



## Билеты «Ультра Лайт»

*Новый эффективный  
рекламный формат  
Московского Метро*

Комплексные директ-маркетинговые  
программы от компании «Конмарк-ДМ»  
Москва, 2008

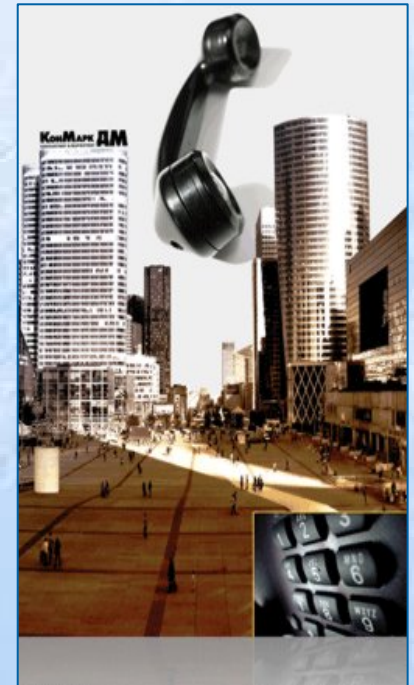
ДИРЕКТ  
МАРКЕТИНГ



## Немного теории

- ➔ После принятия Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ О персональных данных все сложнее находить пути прямого воздействия на конечного потребителя. Мы разработали ряд предложений, которые показывают, что не все так сложно. Четкое воздействие на нужную целевую аудиторию, разнообразие используемых способов и мест – именно это является нашим преимуществом перед другими видами подобных предложений. Далее рассмотрим наше отдельное предложение, которое мы с нашими партнерами с удовольствием хотим предложить Вашему вниманию.

Компания «**Конмарк ДМ**» была создана в 1996 году, с этого времени мы помогаем своим клиентам значительно расширить свой бизнес методами профессионального директ-маркетинга. Хотелось бы заметить, что на первое место мы ставим именно **эффективность проектируемых кампаний**. В 2007 году на форуме «Дни директ-маркетинга в Украине» компания «Конмарк-ДМ» была удостоена специального Диплома «**За самый эффективный возврат инвестиций**».



## *Основные преимущества размещения рекламы на билетах «УльтраЛайт»:*

**Гарантированный контакт (!)** – билет вручается «в руки» и хранится «в кармане» - практически исключается возможность избежать рекламного воздействия. Контактные данные рекламодателя находятся у потенциального клиента «под рукой».

Скорость распространения – до **одного миллиона (!)** гарантированных контактов в день.

Каждый билет имеет **уникальный ID (!)** – уникальная возможность для проведения **стимулирующих акций** - предоставления скидок, подарков, накопления бонусов, лотерей и розыгрышей, вовлечения в программы лояльности и др. ( е.g. «Предъяви билет и получи 5% скидку»).

Многочисленные **повторные контакты** при использовании многоразовых билетов (до 60 поездок).

**Невысокая стоимость** контакта по сравнению с другими носителями.



Гарантированный  
контакт!

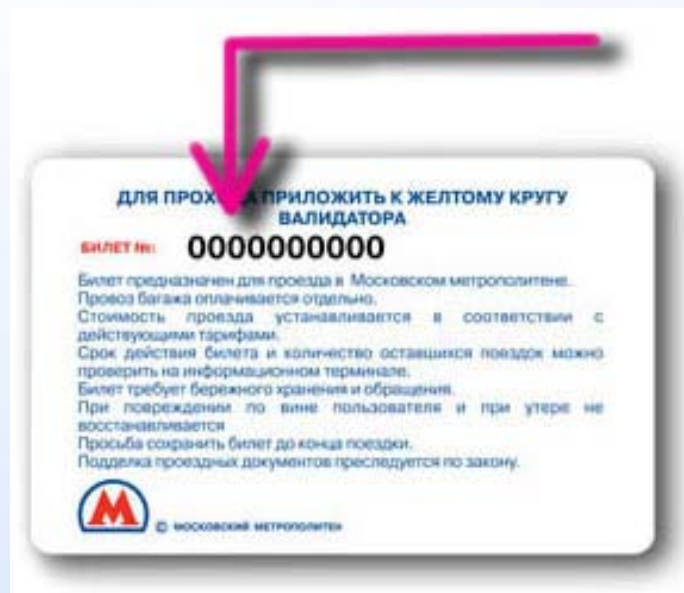
# 1 миллион пассажиров в день получают Ваше сообщение

