

Примеры рекламных кампаний «Билайн»

Москва,
Сентябрь 2012

Ключевые сегменты ЦА для Московского Региона



(25-40 лет, доход высокий, 57% мужчины)
персональная эффективность, ориентация на успех, инновации и новые технологии, престиж, свой круг общения

Продвигаемые для ЦА инициативы:

ТП «Все включено»
Услуги Роуминга
Double Play



(35-45 лет, доход высокий)
традиционные ценности: семья, стабильность; доход, бизнес, простота и доступность предлагаемых сервисов.

Продвигаемые для ЦА инициативы:

ТП «Простой»



(26-36 лет, доход средний, 50%/50% - м/ж)
жажда приключений, стремление к беззаботности, но, в то же время, фокус на поиск выгоды и оптимального соотношения цена-качество

Продвигаемые для ЦА инициативы:

ТП «0 сомнений»
«Скоростной тариф» ФТТВ



(16-25 лет, доход средний, 50%/50% - м/ж)
позитивный настрой, оптимизм, беззаботность, инновации, жажда приключений и получения нового опыта, отстраненность от «серых» масс

Продвигаемые для ЦА инициативы:

ТП «Go»
Мобильный Интернет

«Мультипасс» – 1Н 2012

Initiative	TA	Media	January					February				March				April				May				June							
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26			
			2	9	16	23	30	6	13	20	27	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25			
Роуминг "Мультипасс"	Performers	ООН (в привязке к аэропортам), Экраны, Indoor (аэропорты, бизнес-центры), Internet, спец проект "Дождь", комплекс PR-активностей																													

- Ответ на действия Мегафона (Евротариф) и МТС (Ноль без границ), изменение позиционирования «Билайн» как дорогого роуминг оператора
- Размещение на ООН в привязке к аэропортам, Indoor (аэропорты, бизнес-центры), на транспорте (аэроэкспрессы).

Не экономьте на впечатлениях!

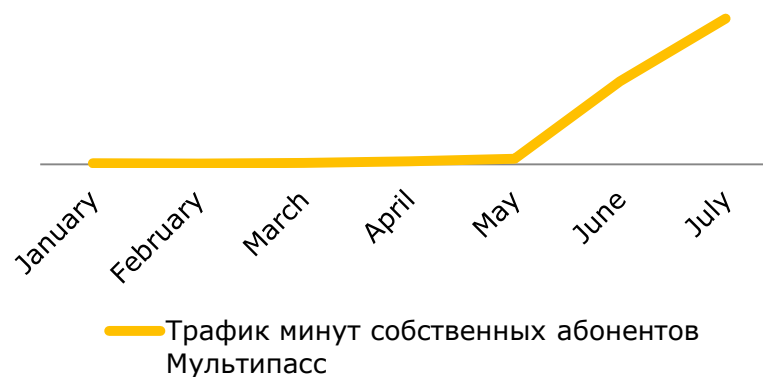
Роуминг в **60** странах стал доступнее в **25** раз

Услуга «Мультипасс»

