



VIDEO REKLAMOS MATOMUMO IR AUDITORIJOS TYRIMAS MAXIMA PARDUOTUVĖSE

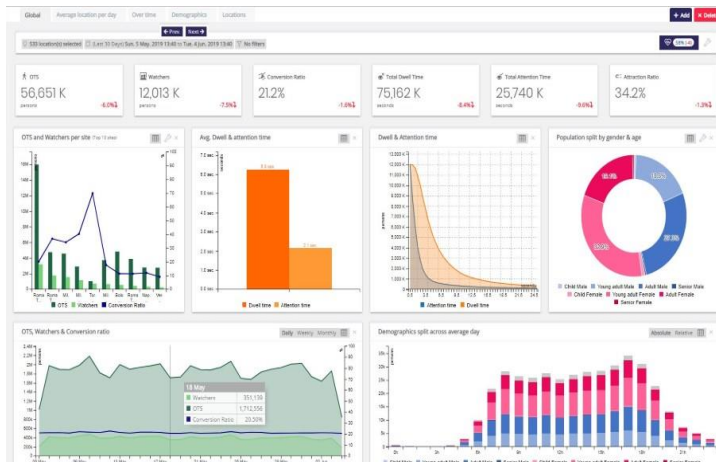
EKRANŲ PRIE KASŲ TINKLAS, 2015 m. – 2019 m. duomenys

Išmatuoti:

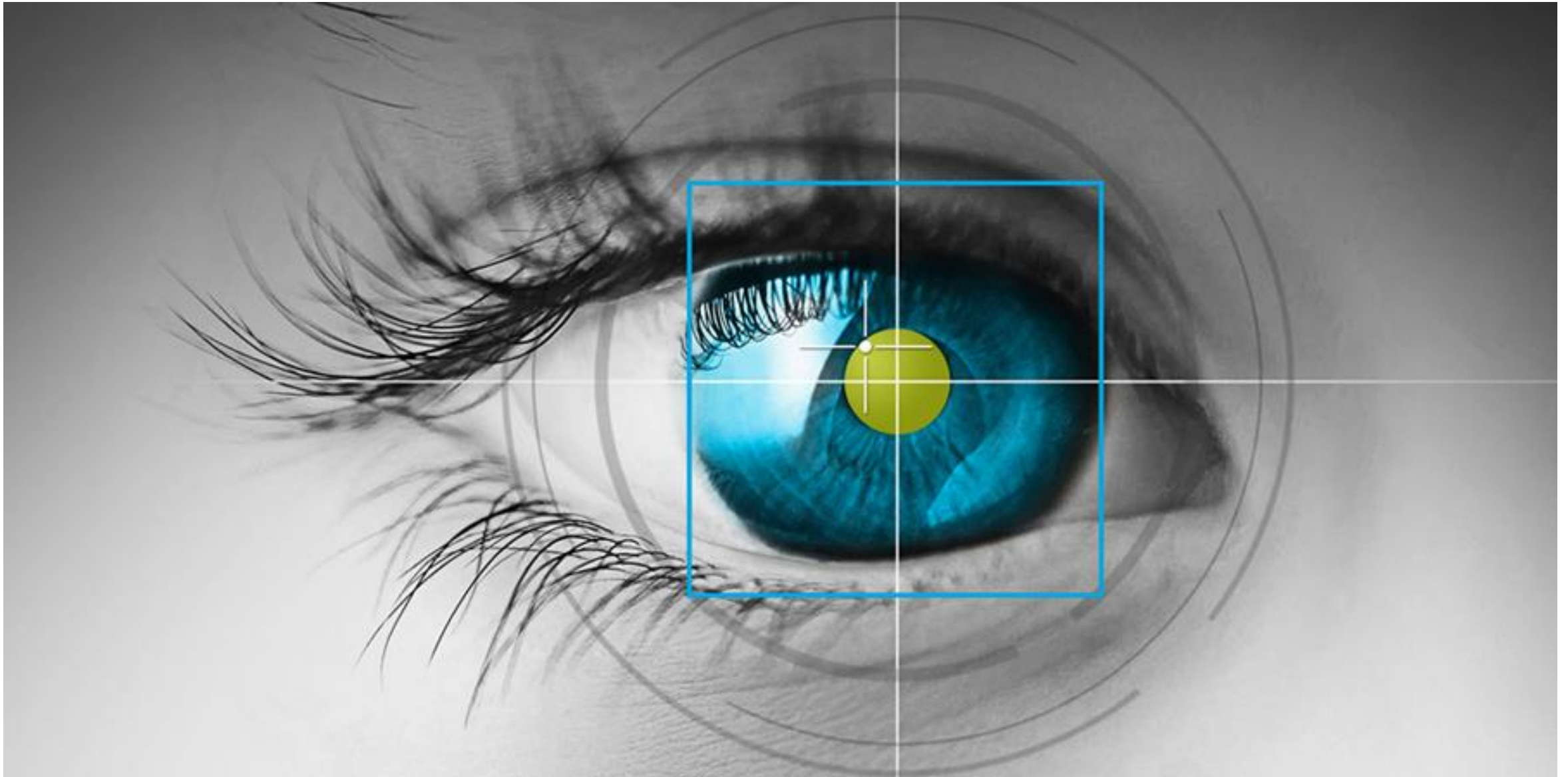
- reklamos kanalo (ekranų prie kasų tinklo) efektyvumą
 - reklaminių klipų matomumas
 - reklaminių klipų žiūrėjimo laikas
- preliminarų pirkėjų srautą ekranų prie kasų tinkle
- pirkėjų charakteristiką ir apsipirkimo įpročius
 - pasiskirstymas pagal lytį, amžių
 - pirkėjų srautai pagal valandas, savaitės dienas, mėnesius

