



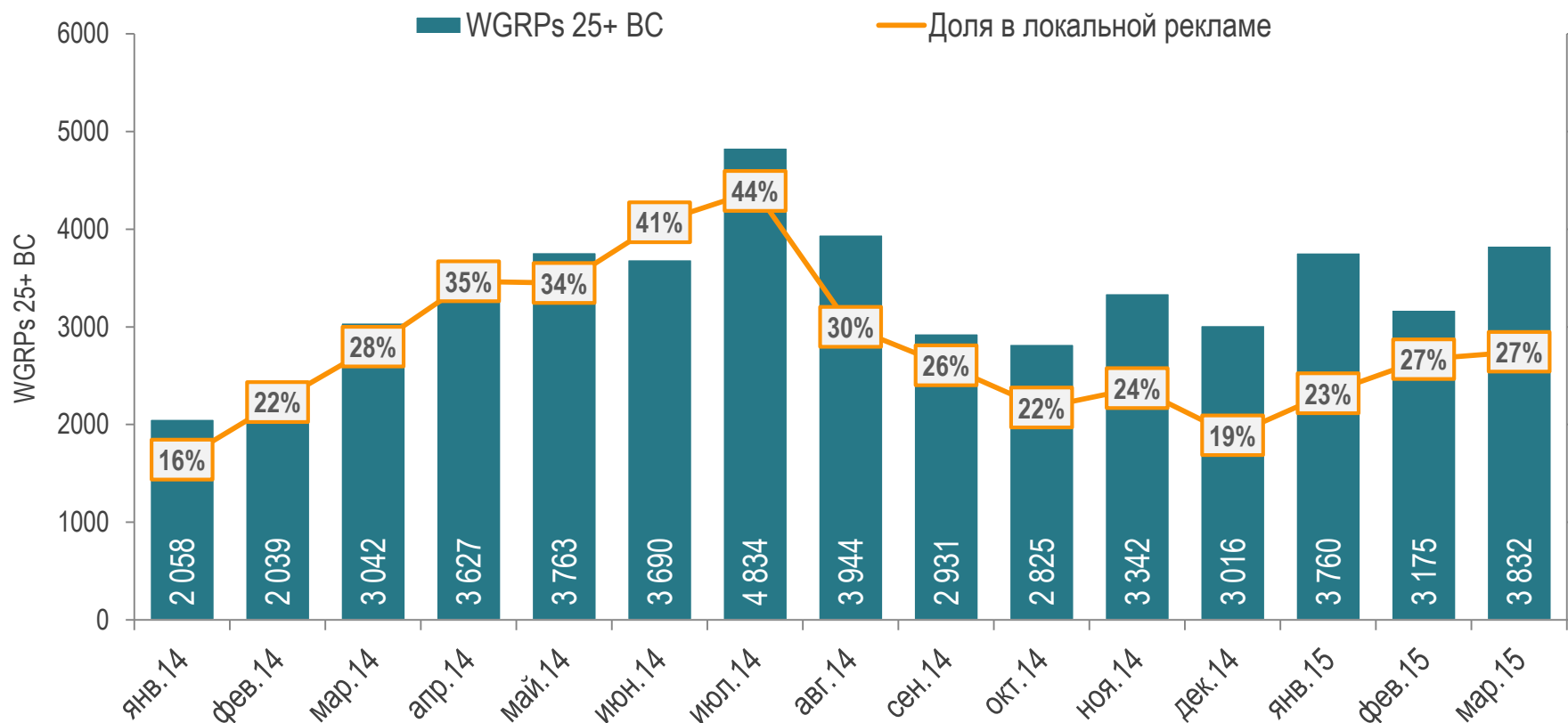
ПЕТЕРБУРГ

# ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ НА ТВ

В сегменте «Недвижимость и строительство»

Апрель 2015

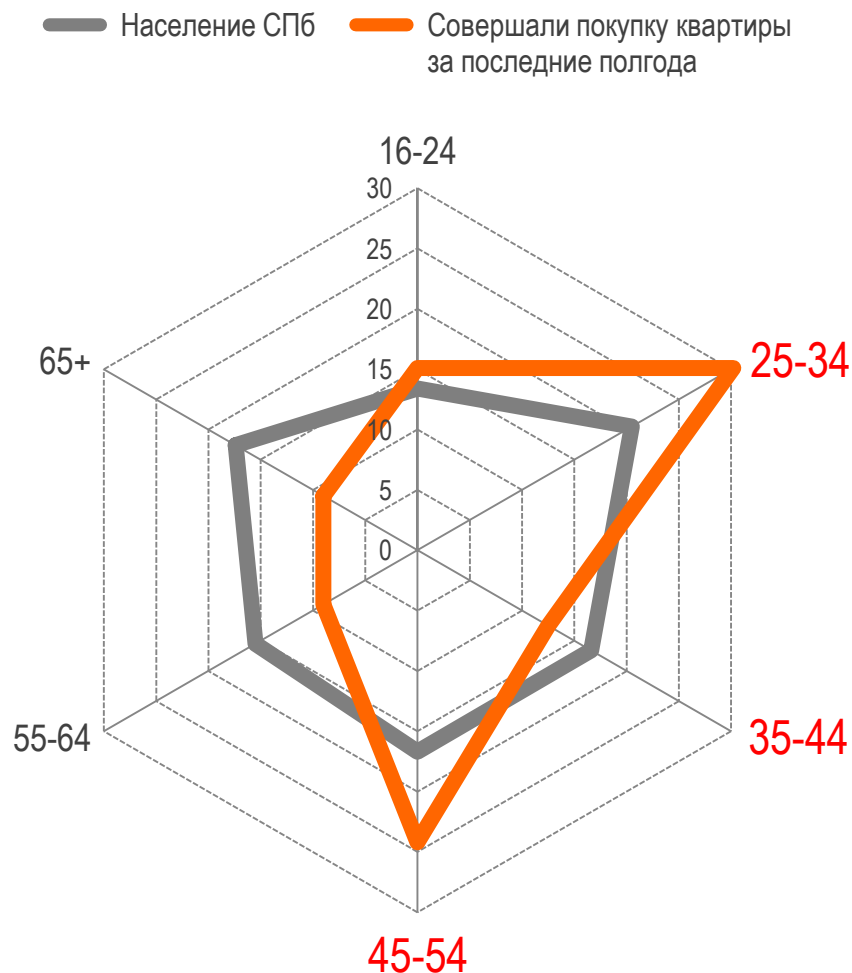
## Сегмент недвижимость на ТВ Петербурга



