



Шановні колеги!

Пропоную свою кандидатуру на посаду керівника напрямку транзитної реклами в наглядовій раді Всеукраїнської Рекламної Коаліції.

Транзитна реклама є галуззю, яка ефективно працює попри виклики воєнного часу, розвивається і зростає. Як і будь-яка інша галузь, індустрія транзитної реклами потребує зусиль по консолідації ринку і подальшого ефективного управління.

Станом на 2024 рік обсяг ринку транзитної реклами співставний з обсягом інших традиційних рекламних каналів. Чітко виражена тенденція до зростання. Транзитна реклама має великий парк інвентарю. Канал здатний розв'язувати національні та локальні комунікаційні задачі брендів — як самостійно, так і в складі кросмедійних кампаній.

Транзитна реклама є вимірюваним каналом, ефективність якого може бути обчислена у стандартних показниках кількості контактів з рекламою, частоти контакту, охоплення аудиторії тощо. Варто зазначити, що показники окремих видів транзитної реклами перевищують відмітку у 90% по проникненню.

У 2024 році провідним оператором транзитної реклами разом з дослідницькою компанією Gradus Research проведено дослідження аудиторії київського метрополітену, яке дало розуміння профілів аудиторії й розкрило великий потенціал каналу для широкого спектра ЦА.

На посаді керівника комітету з транзитної реклами маю намір приділяти першочергову увагу наступним питанням:

- Створення системи незалежного моніторингу та звітності
- Формування системи галузевих вимірювань
- Стандартизація рекламного інвентарю
- Активізація роботи національного галузевого об'єднання операторів
- Едукація рекламодавців про можливості та сильні сторони транзитної реклами та її місце в Out Of Home медіа
- Формування позитивного іміджу галузі серед рекламодавців та інших зацікавлених сторін