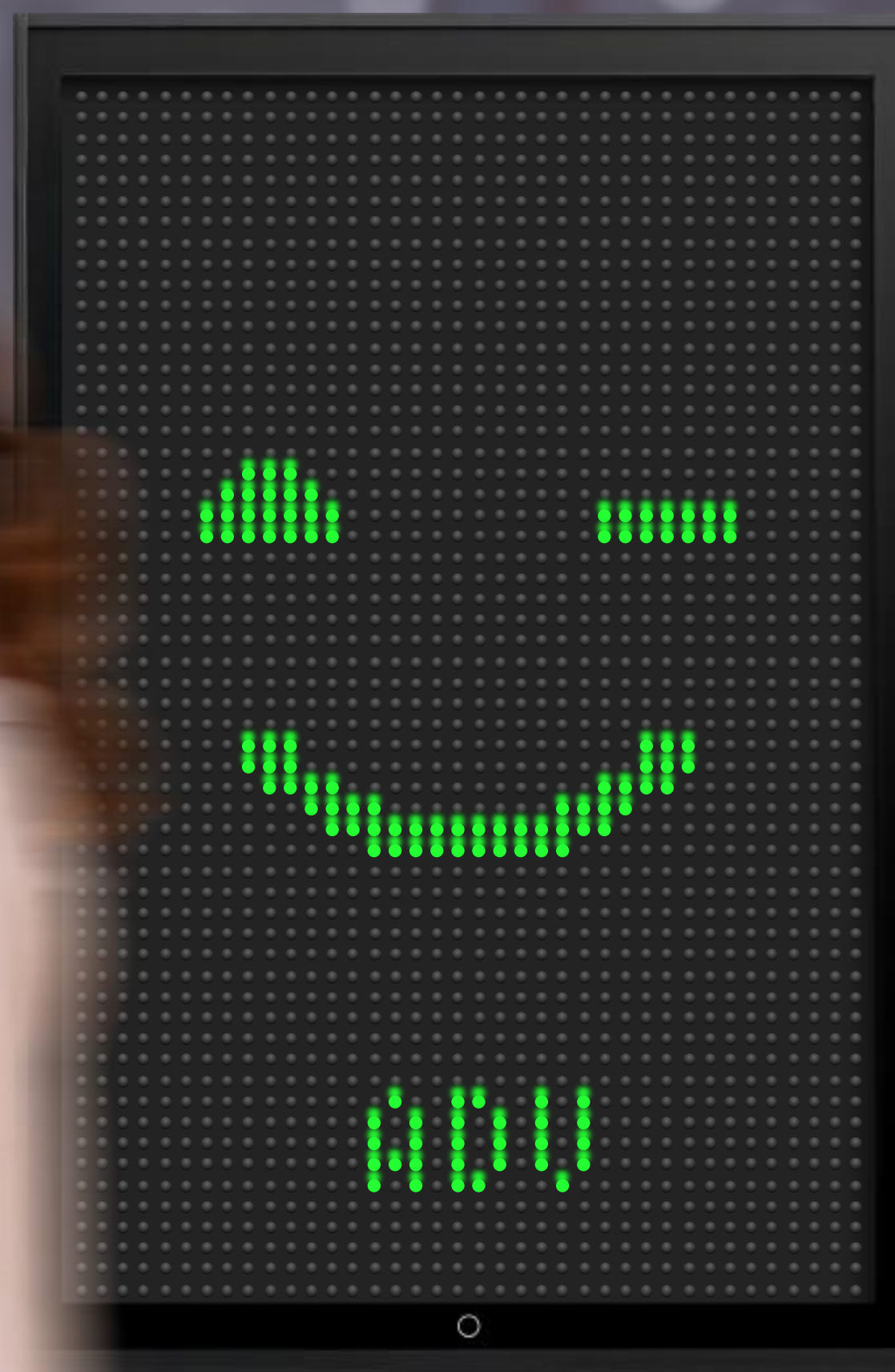


Все рекламные поверхности ТЦ –
в одной платформе

LAB



ADV

Преимущества Digital Indoor перед DOOH

ТРЦ технически
укомплектованы

01

Влияние
на покупательское
поведение

04

Гарантированный
стабильный
трафик

02

Длительное
взаимодействие

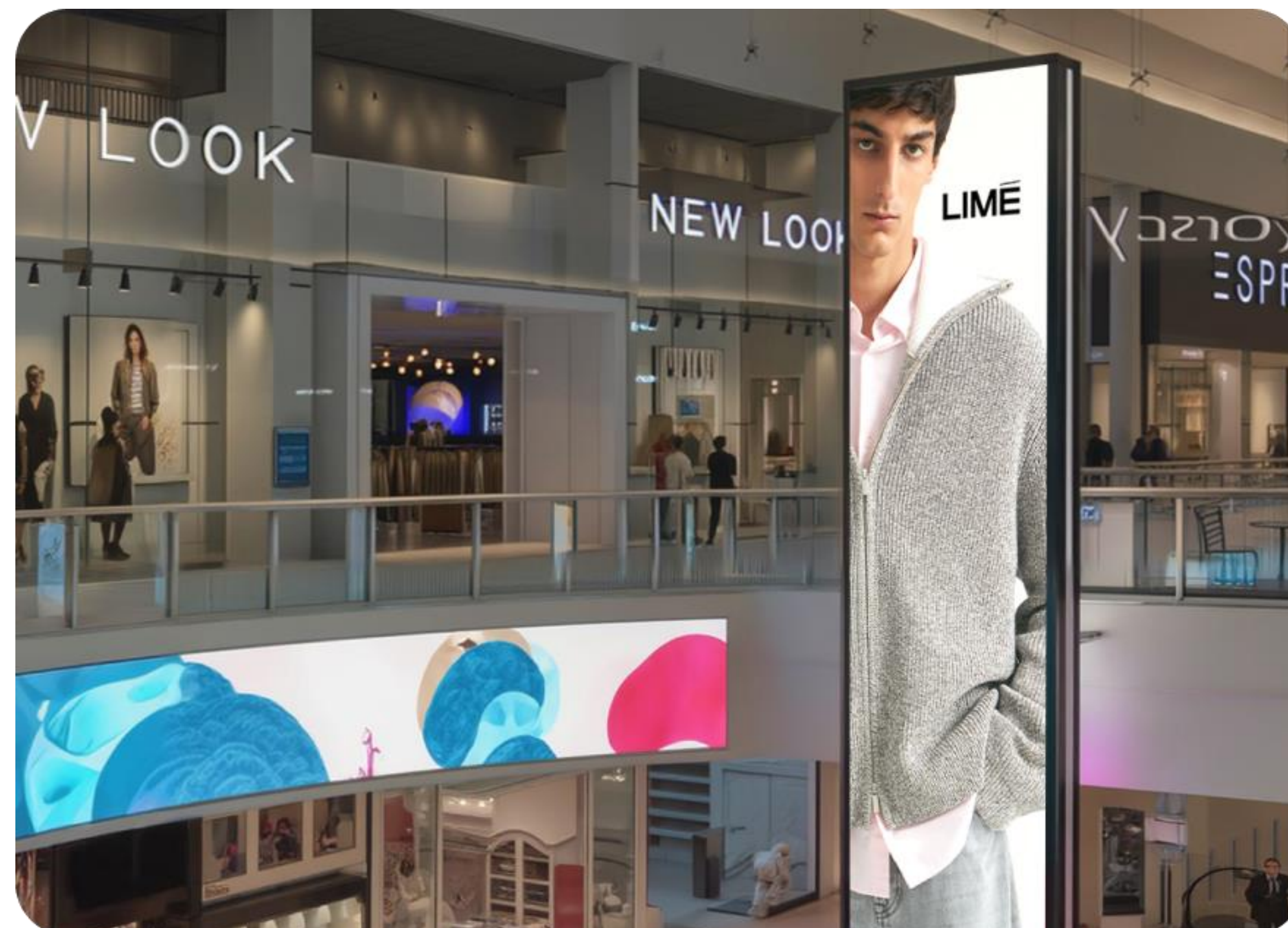
05

Точное попадание
в целевую аудиторию

03

Меньше
отвлекающих
факторов

06



Преимущества LAB ADV

Одно окно

Удобная платформа, с доступом к тысячам цифровых экранов и аналитике по ним

Вся информация по рекламной кампании и все отчеты круглосуточно доступны из любой точки, в один клик, в личном кабинете

Быстрая смена изображения в период проведения акции

🕒 Время контакта: 25 секунд

👤 OTS: 30 275 в день

