



Рекламное агентство

PPLMEDIA

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

www.ppl-media.ru



Рекламное агентство PPL-MEDIA

Основано в 2001г.

Клиентский сервис

Оператор наружной рекламы «ПАПИЛЛОНС»

Основано в 2001г.

*Продажа рекламных
поверхностей*

«Московская афиша»

Основана в 1999г.

*Реклама на форматах
«Московская афиша»*

Производственный комплекс

Основан в 2006г.

*Флаги и текстиль, сувенирная продукция,
POS-материалы*

Торговый Дом

Основан в 1993г.

*Производство и продажа
Материалов для наружной
Рекламы и широкоформатной
печати*

«Светлый город»

Основан в 2006г.

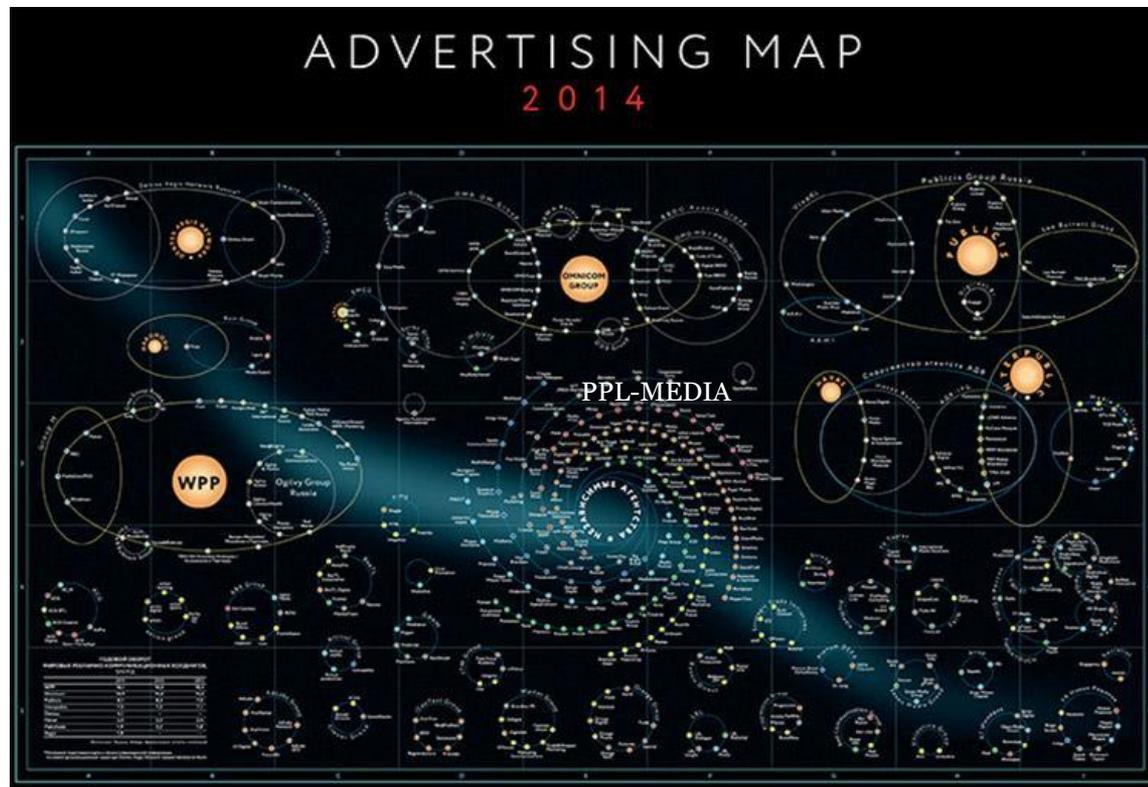
*Реализация государственных контрактов на
продвижение и городское оформление*

- **Численность сотрудников** – 450 человек

Карта рекламных агентств 2014 PPL-MEDIA

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

PPL-MEDIA



- На рынке рекламных услуг компания PPL-MEDIA позиционируется как рекламное агентство полного цикла

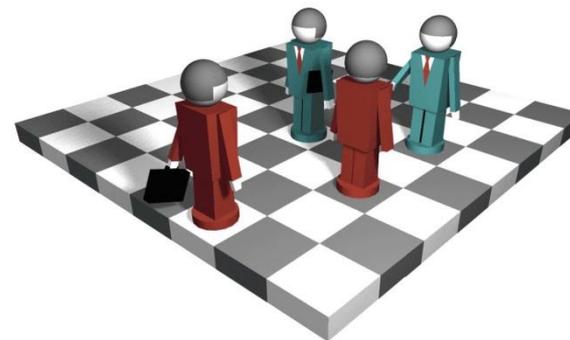
- Мы помогаем нашему клиенту понять, как думает потребитель, как тратит своё время и средства, в какой момент наиболее восприимчив к продукту клиента, и какой способ коммуникации выбрать для достижения целей клиента на основе индустриальных данных.





КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

- ✓ Жесткие стандарты клиентского сервиса
- ✓ Работа персонального менеджера с полной отдачей
- ✓ Партнерские отношения, индивидуальный, максимально гибкий подход на высочайшем профессиональном уровне
- ✓ Высокий профессиональный уровень персонала, информационная прозрачность по возможностям размещения



МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

- ✓ Анализ конкурентов
- ✓ Анализ целевой аудитории
- ✓ Выработка медиастратегии
- ✓ Определение лучших для бренда медиавозможностей
- ✓ Анализ возможностей конкретных программ/ их времени/специфики/секции/позиции
- ✓ Ведение кампании и предоставление отчетов и оценок в форме подробных медиапланов



Наружная реклама

- Медиа носитель №1 для локализации кампании
- Возможность организации постоянного присутствия
- Мощное имиджевое воздействие
- Наличие собственных конструкций (ситиборды, сити-форматы, пиллары)

Вариант размещения:

- Охватные программы
- Локальные программы



ТВ

- Самое мощное медиа по воздействию на обширную аудиторию
- Обширное техническое покрытие, большой охват
- Самая низкая стоимость контакта

Варианты размещения:

- Прямая реклама
- Спонсорская реклама

Радио

- Большое техническое покрытие крупных городов (дома, в машине, на работе)
- Наличие эмоциональной связи между слушателями и станцией

Варианты размещения:

- Прямая реклама
- Спонсорство
- Спецпроекты

Пресса

- Одно из самых информативных медиа
- Рекламное общение доступно в любое время
- Постоянная аудитория

Варианты размещения:

- Стандартная реклама
- Нестандартная реклама

Digital

- Огромные информационные возможности
- Возможности получения мгновенного отклика от аудитории
- Большой выбор форматов
- Самые широкие возможности таргетирования

Варианты размещения:

- Баннерная реклама
- Контекстная реклама
- Продвижение в соцсетях



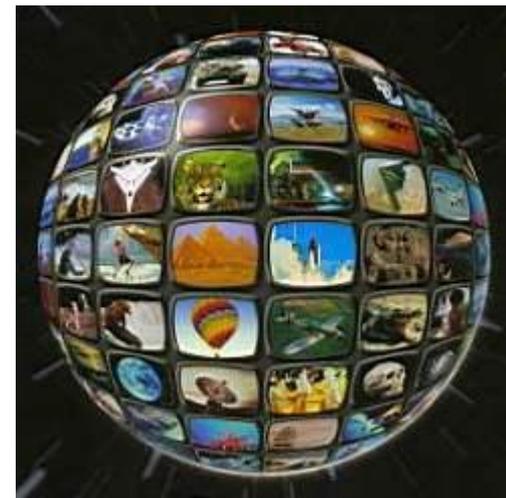
Медиа № 1 для большинства рекламодателей, ориентированных на массовый рынок

Основными достоинствами телевизионной рекламы являются:

- Самое мощное медиа по воздействию на массовую аудиторию
- Качественное техническое покрытие и соответственно охват
- Сильнейшие бренды в мире были созданы при помощи телевидения
- Основное “поле битвы” в рекламной индустрии
 - Лучшее всего изученное медиа

Реклама на Телевидении, несмотря на высокую абсолютную стоимость, обеспечивает наименьшую цену одного контакта и обладает самым широким охватом!

Телевизионная реклама – по-прежнему самый эффективный способ массовой коммуникации.



Радио слушают миллионы людей каждый день, поэтому радио обладает гораздо более концентрированным, (в отличие от ТВ) эффектом. С помощью радио можно воздействовать персонально на потенциального потребителя.

Основными достоинствами радио-рекламы являются:

- Большое техническое покрытие крупных городов
- Индивидуальное прослушивание рекламного сообщения каждым потенциальным клиентом (основные места слушания: дома, в машине, на работе)
- Высокая частота слушания
- Высокая оперативность запуска рекламной кампании
- Возможности четкого обозначения региона воздействия и целевой группы
- Низкая стоимость производства роликов
- Наличие эмоциональной связи между слушателями и станцией
- Интерактивные возможности
- Низкий СРТ (стоимость 1000 контактов целевой аудитории)

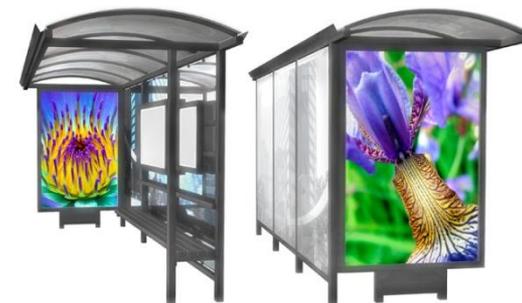
С помощью грамотно подобранного пула радиостанций можно достичь максимального охвата и воздействовать на вашу Целевую аудиторию.