- В тот трудный для всех период, для рекламодателей оказываются более предпочтительными каналы коммуникации с **низким СРТ**, высоким **качеством контакта**, более точным **измерением результатов** и более эффективные для **стимуляции продаж** в краткосрочном периоде



\*Возможно предоставление полной базы данных по всем билетам, проданным с рекламным сообщением. База может включать как номер билета, нанесенный на оборотной стороне, так и электронный номер чипа, что исключает возможность подделки билета.

# *1 миллион пассажиров в день получают Ваше сообщение*



Каждый билет имеет уникальный номер\*

- ✓ Лотереи
- ✓ Дисконтные программы
- ✓ Розыгрыш призов
- ✓ Промо-акции

\*Возможно предоставление полной базы данных по всем билетам, проданным с рекламным сообщением. База может включать как номер билета, нанесенный на оборотной стороне, так и электронный номер чипа, что исключает возможность подделки билета.

## *Социальные и поведенческие характеристики*

В среднем за месяц метро пользуются **75.6%** (!) взрослого населения столицы (около 6,7 млн. человек), в среднем за день – 37% москвичей (более 3,3 млн. человек).

Среди пассажиров метро представлены практически все демографические и социальные группы населения Москвы. Более половины пассажиров метро (54%, 3.7 млн.чел.) – москвичи активного возраста (25-54 лет). Доля женщин (55%, 3.7 млн.чел.) несколько превышает долю мужчин (45%, 3.1 млн.чел.).

Около двух третей пассажиров метро **работают** (65%, 4.5 млн. чел.).

В семьях почти половины пользователей метро **есть личный автомобиль** (48%, 3.2 млн.чел.): 22% из них имеют отечественный автомобиль, 23% – импортный. Около двух третей пассажиров метро (64%, 4.4 млн. человек) пользуются какими-либо банковскими услугами. При этом треть пассажиров метро пользовалась банковскими картами, еще треть пользователей метро – личным счетом в банке. Примерно пятая часть пассажиров метрополитена берет банковские кредиты. Десятая часть жителей Москвы, пользующихся метро (10%, 673 тыс.чел.), за последние полгода совершала туристические и/или деловые поездки за границу. Практически две трети пассажиров метро имеют загородный дом (61%, 4.2 млн.чел.).

## *Виды билетов и пакеты*

№	Пакет	Вид билетов(по поездкам)	Количество станций	Min тираж (шт.)	Продолжительность продажи(дней)*	Ср. число поездок на 1 билет
1	Базовый	1,2,5,10,20,60	177	1 000 000	1,5	5
3	Долгосрочный	5,10,20,60	177	1 000 000	4	13
4	Специальный	1,2	177	1 000 000	2	1,5

Содержание Пакетов:

**Базовый** – максимально географически широкий охват аудитории по всем станциям метро, продажа носителей всех видов с максимальной скоростью распространения (до 1млн шт/сутки)

**Долгосрочный** - долговременный охват аудитории по всем станциям метро, продажа носителей с большим числом поездок с заданной относительно малой скоростью распространения в течение требуемого длительного промежутка времени, обеспечивает длительное хранение контактором рекламной информации.

**Специальный** – кратковременный охват аудитории по всем станциям метро, продажа носителей с небольшим числом поездок с заданной относительно большой скоростью распространения в течение требуемого короткого промежутка времени, может использоваться для акций с ограниченным сроком действия.

**ПРИМЕЧАНИЕ:**

По итогам проведения Рекламной Кампании предоставляется справка о реализации проездных билетов с рекламой Заказчика. Справка выдаётся службой сбора доходов Московского метрополитена.

# КонМАРК ДМ

КОНСАЛТИНГ & МАРКЕТИНГ

Профессиональная реализация ДМ-проектов



DM business  
DM consumer  
DM full service  
DM post  
DM IMK  
DM loyalty

Адрес: 125040, Москва, улица Верхняя, дом 34 Телефон: (495) 258 00 70 (многоканальный) Интернет: [www.conmark.ru](http://www.conmark.ru)

