу в общей выручке, %		отклонение, %
Собственные проекты		2018	2019	2018/2019
01	ЖКХ			
02	ЭКОЛОГИЯ	2,5%	2,4%	-5,9%
03	КАДРОВЫЙ ФОРУМ (ФОРУМ ТРУДА)	2,7%	2,7%	0%
04	СВАРКА	1,2%	-	
05	РМЭФ, ЭНЕРГЕТИКА И ЭЛЕКТРОТЕХНИКА	0,7%	0,8%	11%
07	ЗООШОУ (ВСЕ)	17,1%	6,0%	-65%
09	СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ	11,4%	10,5%	-8%
10	ПЛАНЕТА ДЕТСТВА	11,7%	6,9%	-41%
11	РИДО/НЕВСКИЙ ЛАРЕЦ	9,3%	9,6%	3%
12	АГРОРУСЬ	5,4%	4,5%	-17%
13	ИППОСФЕРА	37,2%	17,8%	-52%
14	ЗАЩИТА ОТ КОРРОЗИИ	1,9%	1,8%	-7%
15	РОССИЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННИК	1,2%	1,1%	-11%
17	ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЗДОРОВЬЯ	2,7%	1,1%	-60%
18	ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ГАЗОВЫЙ ФОРУМ	1,6%	1,5%	-9%
19	SMART TRANSPORT			
Ивент собственный				
19	МИРОВОЙ НОВЫЙ ГОД	22,5%	15,2%	-32,6%
И Т О Г О и СРЕДНИЕ:		8,6%	5,8%	-32,3%

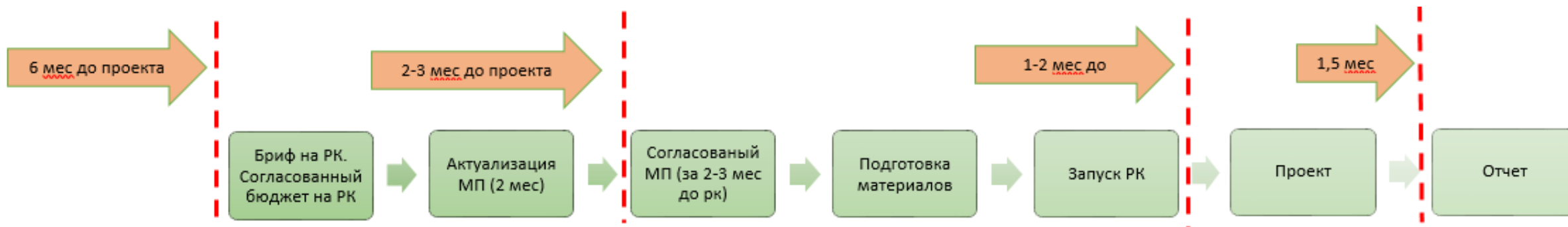
Как наиболее эффективно потратить рекламный бюджет?

1. Прислать нам сумму бюджета на продвижение.
2. Прислать нам плановые KPI по посетителям – регистрация, билеты.
3. Прислать нам билетную программу и средний чек.
4. Заполнить бриф на РК. Лежит в электронном архиве [\\Vm-srv-public-2\электронный архив\Корпоративные стандарты\ЭФ-И\Бланки брифов ЭФ-И\Бриффы отдела рекламы](#)

Процесс на участника



Процесс на посетителя



Как мы разделяем ваш бюджет на онлайн и офлайн?

		Затраты на рекламу, тыс. руб.			отклонение, %	
Собственные проекты		2017	2018	2019	2018/17	2019/18
01	ЖКХ	281	282	295	0%	5%
02	ЭКОЛОГИЯ					
03	КАДРОВЫЙ ФОРУМ (ФОРУМ ТРУДА)	275	380	547	38%	44%
04	СВАРКА	210	284	-	35%	-
05	РМЭФ, ЭНЕРГЕТИКА И ЭЛЕКТРОТЕХНИКА	673	683	700	1%	2%
07	ЗООШОУ (ВСЕ)	14 393	2 802	4 900	-81%	75%
09	СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ	248	906	1 045	265%	15%
10	ПЛАНЕТА ДЕТСТВА	216	854	1 135	295%	33%
11	РИДО/НЕВСКИЙ ЛАРЕЦ	113	493	424	336%	-14%
12	АГРОРУСЬ	1 629	1 733	1 850	6%	7%
13	ИППОСФЕРА	1 770	2 072	2 400	17%	16%
14	ЗАЩИТА ОТ КОРРОЗИИ	101	159	159	57%	0%
15	РОССИЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННИК	79	180	200	128%	11%
17	ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЗДОРОВЬЯ	0	80	461		476%
18	ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ГАЗОВЫЙ ФОРУМ	5 756	6 364	6 364	11%	0%
19	SMART TRANSPORT	109	-	500	-	
Ивент собственный						
19	МИРОВОЙ НОВЫЙ ГОД	3 179	3 093	3 200	-3%	
И Т О Г О и СРЕДНИЕ:		29 032	20 365	24 180	-30%	19%

Сложно! 😊

Что главное при распределении бюджета?

1. Сумма бюджета
2. Ваша ЦА по сегментам
3. Охватность носителя
4. География (в т.ч. По СПб)
5. Контент мероприятия, соответствующий всем сегментам ЦА

Где найти эти данные?

