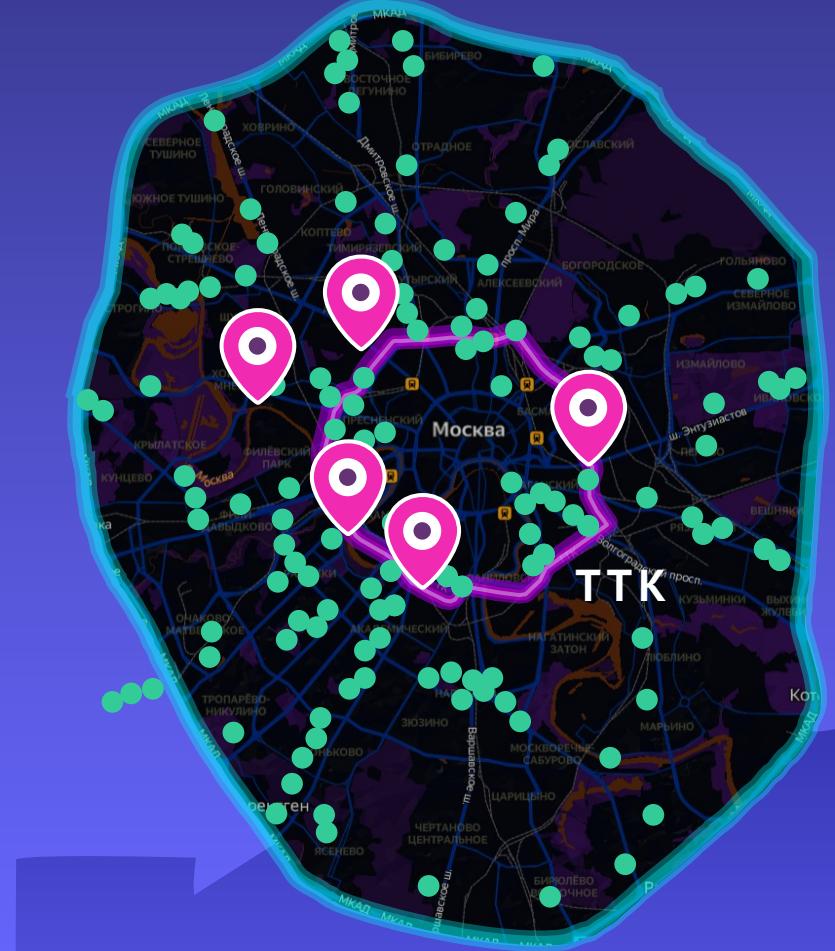
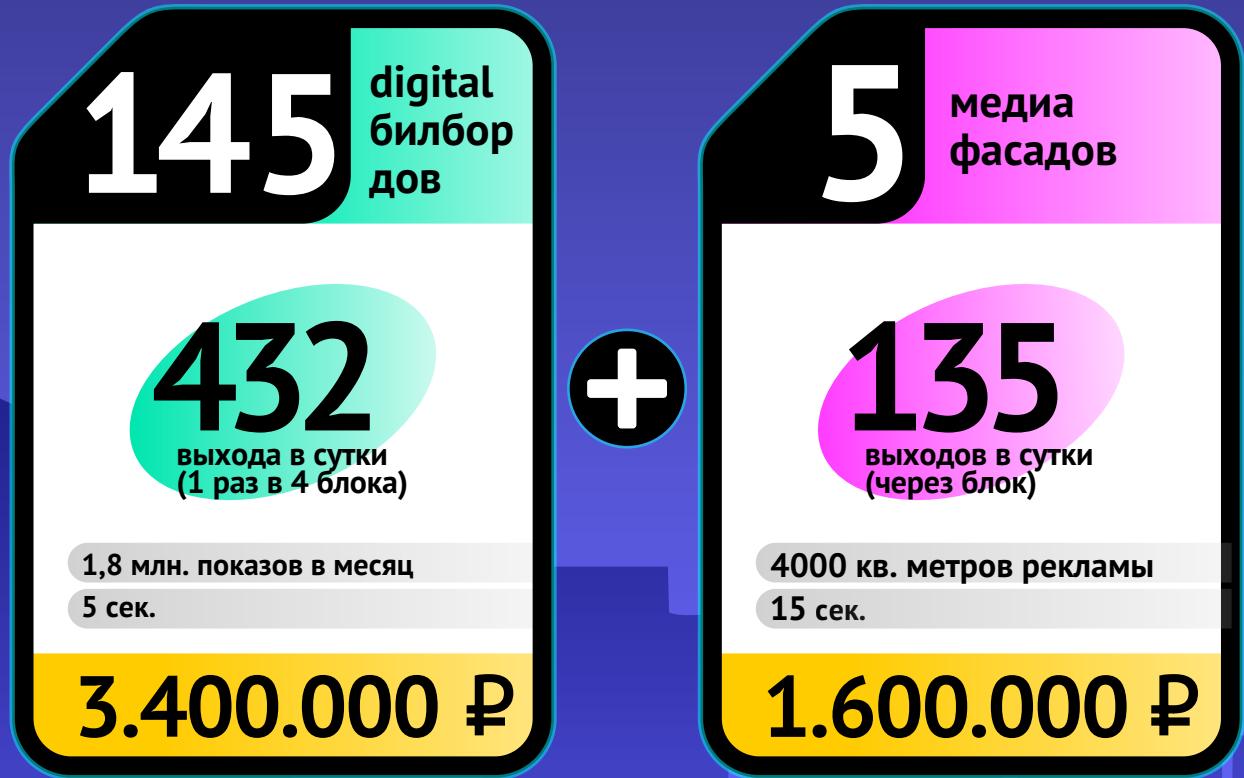