**НЕДВИЖИМОСТЬ – КРУПНЕЙШИЙ ЛОКАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ НА ТВ.  
ДОЛЯ СЕГМЕНТА СРЕДИ ЛОКАЛЬНЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ДОСТИГАЕТ 30%**

## Целевая аудитория

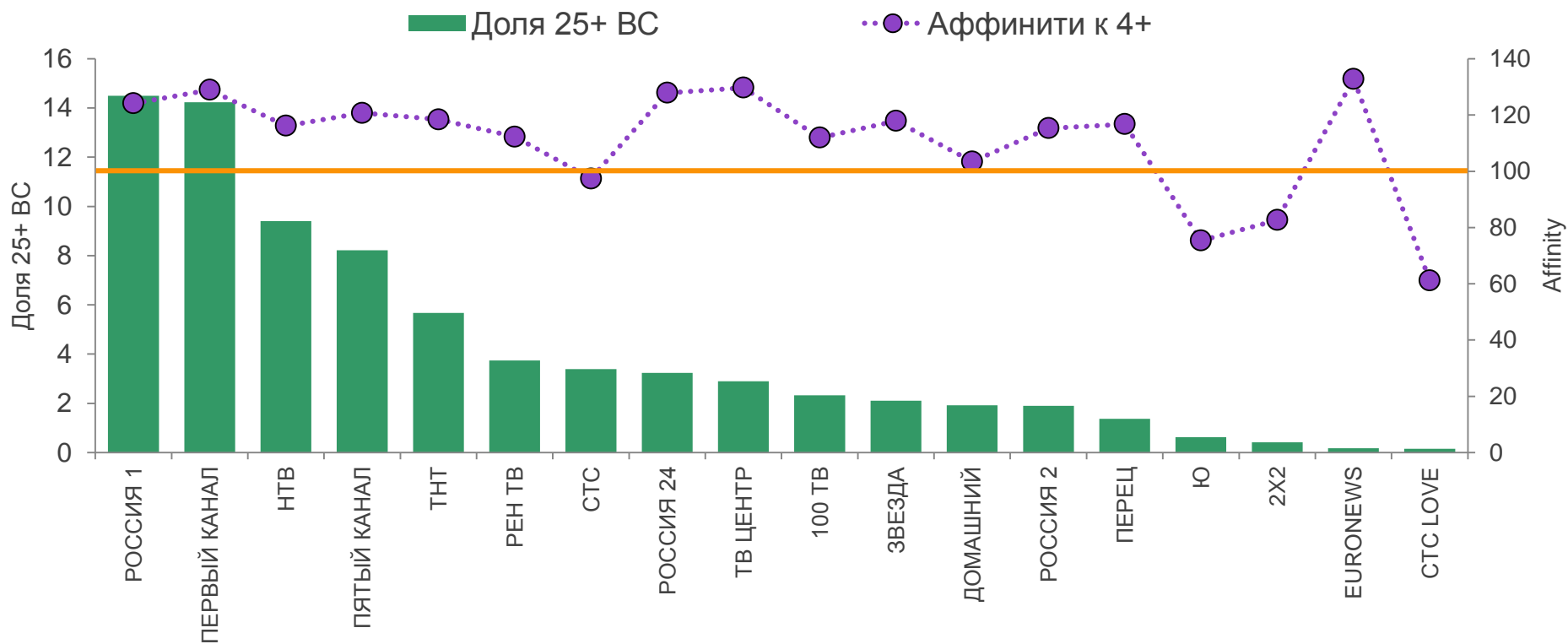
**Каждый 10-й житель** Петербурга планирует улучшить или уже улучшил свои жилищные условия за последнее время\*



Покупка недвижимости – цель, актуальная для всех жителей города, каждого члена семьи

Глобально целевая аудитория для сегмента недвижимость – все 25-55 плюс старшее поколение минус низкий доход, то есть:  
**ВСЕ 25+ ВС**

# Выбор телеканалов



ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ВЫБОРУ КАНАЛОВ – ЛЮБЫЕ, КРОМЕ ТЕМАТИЧЕСКИХ МОЛОДЕЖНЫХ

## Мы рекомендуем при размещении на ТВ

ВЫВОД НОВОГО ОБЪЕКТА	ИМИДЖ	ИМИДЖ + ОБЪЕКТ
4-6 недель	2-3 недели	2 недели
150-250 TRP в неделю	Каналы: 2-3 крупных	Каналы: 2-3 крупных
Охват ЦА 70-80%	Охват ЦА 70%	Ролик 20"/30"
Частота 10-12	Частота 5	2-4 недели
Ролик 10"/15"	Ролик 20"/30"	Ролик 10"/15"
Каналы: 1-2 крупных + 3-4 тематических	Новостные программы + спонсорские возможности	Каналы: 1-2 крупных + 3-4 тематических

1/3

2/3



ПЕТЕРБУРГ

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

**Наира Паповян**  
Коммерческий директор Vi Петербург