

ПЕРВЫЙ МЕДИАХОЛДИНГ, ПРОДАЮЩИЙ ОХВАТЫ

2 171 000
МЕСЯЧНЫЙ ОХВАТ
ДУХ РАДИОСТАНЦИЙ

1 459 000
НЕДЕЛЬНЫЙ ОХВАТ
ДУХ РАДИОСТАНЦИЙ



60%
Мужчины



60%
Женщины

1

2

СЛУШАТЕЛИ 25-45 ЛЕТ – САМАЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНАЯ АУДИТОРИЯ

884 000

МЕСЯЧНЫЙ ОХВАТ
СЛУШАТЕЛЕЙ 25-45 ЛЕТ
НА ДВУХ СТАНЦИЯХ

603 000

НЕДЕЛЬНЫЙ ОХВАТ
СЛУШАТЕЛЕЙ 25-45 ЛЕТ
НА ДВУХ СТАНЦИЯХ



41%
МУЖЧИН



33%
ЖЕНЦИН

37%

ДОЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ
В ВОЗРАСТЕ 25-45 ЛЕТ



51%
МУЖЧИН



47%
ЖЕНЦИН

49%

ДОЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ
В ВОЗРАСТЕ 25-45 ЛЕТ



РЕКЛАМА НА РАДИО

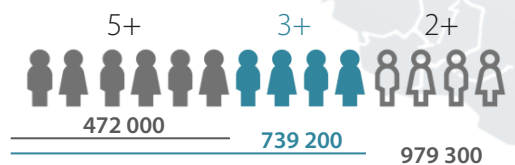
ОХВАТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ*



6 900 000

СУММА КОНТАКТОВ
С РЕКЛАМНЫМ
СООБЩЕНИЕМ

ЭФФЕКТИВНАЯ ЧАСТОТА КОНТАКТОВ



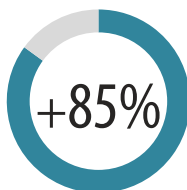
40 РУБ.

СТОИМОСТЬ ТЫСЯЧИ
КОНТАКТОВ

СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ РАДИО НА КАЖДОМ УРОВНЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ

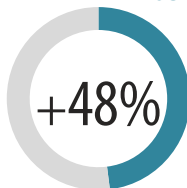


УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА



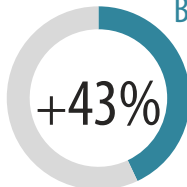
АУДИО
УВЕЛИЧИВАЕТ
ЗНАНИЕ

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ



АУДИО
УВЕЛИЧИВАЕТ
ПРАВИЛЬНОЕ
ВОСПРИЯТИЕ
БРЕНДА

ВОРОНКА ПРОДАЖ



АУДИО
УВЕЛИЧИВАЕТ
НАМЕРЕНИЕ
ПОКУПКИ

* Пример расчета рекламной кампании по тарифу «ПОЛНЫЙ ОХВАТ», 2 недели, 2 радиостанции, 200 выходов. MediaScore. База данных: Radio Index – Санкт-Петербург. Июль – Август 2021. Слушатели 12+

Источники данных «Узнаваемость бренда», «Позиционирование», «Воронка продаж»: средние данные роста бренд-метрик под влиянием аудиорекламы в кампаниях Spotify и Pandora, 2018-2019

ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ В
ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ

МЫ ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕДИАХОЛДИНГ

НАШ ОФИС, ВСЕ СТУДИИ, ВЕДУЩИЕ НАХОДЯТСЯ В СПБ,
ЧТО ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЕРАТИВНОЙ
ИНТЕГРАЦИИ ВАС И ВАШЕГО БРЕНДА В ЭФИР

ОТ СПОНСОРСТВА РУБРИК
ДО ОТКРЫТЫХ СТУДИЙ
И СПЕЦПРОЕКТОВ

ВЫВОДИМ ГОСТЕВЫЕ ЭФИРЫ НА
НОВЫЙ УРОВЕНЬ — ПОДКАСТЫ

ИНТЕРАКТИВ СО СЛУШАТЕЛЯМИ
ОТ ЗВОНКА В ЭФИР ДО
МАСШТАБНОГО КВЕСТА
ПО ВСЕМУ ГОРОДУ

УСИЛИВАЕМ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ
РАДИО НА ВСЕХ ЭТАПАХ
ВОРОНКИ ПРОДАЖ ЗА СЧЕТ
**МУЛЬТИКАНАЛЬНОГО
ПОДХОДА**
К РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ



DIGITAL AUDIO



СИНХРОНИЗАЦИЯ С
НАРУЖНОЙ ВИДЕОРЕКЛАМОЙ



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
И МЕССЕНДЖЕРЫ



ВИДЕОПОДКАСТЫ