Pirkėjų elgsenos tyrimas pasitelkiant žvilgsnių fiksavimo technologiją Lietuvoje atliekamas nuo 2014 m. Per tą laiką tyrimų rezultatai nuolat kaupiami ir analizuojami, o pastebėti vartotojų elgsenos pokyčiai įtraukiami į reklamos planavimo tinklelius. Tai leidžia dar objektyviau ir tiksliau panaudoti reklamos biudžetus.



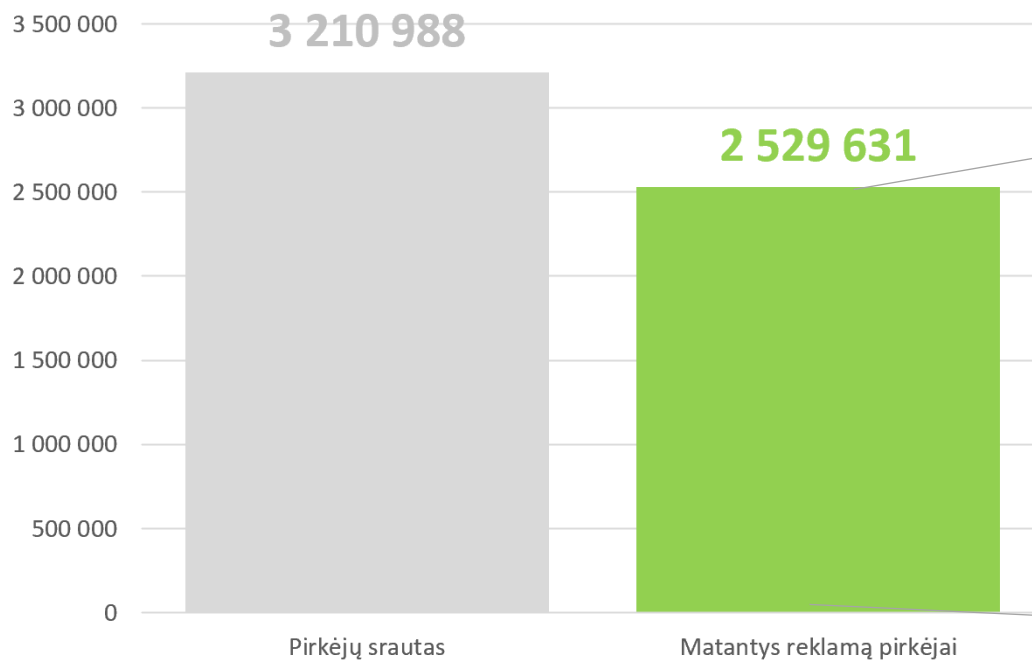


- Pirkėjų elgsena matuojama naudojantis žvilgsnių fiksavimo technologija – *Quividi*
- Stebėjimo kameros buvo įrengtos virš ekranų, kuriuose rodomi reklaminiai video klipai
- Fiksuojami anoniminiai žvilgsnio duomenys, bet ne video ar nuotraukos (privatumas yra aukščiausias prioritetas)
- Tyrime dalyvavo daugiau kaip 3 200 000 pirkėjų
- Tyrimas atliktas 8 Maxima parduotuvėse
- Periodas 2014.10.08 – 2019.04.12
- Vieta – kasų sektorius
- Objektas – ekranuose transliuojama reklama

