

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2015 sausis-rugpjūtis



Reklamos apimčių apžvalga

©TNS 2015

Reklamos apimčių apžvalga

- “TNS LT” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2015-ųjų ir 2014-ųjų metų sausio-rugpjūčio mėnesių rezultatus.
- Televizijoje, radijuje, lauko video ir vidaus TV reklamos laikas yra skaičiuojamas sekundėmis, spaudoje – reklamos plotas kvadratiniais centimetrais, lauko statinėje reklamoje – kvadratiniais metrais, kine ir fillboard reklamoje – kiekis (reklamų vienetai), internete – *gross** reklamos išlaidos.
- Apžvalgoje pateikiami labiausiai besireklamuojančių žiniasklaidoje reklamdavių ir produktų grupių TOP 10.

**gross* - išlaidos – tai reklamos skelbimo žiniasklaidoje išlaidos, skaičiuojamos naudojant oficialius žiniasklaidos tiekėjų kainininkus, neatsižvelgiant į jokiais galimas apimties ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams.



Reklamos apimčių pokytis

2015 sausis-rugpjūtis vs 2014 sausis-rugpjūtis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	7
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-8,8
ŽURNALAI	cm ²	-5,3
RADIJAS	sekundės	2,5
INTERNETAS	gross išlaidos	-9,4
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	5,6
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	38,1
FILLBOARD	kartai	-6,8
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	7,7
KINO REKLAMA	kartai	50,2

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2015 ir 2014 metų sausio-rugpjūčio mėnesių duomenis, paaugo 7 proc. Per aštuonis 2015 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 48 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 7,5 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 6 milijonai 906 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos plotas mažėjo 8,8 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 5,3 proc. ir sudarė 4 milijonus 52 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2015 metų sausį-rugpjūtį transliavo 4 milijonus 781 tūkstantį sekundžių reklamos ir tai buvo 2,5 proc. reklamos daugiau negu per 2014-ųjų aštuonis mėnesius.
- Per aštuonis 2015-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2014 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos nukrito 9,4 proc.

**gross* - išlaidos – tai reklamos skelbimo žiniasklaidoje išlaidos, skaičiuojamos naudojant oficialius žiniasklaidos tiekėjų kainininkus, neatsižvelgiant į jokiais galimas apimties ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams.

Reklamos apimtys

- Lauko reklamos vidutinis vienos dienos plotas, palyginus 2015 ir 2014 metų sausio-rugpjūčio mėnesių duomenis, augo 5,6 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,8 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 2 milijonai 793 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2014 metų pirmų aštuonių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis augo 38,1 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo uždėta beveik 24 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2014 metų aštuonių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis nukrito 6,8 proc.
- Vidaus TV reklamos sekundės, lyginant 2015 ir 2014 metų sausio-rugpjūčio mėnesių duomenis, augo 7,7 proc.
- Kino reklama augo 50,2 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 268 tūkstančiai reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

- Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2015 m. sausio-rugpjūčio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

STUDIO MODERNA

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

OMNITEL

4FINANCE

PALINK

RECKITT BENCKISER

OLIFĖJA

BITĖ

TOP 10 produktų grupių

- Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2015 m. sausio-rugpjūčio mėn.

Produktų grupė

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

VAISTINĖS

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS

LOTERIJOS

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

ALUS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2015 01-08	vs	2014 01-08
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	1		2
PREKYBOS TINKLAI	2		1
PREKYBOS CENTRAI	3		5
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	4		7
VAISTINĖS	5		6
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	6		9
MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS	7		4
LOTERIJOS	8		12
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	9		3
ALUS	10		10

Pastabos

- Duomenys pateikiami tik iš "TNS LT" registruojamų žiniasklaidos priemonių sąrašo, o tai sudaro (ekspertinis vertinimas): TV – 98%, spauda – 90%, radijas – 90%, lauko reklama – 90%, lauko video reklama – 90%, kino (reklaminiai klipai) reklama – 85%, interneto banerinė reklama 80%, fillboard reklama – 100%, vidaus tv reklama – 80% reklamos rinkos apimties.