☎ 0636 | www.beeline.ru

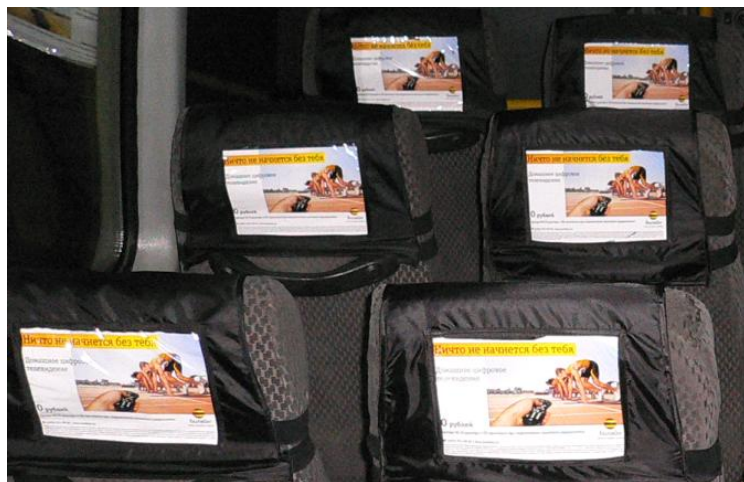


Трафик минут собственных абонентов Мультипасс



Double Play «Ничто не начнется без тебя» - 1Н 2012

Initiative	TA	Media	January					February					March					April				May				June				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
			2	9	16	23	30	6	13	20	27	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25		
Double play (FTTB+TV)	All 25-45 BC	Metro, Internet, Radio, Cinema, 00H, Indoor, Transport, TV																												



Ничто не начнется без тебя

Домашнее Цифровое телевидение Билайн

dom.beeline.ru
☎ 8 800 700-80-00

Услуга Домашнее Цифровое телевидение Билайн доступна при наличии ТВ-приставки Билайн, которую можно приобрести в собственность или взять в аренду. Подробнее о доступности услуги, а также о тарифах и условиях подключения — на сайте www.dom.beeline.ru и по телефону 8 800 700-80-00

Билайн*

- Премиальный продукт «Билайн» ТВ (исследование портрета потребителя «Билайн» ТВ: 26-35, мужчины, высокий уровень дохода. Выбор медиа: аффинитивные web-площадки, радио, кинотеатры
- 0-аренда ТВ-приставки и скидки при подключении пакета услуг привлекают и другие ЦА. Выбор медиа: маршрутные такси, метро
- Обязательное размещение услуг ДИ и ТВ по адресной программе подключенных домов (indoor)
- По итогам кампании доля подключившихся на пакет услуг от ШПД подключений выросла с 37% до 54%

Размещение indoor, рекомендации - 1Н 2012


Вид размещения	Качество монтажа	контакт с жителями	Вандализм	период размещения (месяц)	Результат	Выводы
Стенды А4 снаружи	0	1	0	1	2	Рекомендовано к размещения как основной носитель
Стенды А3 снаружи	0	0	0	1	1	Рекомендовано к размещения как основной носитель
Стенды А4 внутри	1	2	1	2	6	Рекомендовано к размещению
Стенды А3 у лифта	1	1	1	2	5	Рекомендовано к размещению
Вобблеры/листовки	3	2	3	4	12	НЕ размещать
Стенд А1	4	0	2	1	7	Нежелательно



- В качестве основного вида размещения по локальной рекламе используем А4 у входа в подъезд и стикеры на стендах внутри подъездов жилых домов формата А4 и А3 (исходя из оценки соотношения стоимости – эффективности размещения)
- Полностью отказаться от вобблеров/листочков в связи с негативным отношением жителей (выбрасывается сразу, не читая, в мусор)
- Стикеры в лифтах – один из лучших носителей по привлечению внимания аудитории, но более других носителей подвержены вандализму, не все ДЭЗы согласовывают размещение рекламы в лифтах (соответственно, неширокая адресная программа размещения)

ТП «Свой город» - 1Н 2012

Initiative	TA	Media	January					February				March				April				May				June				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
			2	9	16	23	30	6	13	20	27	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25
Свой город	All	ООН, Indoor (электрички, мп-маршрутки)																										



Люблю свой город

50 копеек
с первой минуты

Тариф «Свой город»

Тариф для физических лиц – абонентов Московского региона предоплатной системы расчетов. Цена указана за минуту разговора при исходящем вызове на номера «Билайн» Московского региона при нахождении в тарифной зоне «Область», действует после подключения опции «50 копеек». Цена указана с учетом НДС. Подробнее об условиях тарифа на сайте www.beeline.ru.

Билайн®

- Ключевая инициатива для жителей Подмосквья, сквозное размещение рекламы ООН и на транспорте в течение всего года
- Транспорт: электрички (А1), маршрутные такси (А4) для максимального охвата ЦА. Планировали размещение в сетевых магазинах («Пятерочка» и т.д.)