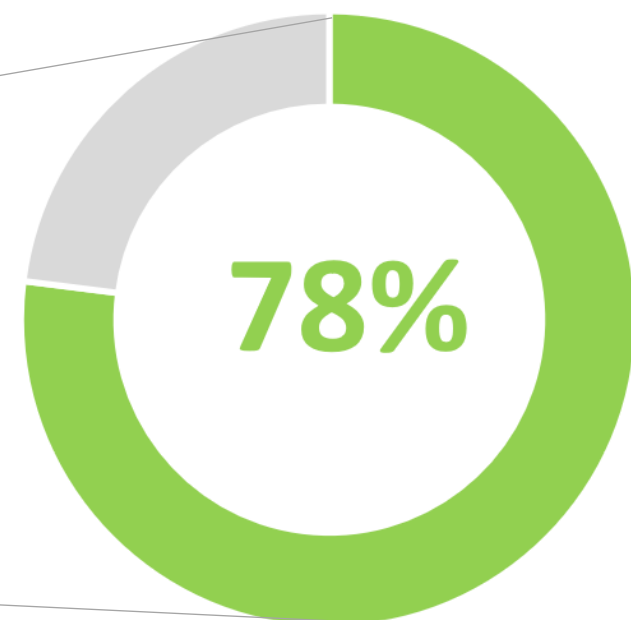




PIRKĖJŲ SRAUTAS vs MATANTYS REKLAMĄ PIRKĖJAI



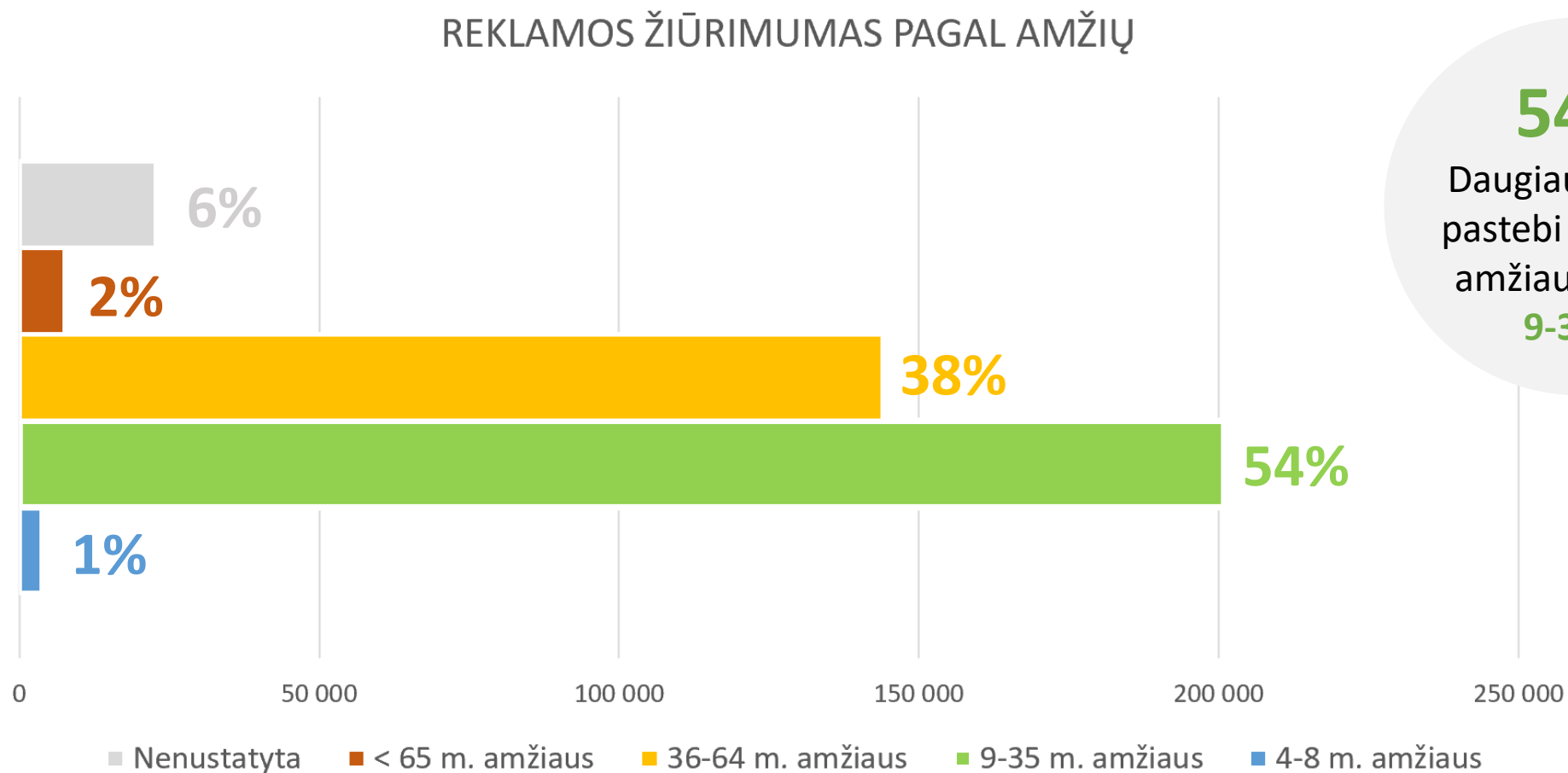
REKLAMINIŲ KLIPŲ MATOMUMAS



■ Reklama mato ■ Reklamos nemato

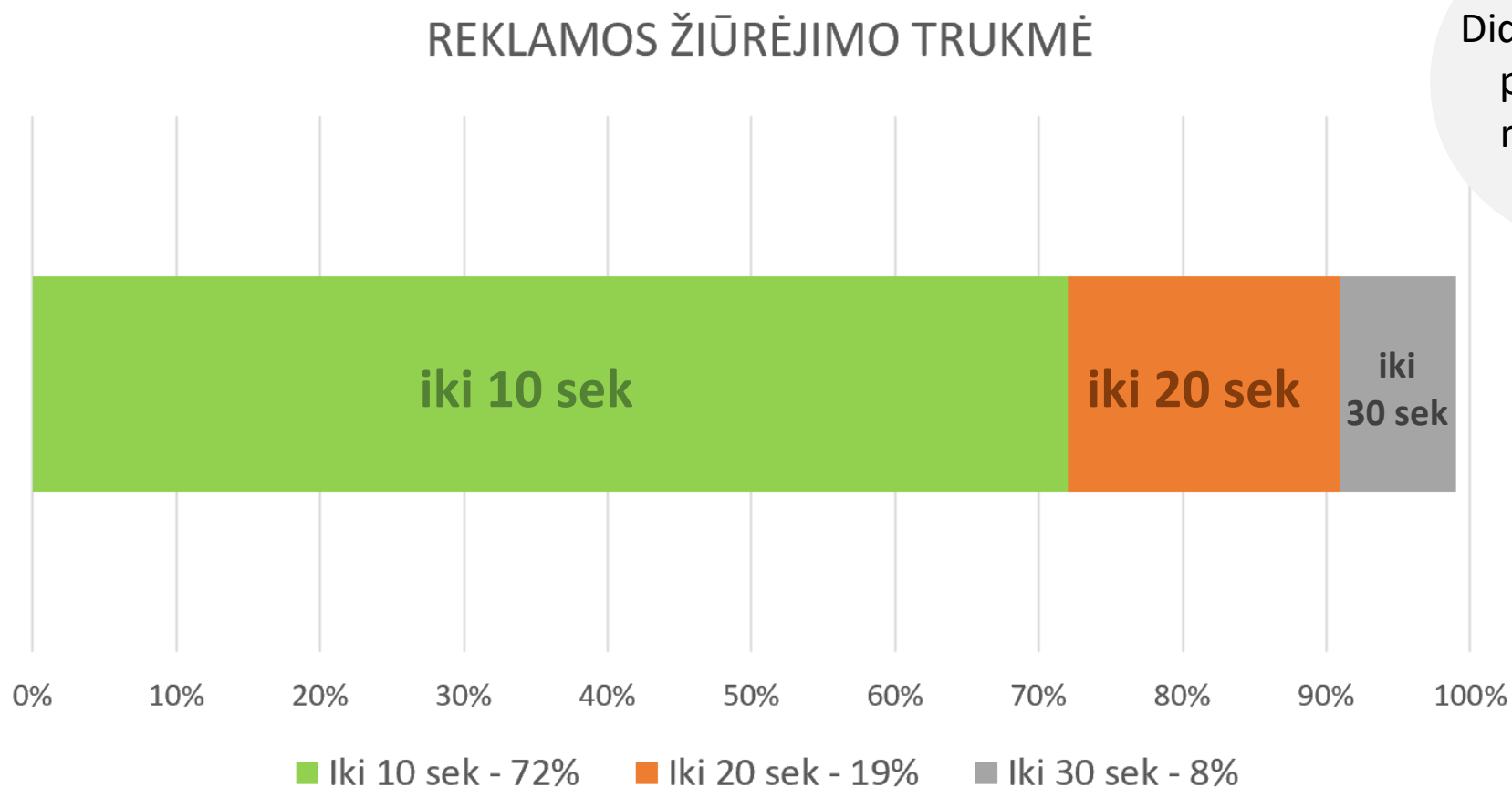
* PIRKĖJŲ SRAUTAS – pirkėjų srautas matuojamoje vietoje (kasų zona, kurioje įdiegti ekranai)

* MATANTYS REKLAMĄ PIRKĖJAI – žmonės, kurie žiūrėjo į transliuojamą reklamą bent 1 kartą



54%
Daugiau reklamą
pastebi jaunesnio
amžiaus pirkėjai
9-35 m.

* REKLAMOS ŽIŪRIMUMAS PAGAL AMŽIŲ – dėl technologinių galimybių identifikuojamos tik 4 amžiaus grupės (4-8 m., 9-35 m., 36-64 m., daugiau kaip 65 m.)