# Post campaign замер DOOH кампании с низкой частотой выходов

ПО ДАННЫМ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО  
АГЕНТСТВА VISION

Gallery  
Sunlight Outdoor +

# Пакетное предложение Platinum 150



Медиафасады  
Sunlight Outdoor

DBB Gallery

# TIC TAC и NUTELLA: июль-август 2021



Город: Москва

Длительность РК: 31 день

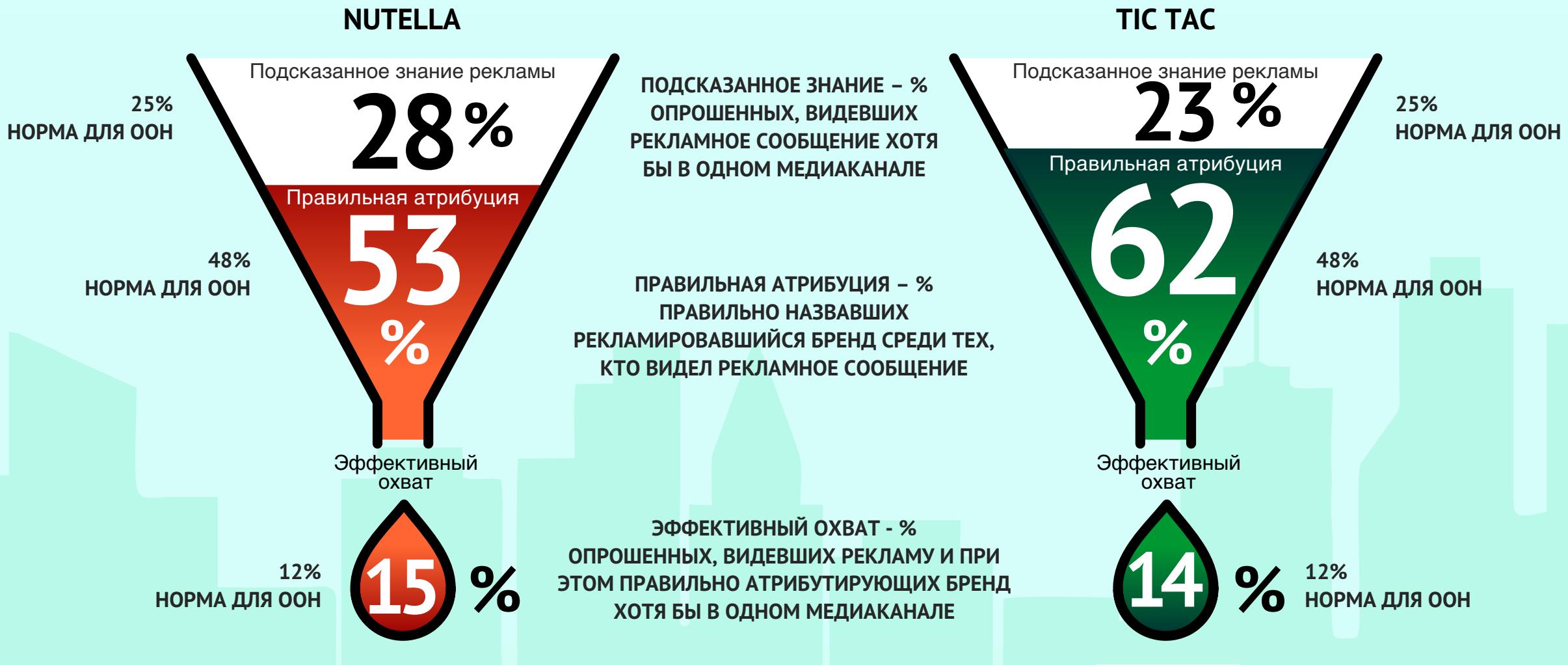
Хронометраж ролика:  
**МФ - 15 сек. / ООН - 5 сек.**

