



Реклама на АЗС

Российский автомобильный рынок сегодня является самым быстрорастущим в Европе. По оценкам аналитиков, в ближайшие пять лет спрос на автомобили в России продолжит расти, чему будут способствовать рост доходов населения и потребительского кредитования. Указанные обстоятельства определяют развитие автозаправочного бизнеса и формирование рынка рекламных услуг на территории АЗС.

ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ РОСТА РЫНКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ НА АЗС

Реклама на АЗС – довольно новое и динамично развивающееся направление рекламной деятельности в России, и позиционируется как недорогой, удобный и весьма эффективный инструмент продвижения товаров и услуг.

Увеличение транспортного потока на дорогах обуславливает рост числа клиентов автозаправочных станций. В ближайшем будущем АЗС вслед за торгово-развлекательными центрами могут выступить площадкой для рекламной экспансии.

В странах западной Европы и США рынок соответствующих услуг начал формироваться в первой половине 20 века и в настоящий момент сочетает

предложения, как по стандартным рекламным носителям, так и по инновационным технологиям, органично интегрированным в конструкции автозаправочных комплексов.

Поскольку рост числа зарегистрированных автомобилей в Москве и Московской области существенно опережает темпы роста количества заправок, проблема очередей и увеличения средней продолжительности пребывания автомобиля на АЗС является актуальной. По данным Московской Топливной Ассоциации в среднем на одну АЗС приходится около 1000 автомобилей в день.

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМЫ НА АЗС

Современная АЗС – это не только место для заправки автомобиля топливом, но и целый комплекс, на территории которого расположены автомойка, шиномонтаж, станция технического обслуживания, кафетерий или ресторан и даже гостиница. Помимо этого на АЗС, предлагаемых для размещения вашей рекламы, имеются мини-маркеты, где возможно и реализовывать, и рекламировать товар.

Рекламу вашей фирмы увидит сформированная целевая аудитория - люди, у которых есть автомобиль. В отличие от щитов, расположенных на дороге, восприятие рекламы на АЗС происходит значительно дольше, поскольку процесс заправки занимает около 5-7 минут. Учитывая, что каждый автомобиль несколько раз в неделю бывает на АЗС, число контактов с рекламой получается достаточно большим, что способствует хорошей запоминаемости.

Внимание водителя и пассажиров не приковано к дороге, значит, они больше расположены к положительному восприятию информации. Это время для подробного изучения рекламы, размещенной на АЗС. Информация, с которой рекламодатель обращается к потенциальному потребителю, воспринимается глубоко и легко, а следовательно, налажен позитивный контакт между продуктом (товаром, услугой) и потребителем.

Существенным фактором стало расширение аудитории автозаправочных станций за счет бурного роста числа водителей женского пола – женщины, как известно, более восприимчивы и внимательны к рекламе, нежели мужчины. Следовательно, содержание рекламы на АЗС может быть достаточно разнообразным, а эффективность в силу перечисленных выше причин – максимальной.



В отличие от щитов, расположенных на дороге, восприятие рекламы на АЗС происходит значительно дольше, поскольку процесс заправки занимает около 5-7 минут.

ПРЕИМУЩЕСТВА РЕКЛАМЫ НА ФИЛБОРДАХ

Четко определенная целевая аудитория

Рекламу вашей фирмы увидят люди, у которых есть автомобиль, т.е. изначально обладающие определенным уровнем достатка. Возможность группировки рекламной информации по маркам

топлива, по географическому расположению АЗС и по бренду АЗС позволяет с большой долей вероятности определить тип реципиента рекламного сообщения.

Многочисленность и длительность контактов с носителем

Учитывая, что каждый автомобиль несколько раз в неделю бывает на АЗС, число контактов с рекламой получается достаточно большим, что способствует хорошей запоминаемости.

на АЗС достигает немаловажной цели – внедрение в сознание потребителя рекламной информации за счет четкой периодичности случайного или преднамеренного просмотра рекламного объявления.

Не секрет, что клиенты обращаются к одной и той же заправке по двум причинам: близость заправки и сознательный выбор заправки в силу личностных предпочтений. И в том и в другом случае реклама

В отличие от щитов, расположенных на дороге, восприятие рекламы на АЗС происходит значительно дольше, поскольку процесс заправки занимает около 5-7 минут.

Качество контакта с рекламным носителем

В процессе заправки или ожидания заправки автомобиля внимание водителя и пассажиров не приковано к дороге, значит, они больше расположены к положительному восприятию информации. Это время для подробного изучения рекламы, размещенной на АЗС. Информация, с которой рекламодатель обращается к потенциальному потребителю, воспринимается глубоко и легко,

следовательно, налажен позитивный контакт между торговой маркой (продуктом, товаром, услугой) и потребителем.

Клиенты АЗС рассматривают филборд с расстояния около 0,5 метра, благодаря чему он выглядит в 2,5 раза больше, чем стандартный рекламный щит 6 X 3 метра с расстояния 30 метров из окна автомобиля.

Возможность географического планирования

К настоящему времени компанией установлены и успешно обслуживаются филборды на более чем

на 300 АЗС Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга.

Обслуживание рекламных носителей

Монтаж филбордов и рекламных материалов производится в кратчайшие сроки.

Филборды выполнены из прочных, долговечных материалов, без использования

металлических крепежных элементов, устойчивы к ультрафиолетовому излучению, перепадам температур и атмосферным явлениям, водонепроницаемы и не горят.

Стоимость рекламы

Реклама на филбордах дешевле других видов рекламы и позволяет провести широкомасштабную

рекламную кампанию в рамках ограниченного бюджета.

Дополнительные возможности по содержанию рекламных объявлений

Известно, что в последние годы российский законодатель ужесточает требования, связанные с рекламированием отдельных видов продукции, в том числе вводя новые ограничения на содержание

наружной рекламы. Филборды не являются разновидностью наружной рекламы и, следовательно, не подпадают под ряд связанных с ней запретов.



Технология размещения рекламной информации на топливораздаточных пистолетах АЗС была разработана немецкой компанией Alvern Media GmbH в 1992 году.

Alvern Media GmbH является держателем Европейского патента №0643863 и эксклюзивных прав на данный рекламный носитель в странах Западной и Восточной Европы. Количество охваченных рекламных мест в Германии и Австрии превышает 250'000 (более 80% всех АЗС), а в остальных европейских странах

достигло 500000 и продолжает динамично увеличиваться. В 2005 году компания Interactive Media Group, представленная на рынке брендами Fillboard-AЗС и АЗС-ТВ, получила от Alvern Media GmbH генеральную лицензию на размещение насадок на территории Российской Федерации.

К настоящему времени компанией установлены и успешно обслуживаются насадки на более чем на 300 АЗС Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга.

Тверская улица, дом 22а
 тел.: +7 (495) 988-11-32
 www.fillboard-azs.ru