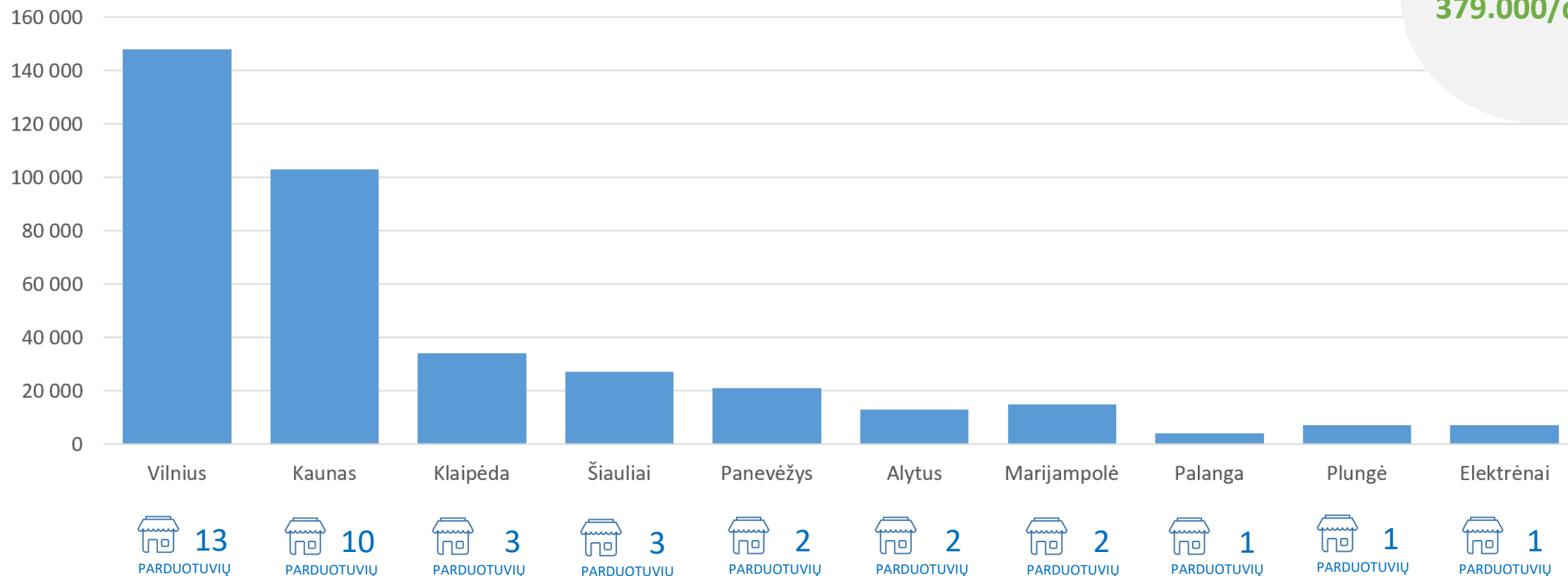


Didžioji dauguma
pirkėjų video
reklamą žiūri
iki 10 sek

* ŽIŪRĖJIMO TRUKMĖ – kiek laiko pirkėjai žiūrėjo į reklamą

PIRKĖJŲ SRAUTAS EKRANŲ PRIE KASŲ TINKLE – 379.000/dieną

1 D. PIRKĖJŲ SRAUTAS EKRANŲ PRIE KASŲ TINKLE, PAGAL MIESTUS

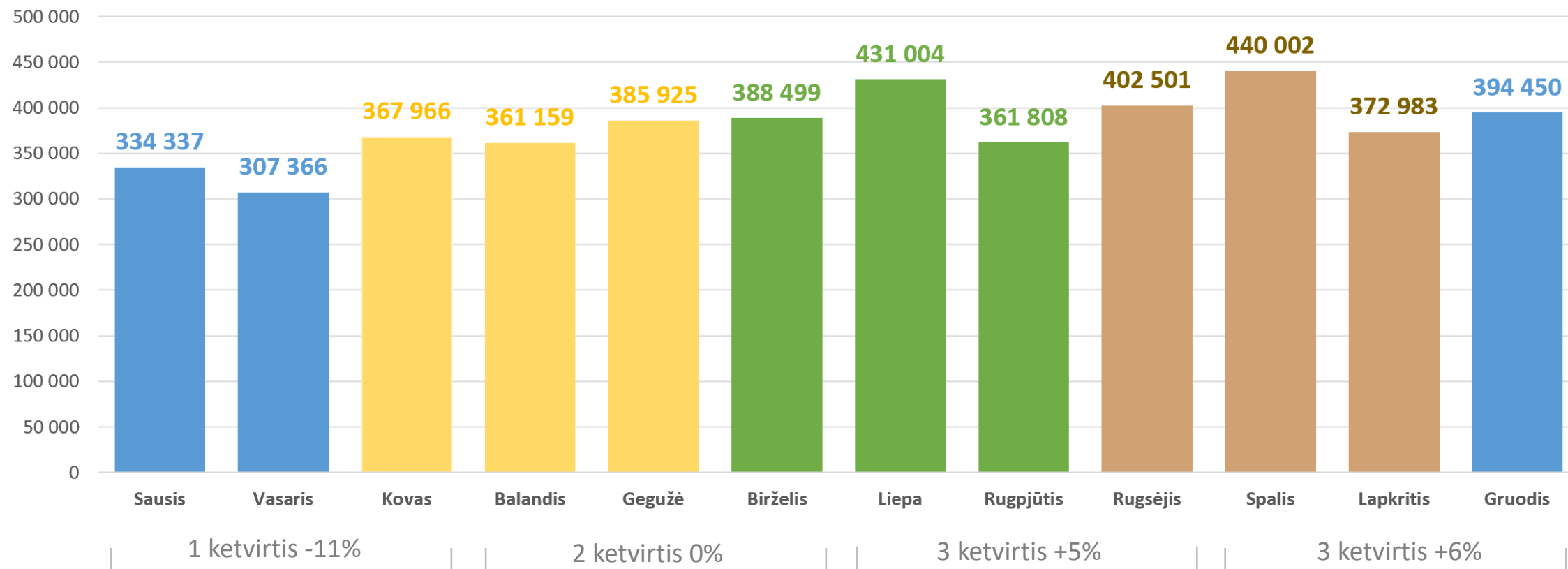


OTS

379.000/dieną

Vidutinis pirkėjų srautas ekranų prie kasų tinkle (38 parduotuvės) 379.000 / 1 dieną