Сервис позволяет в режиме одного окна запустить охватную рекламную кампанию в десятках торговых центрах по всей стране без необходимости проводить переговоры и подписывать договоры с каждым из них

Гибкие условия размещения, прозрачность и юридическая защита рекламных кампаний



Города присутствия 50 торговых центров

📍 Санкт-Петербург
👤 5 600 000

📍 Нижний Новгород
👤 1 200 000

📍 Екатеринбург
👤 1 500 000

📍 Москва
👤 13 200 000

📍 Пермь
👤 1 000 000

📍 Воронеж

📍 Казань
👤 1 300 000

📍 Челябинск

📍 Красноярск
👤 1 200 000

📍 Новокузнецк
👤 500 000

📍 Ростов-на-Дону
👤 1 100 000

📍 Тольятти

📍 Уфа
👤 1 300 000

📍 Омск
👤 1 100 000

📍 Кемерово

📍 Новосибирск
👤 1 600 000

📍 Иркутск

📍 Самара
👤 1 300 000

📍 Краснодар
👤 1 200 000

📍 Анапа

📍 Новороссийск

📍 Сочи

32 900 000
человек

Посещаемость 50 ТРЦ в 2024 году — 510 000 000



«Планета»
Красноярск



«Мега-Белая Дача»
Москва