Объем эфира: **МФ - 2,5% (через блок)**  
**ООН - 2,5% (1 выход в 4 блока)**

Инвентарь:  
Медиафасады - 5 шт. | Digital  
 билборды - 145 шт.

Бюджет: **5 000 000 руб.**

# Результаты post campaign замеров



Эффективный охват **Выше на 20%**  
в сравнении с нормой по ООН

# Результаты post campaign замеров

## NUTELLA

Подсказанное знание рекламы

**28 %**

Правильная атрибуция

**53 %**

Эффективный охват

**15 %**

**178 тыс.  
руб. за 1%**

## TIC TAC

Подсказанное знание рекламы

**23 %**

Правильная атрибуция

**62 %**

Эффективный охват

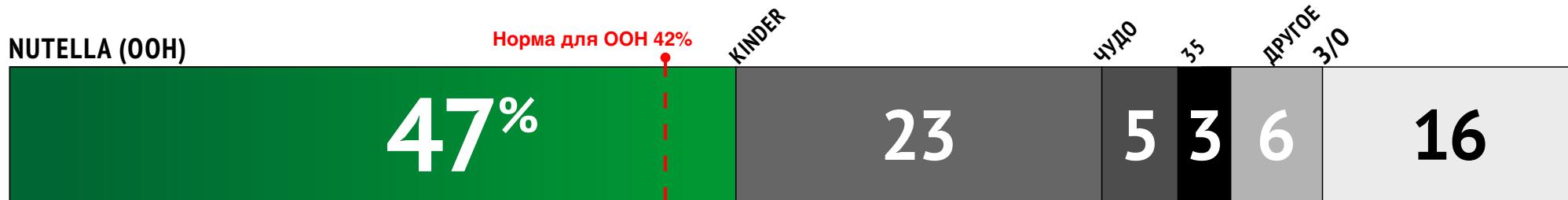
**14 %**

**217 тыс.  
руб. за 1%**

**357 тыс.  
руб. за 1%**

**Средняя стоимость за 1% - 417 тыс. руб.**

# Ошибки атрибуции



# Результаты РК с низкой частотой выходов

- **Расширение географии рекламной кампании в **4** раза**
- **Повышение верного уровня атрибуции в среднем на **40%** по всей кампании**  
(с 42% на стандартном ООН до 53% и 62% соответственно)
- **Повышение уровня эффективного охвата на **20%** в сравнении с аналогичными ООН бюджетами в классических размещениях (с 12% до 15% эф. охвата Москвы на 5 млн. руб.)**