1 DIENOS PIRKĖJŲ SRAUTAS EKRAŲ PRIE KASŲ TINKLE PAGAL MĖNESIUS

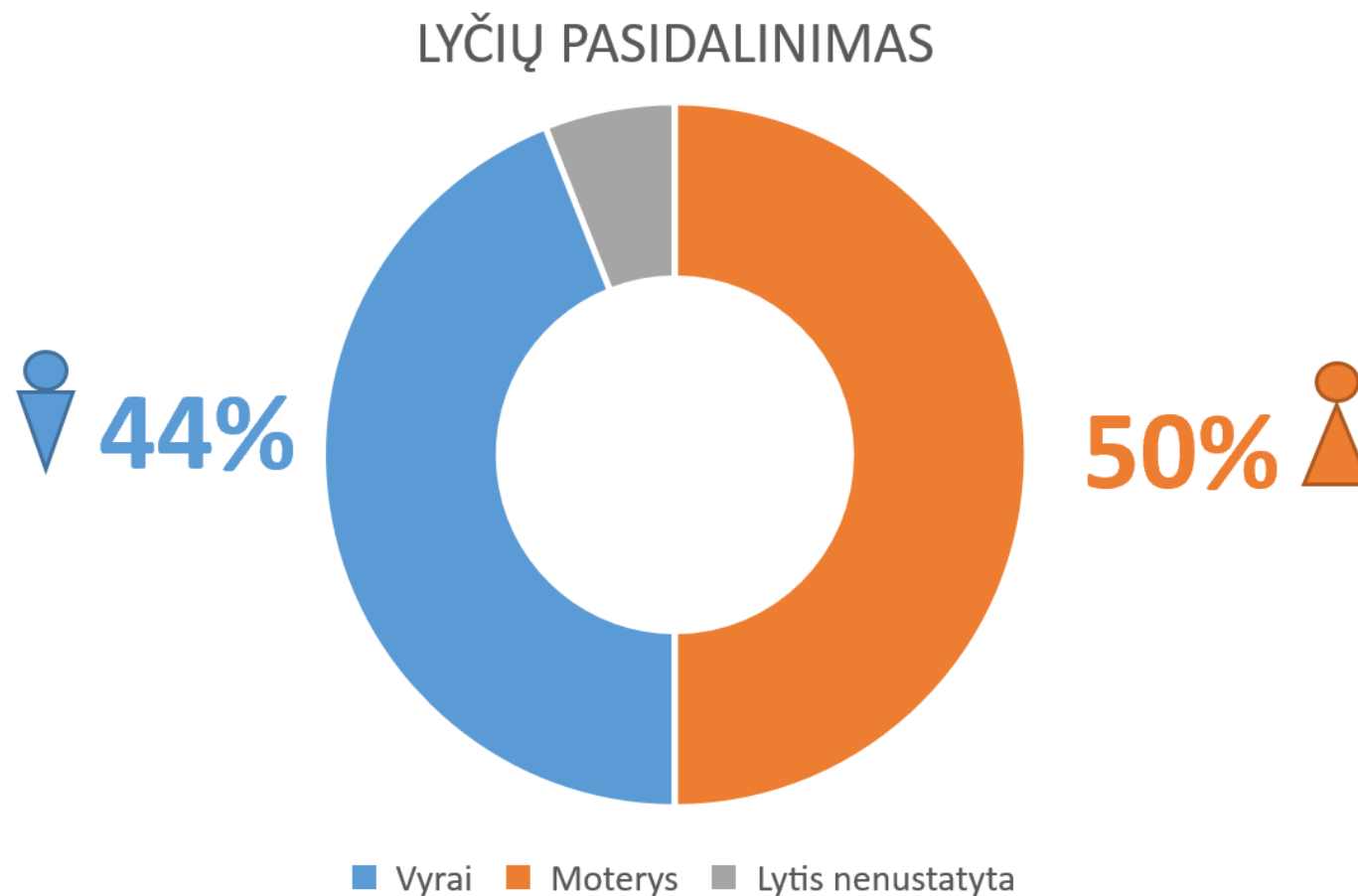


Pirkėjų srautas pagal ketvirčius

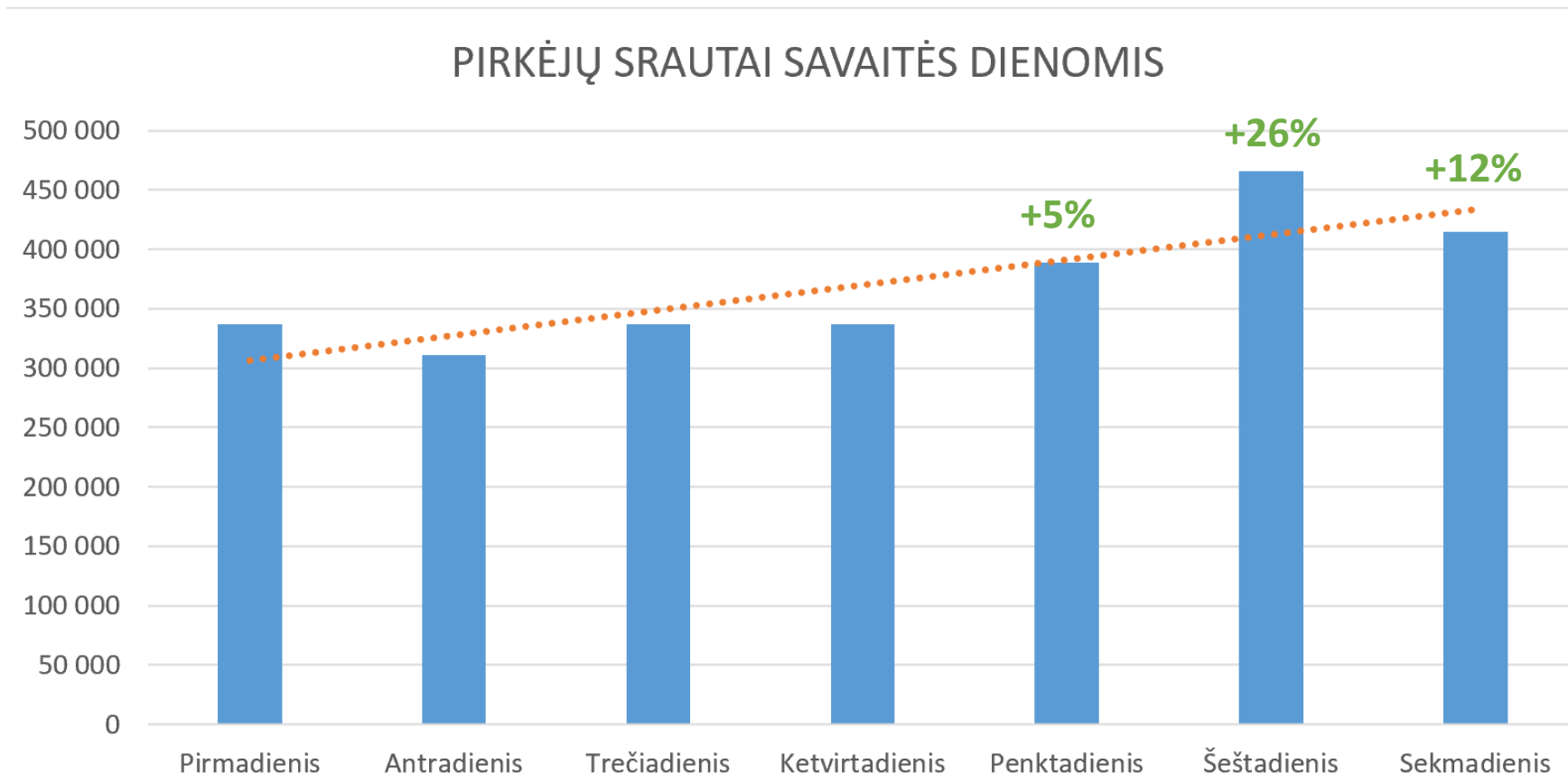
PIRKĖJŲ CHARAKTERISTIKA IR APSIPIRKIMO ĮPROČIAI

RETAIL MEDIA BALTIC





* LYČIŲ PASIDALINIMAS – kiek vyrų ir kiek moterų apsilankė parduotuvėse

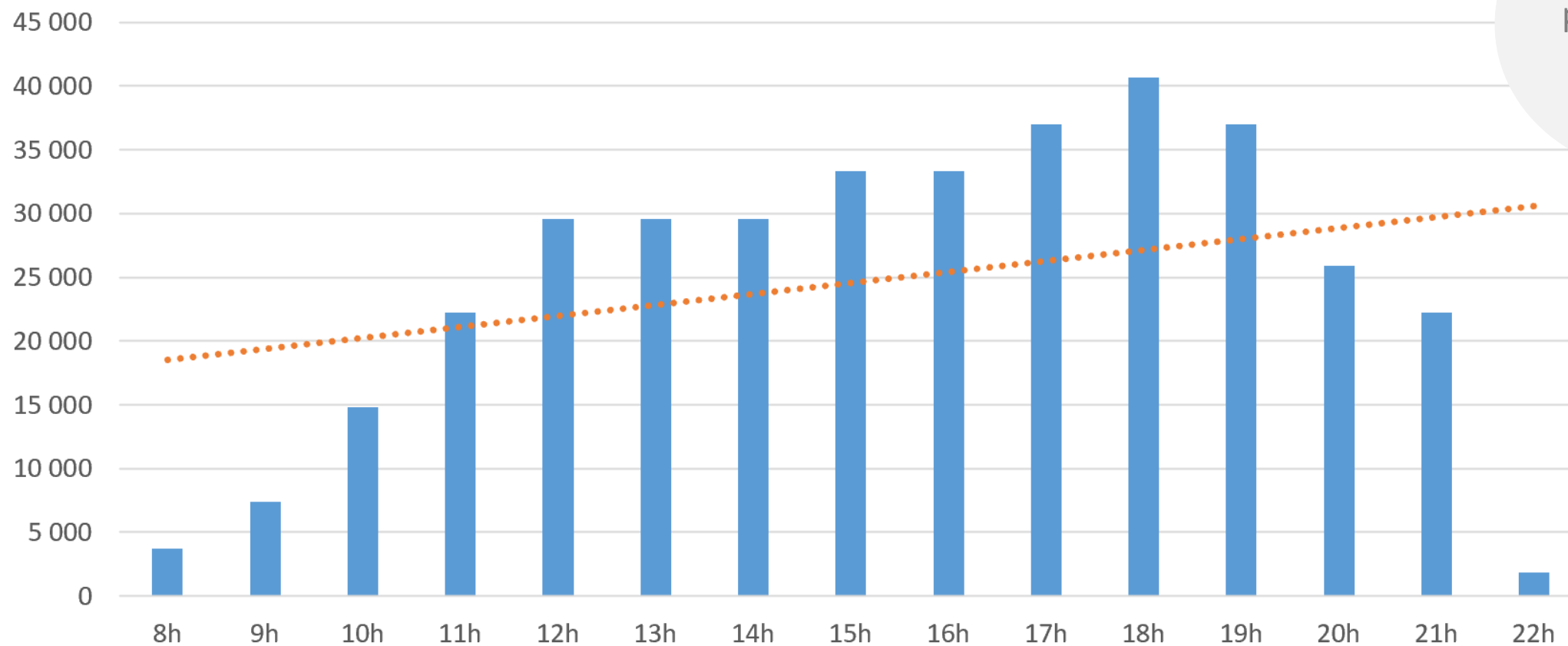


Pirkėjų srautai
išauga **savaitgaliais**

* VIDUTINIS PIRKĖJŲ SRAUTAS PAGAL SAVAITĖS DIENAS



PIRKĖJŲ SRAUTAI DARBO VALANDOMIS



Pikinės valandos
parduotuvėje
nuo 17 val.
iki 19 val.

75% dienos srauto

- **Reklamos ekranuose prie kasų matomumas 78%**