Правильный ответ – в маркетинговом отчете + бюджете проекта

Инфопартнеры

П.1. !!Отраслевые инфопартнеры, партнеры – боль продвиженца.
(расскажем с следующих сериях)

П.2. Отдел рекламы занимается только коммерческим размещением
рекламы,
в том числе помощь в промо акциях и отслеживании их эффективности.

В других случаях см. п.1.

Основные стоимости по каналам

Оклейка бортов маршрутки – 15 тыс. руб./ 1 борт

Наружка – 50-70 тыс руб/ 1 шт.

Метро стикеры – 400 тыс руб/ 500шт.

Радио – очень зависит от канала,
хронометража, % праймтайма

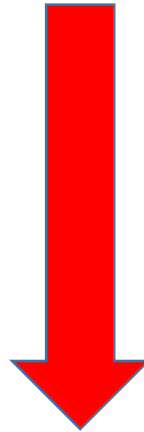
ТВ – очень зависит от канала,
хронометража, % праймтайма

СМИ печатные – зависит от издания.
Деловой Петербург со скидкой 50-80%
– 50 000 руб.

Материалы для публикаций

1. Макеты, которые изготавливают дизайнеры по вашему ТЗ.
!Всегда спрашивайте ТТ (тех. требования) у поставщиков услуг!
2. Рекламные статьи – отв. Харина Я.

РАЗБОР ПОЛЕТОВ



НЕВСКИЙ
ЛАРЕЦ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ПРАВИТЕЛЬСТВА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

LARETS.EXPOFORUM.RU

30 МАЯ – 3 ИЮНЯ 2018

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ

- ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КЕРАМИКА
- МИНИАТЮРНАЯ ЛАКОВАЯ ЖИВОПИСЬ
- РОСПИСЬ ПО ДЕРЕВУ

- РУЧНОЕ КРУЖЕВО, НАРОДНЫЙ КОСТЮМ
- ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА, КОЖИ, МЕХА

- МОЗАИКА И ВИТРАЖИ
- ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ЛИТЬЕ, КОВКА, ЧЕКАНКА И МНОГОЕ ДРУГОЕ



EXPOFORUM

ЛЕНЭКСПО | САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
БОЛЬШОЙ ПР. В. О., 103, ПАВИЛЬОН 7

ВХОД СВОБОДНЫЙ

NEVSKIY
LARETS

30 MAY – 3 JUNE 2018



NATIONAL CRAFTS
ARE TRENDY AND STYLISH!

THE INTERNATIONAL TRADE
FAIR OF NATIONAL CRAFTS



EXPOFORUM

LENEXPO
BOLSHOY PR. V. O., 103, ST. PETERSBURG, RUSSIA



• НЕВСКИЙ • ЛАРЕЦ

8 - 10 ФЕВРАЛЯ 2019 • ЭКСПОФОРУМ

ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ
ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОДАРОК РУЧНОЙ РАБОТЫ



0+



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ПРАВИТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



3-6
ОКТАБРЯ
2017



VII ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ГАЗОВЫЙ ФОРУМ

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСПОФОРУМ

ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

GAS-FORUM.RU

18+

ПЛАНЕТА ДЕТСТВА



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСПОФОРУМ

29 МАРТА - 1 АПРЕЛЯ

PLANET.EXPOFORUM.RU



ОРГАНИЗАТОР

СПОНСОР



ВЫСТАВКА

ВХОД БЕСПЛАТНЫЙ

при регистрации на сайте

ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ

**БАТУТЫ | ПЛАНЕТАРИЙ
НАУЧНОЕ ШОУ**

EXPOFORUM



ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1 • ТЕЛ. 240 40 40
БЕСПЛАТНЫЕ АВТОБУСЫ ОТ СТ. М. «МОСКОВСКАЯ»





ХИХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЭКОЛОГИЯ БОЛЬШОГО ГОРОДА

20-22
МАРТА
2019



ufi
Approved
Event



РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ



ПРИРОДООХРАННАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
И УСЛУГИ



ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ
МОНИТОРИНГ



УПРАВЛЕНИЕ ОТХОДАМИ:
ТЕХНОЛОГИИ,
ОБОРУДОВАНИЕ, УСЛУГИ



ВОДОСНАБЖЕНИЕ,
ВОДООТВЕДЕНИЕ,
ПОДГОТОВКА
И ОЧИСТКА ВОДЫ



ЗЕЛЁНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ /
СОЗДАНИЕ
КОМФОРТНОЙ
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

КОНГРЕССНАЯ ПРОГРАММА
ЦЕНТР ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ
ВЫЕЗДНЫЕ ЭКСКУРСИИ

6+



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСПОФОРУМ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

ТЕЛ./ФАКС:
+7 (812) 240 40 40
(доб. 2112)
ecology@expoforum.ru



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
МЕДИАПАРТНЕР



ECOLOGY.EXPOFORUM.RU

O2O – Offline – To – Online

Или как измерять доходимость от ваших промо акций до площадки.

Вы задумали промо акцию? Сообщите нам об этом!

Мы выдадим вам вай фай пылесос

ПЫЛЕСОС НА ПРОМО АКЦИЯХ
МИРОВОЙ НОВЫЙ ГОД 2019

Зоошоу – 4000 руб – затраты на промо,
15-16 дек 2018
пересечение по пылесосу – 84 уника

ТК Лето – 14800 – затраты на промо
22 дек 2018
пересечение по пылесосу – 3 уника