«Лето», Санкт-Петербург



«Планета», Пермь

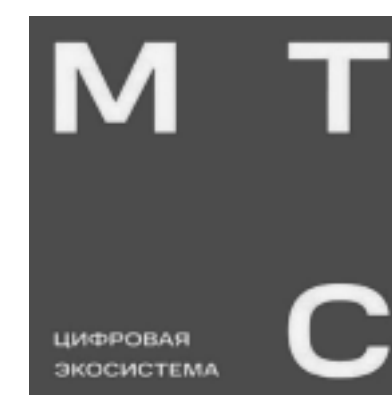


«Мега-Химки», Москва



«Мозаика», Москва

Рекламодатели



Преимущества Lab ADV



Для анализа трафика мы используем датчики, позволяющие отслеживать не только фактическое количество посетителей, но и строить тепловые карты распределения трафика в торговом центре, что значительно (до 97,86%) повышает точность определения OTS (Opportunity To See) каждого медиа носителя в торговом центре

40 000 000

Аудитория рекламной кампании при размещении во всех ТРЦ в месяц

89.4₽

Один из самых низких средних CPT (Cost Per Thousand) на всех медиа носителях в системе (всего 89,47 рублей за тысячу контактов), среди всех каналов коммуникации. CPA (Cost Per Action) проведенных рекламных кампаний составил 191,27 рубль за действие