- Optimaliausia reklaminio klipo trukmė 10-15 sek
- Parduotuvėse apsiperka dažniau moterys nei vyrai (M 50%, V 44%)
- Pirkėjų srautai ženkliai išauga +15% savaitgaliais (penktadienis, šeštadienis, sekmadienis)
- Didžiausi pirkėjų srautai parduotuvėje yra nuo 12:00 iki 20:00
- Reklamą labiausiai mato jaunesnio amžiaus pirkėjai (nuo 8 m. iki 35 m.) 54%
- Pirkėjai pasiekiami apsipirkimo metu

- Reklaminiai video klipai transliuojami 1 vnt. parduotuvės ir 1 val. tikslumu
- Reklama transliuojama su garsu, kuris girdisi 2 m. atstumu nuo ekranų
- Reklaminio video klipo trukmė neribojama
- Video klipai transliuojami Full HD arba HD formatu
 - rezoliucija 1280x720 (HD formatas 16:9) arba 1920x1080 (Full HD formatas 16:9)
 - failas avi, mpg ar mpeg
 - garso lygis -1 dB nuo maksimalios audio amplitudės lygio
- Transliacijoms tinka failo formatai:
 - video failai AVI, MPEG, MP4
 - paveikslėliai JPG, BMP, PNG with transparency
 - dokumentai PPT (power point prezentacija)

UAB „Dynamic Solutions“
P. Lukšio g. 32, LT-08222, Vilnius, Lietuva
Tel. +370 5 27 88 902
E-mail: info@retailmediabaltic.com
Web: www.retailmediabaltic.com



VAIZDO REKLAMA DIDŽIAUSIOSE MAXIMA PARDTUOVĖSE