Медиа носитель для локализации кампании

Основные достоинства наружной рекламы:

- Возможность организации постоянного присутствия
- Мощное имиджевое воздействие
- Эффективное воздействие на транспортные и пешеходные потоки
- Возможность проведения крупных кампаний с охватом более 60 млн. чел.
- Разнообразие форматов
- Возможность быстрого накопления частоты контактов
- Возможность организации постоянного присутствия
- Четкая локализация кампании



Главное преимущество прессы - большой охват постоянной аудитории - традиционно большинство людей на планете читает газеты и журналы, доверяя им больше, чем телевидению

Основными достоинствами рекламы в прессе являются:

- Достаточный охват
- Возможность таргетированного размещения
- Возможность сегментированного воздействия на аудиторию
- Длительное время воздействия
- Высокая степень внимания и доверия

Пресса считается одним из наиболее оптимальных рекламных решений по соотношению цена/качество. Регулярность, сегментированность по аудитории и широкое распространение делает рекламу в прессе одним из важнейших составляющих любой рекламной кампании.



Целью интернет-рекламы является увеличение продаж продуктов и услуг клиента.

Основные преимущества интернет-рекламы:

- Низкая стоимость контакта по сравнению с другими медиаканалами
- Возможность наиболее точно выделить целевую аудиторию и измерить ее.

Алгоритм работы с клиентом:

- Анализ ситуации на рынке рекламируемых товаров и услуг
- Выбор наиболее эффективного инструмента интернет-маркетинга (контекст, медийное размещение, SEO-оптимизация, продвижение в социальных сетях)
- Составление медиаплана на основании статистик проведенных рекламных кампаний для аналогичных продуктов
- Контроль и анализ ключевых показателей в ходе проведения рекламной кампании (стоимость клика, количество показов, выполнение поставленной цели)
- Корректировка рекламной кампании в случае отклонения показателей от нормы методом перераспределения бюджетов по источникам, привлечения дополнительного трафика или замены рекламных материалов.
- Составление аналитического отчета и рекомендаций для дальнейшего размещения.



Преимущества BTL-поддержки рекламных кампаний - Оперативность и Достоверность:

- Сбор и обработка информации о ценах, наличии согласованных рекламных материалов, ассортименте и форме его представленности, запасах продукта (а также аналогичной информации о конкурентах) в местах продаж, что позволяет Заказчику получить максимально достоверную картину успешности кампании для внесения необходимых корректировок в стратегию продвижения товара в реальном времени.
- Разработка/корректировка стратегии продвижения в зависимости от категории мест продаж, локальных особенностей спроса, проходимости, сезонности.

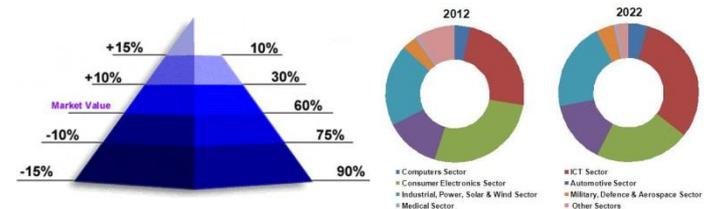


- Эффективное взаимодействие с конечными покупателями – всестороннее донесение преимуществ бренда/продукта, значительное укрепление лояльности потребителей. Возможность получения объективной обратной связи по продукту и / или эффективности рекламной кампании.

Преимущества BTL-поддержки рекламных кампаний -

Максимальный Охват:

- Проверка качества обслуживания Клиентов (как собственным, так и сторонним персоналом) и его усовершенствование за счет обучения, развития и мотивации. Возможность глубочайшей детализации данных – от регионов и категорий торговых точек до индивидуальных сотрудников.
- Обеспечение владельцев, руководителей и менеджмента Компании-Заказчика грамотной и своевременной аналитикой рынка (глобальной и локальной), позволяющей оперативно корректировать стратегию развития бренда/продукта, основываясь на фактической ситуации на рынке.



Интеграция VTL и медийной рекламы

RPL MEDIA
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА



Медийная поддержка бренда дает конечному потребителю мощный первичный стимул к действию. Параллельные единовременные VTL-активности позволяют «принять» простимулированного рекламой потребителя в торговой точке и довести его до совершения покупки посредством слияния следующих инструментов:

Обеспечение наличия продвигаемого товара на полках в торговой точке

Обеспечение заметности и привлекательности товара для покупателей с помощью стандартов выкладки, проведения промо акций, визуального оформления

Обеспечение соблюдения торговой точкой рекомендованной цены, стандартов выкладки и оформления мест продаж

Обеспечение лояльности и профессионализма торгового персонала при рекомендации товара покупателям



Наши клиенты

ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ



citibank



МИНИСТЕРСТВА И ВЕДОМСТВА



МИНКОМСВЯЗЬ
РОССИИ



КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ
И ГОСТИНИЧНОМУ ХОЗЯЙСТВУ
ГОРОДА МОСКВЫ



ДЕПАРТАМЕНТ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И
РЕКЛАМЫ
ГОРОДА МОСКВЫ



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ



КОСМЕТИКА И МЕДИЦИНА



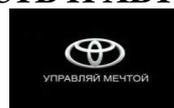
УСЛУГИ СВЯЗИ



МАГАЗИНЫ



НЕДВИЖИМОСТЬ И АВТО



ОБРАЗОВАНИЕ



БЛАГОДАРИМ
ЗА ВАШЕ
ВНИМАНИЕ!

PPL MEDIA

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА



www.ppl-media.ru