Рекламная кампания в Lab ADV

— это просто

Регистрация
в системе

1

Модерация

3

Отчеты

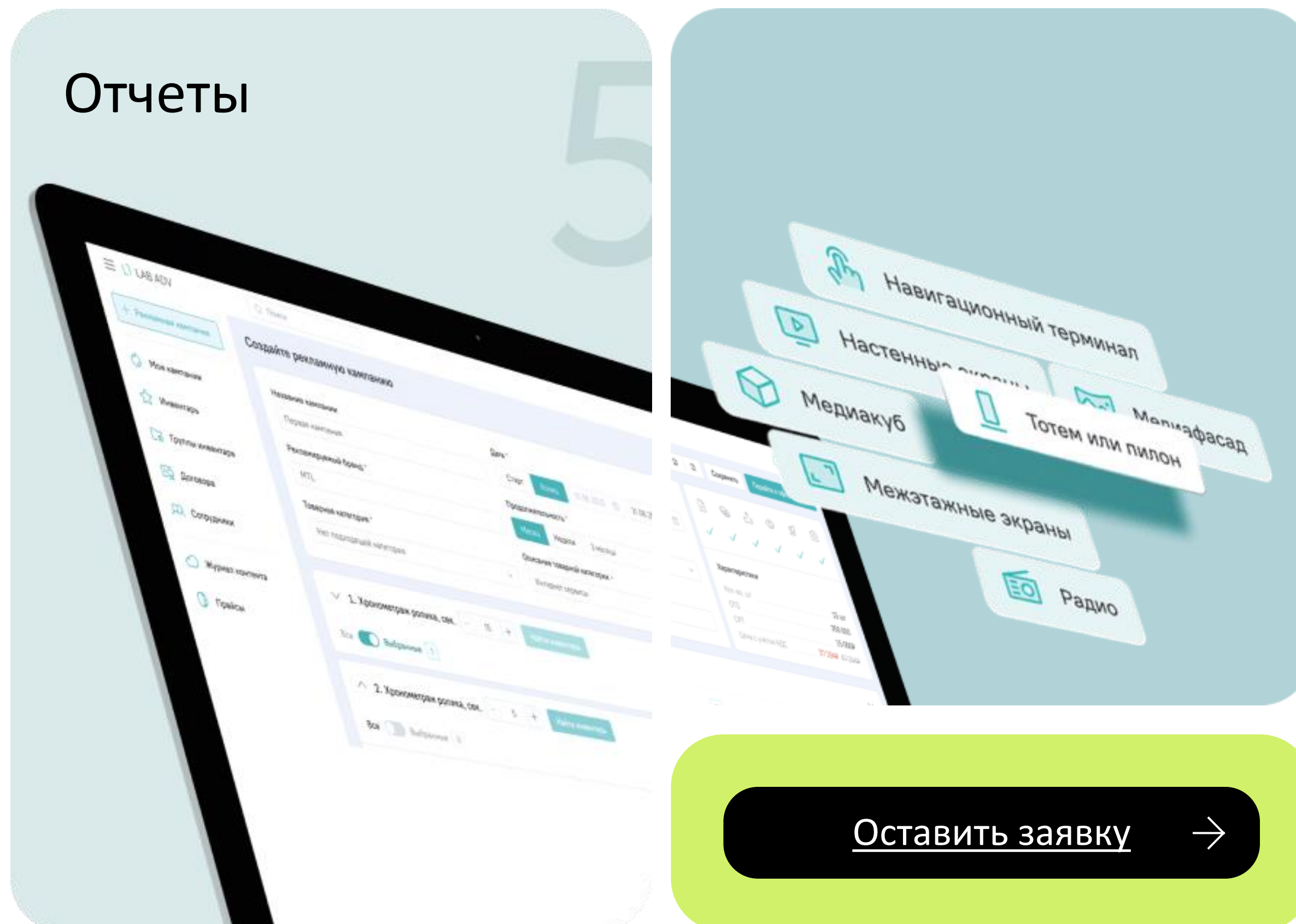
5

Создание
рекламной
кампании

2

Оплата

4



[Оставить заявку](#)





Спасибо
за внимание!

[Оставить заявку](#) →