**Виды рекламы в метро**

**Щиты вдоль эскалаторов**

Это идеальное средство для организации имиджевой поддержки продвигаемого бренда. Задерживают внимание пассажиров на 6-10 секунд при спуске или подъеме. Около 37% пассажиров каждый раз во время поездки в метро обращают на них внимание. Учитывая большие пассажиропотоки на эскалаторах Московского метрополитена, общее количество контактов с этой рекламой впечатляет. Показатель стоимости тысячи контактов здесь намного ниже, чем по всем другим рекламоносителям в метро.

**Щиты (постеры) на стенах вдоль станционных платформ**

Обеспечивают одновременно широкий охват аудитории и весьма продолжительное время экспозиции. В ожидании метропоезда у пассажиров достаточно времени (20-30 секунд и более), чтобы познакомиться с рекламой на путевых стенах. Выгодно отличаются от других постеров, где контакт происходит в движении. Представляете себе, какое воздействие на зрителя оказывает качественная и яркая картинка таких размеров?

**Световые щиты**

Щиты в вестибюлях и переходах станций метро

Для привлечения особого внимания к рекламе, в вестибюлях метрополитена и межстанционных переходах рекомендуются световые щиты.

Стоимость размещения щита зависит от его размера и выбранной станции. Станции метрополитена делятся на три группы важности. К 1-ой группе относятся станции с максимальным пассажиропотоком. Цена станции адекватна пропускной способности в час-пик.

**Лайтбоксы**

Особенно рекомендуются для имиджевой рекламы. Высокое качество изображения и особое местоположение (их всегда видно без помех) делают этот способ размещения наиболее престижным и эффективным.

**Реклама на световых информационных указателях**

Гибкая, мобильная система информирования пассажиров метрополитена, представленная наборными конструкциями, съемными носителями информации. Преимущество такого экспонирования заключается в возможности выбирать и компоновать любую информацию применительно к особенностям станции. Конструктивное решение предполагает размещение информации на алюминиевых профилях П-образного сечения, закрепляемых на конструктивной основе, ограниченной профилями, имеющими радиусное сечение. Количество и размеры профилей определяются объемом информации. Информация наносится на предварительно окрашенный профиль методом пленочной аппликации. Объем конструкции можно наращивать по вертикали для размещения дополнительной информации, социальной или коммерческой рекламы. Оптимальный размер рекламного блока для размещения рекламы или логотипа - 100 × 50 мм. Размеры указателей и рекламных блоков обеспечивают доступность для зрительного восприятия и опознавания, а размещаются указатели в зонах наиболее продолжительного зрительного внимания пассажиров.

**Реклама в вагонах метро**

Реклама в вагонах метро - самый эффективный и самый популярный способ размещения рекламы.

Все время пути вынужденный бездействовать пассажир считывает информацию с рекламных объявлений вокруг себя, запоминая ее практически наизусть.

Более 92% пассажиров интересуются рекламой, размещаемой внутри вагонов.

На сегодняшний момент существуют следующие виды размещение рекламы в вагонах метро: Липкая аппликация на простенках и скосах Липкая аппликация на дверях вагонов метро На схеме метрополитена

Липкая аппликация (стикеры) на простенках и скосах Несмотря на внушительный объем рекламного пространства в вагонах, идет постоянный поиск увеличения рекламных площадей.

Возможно размещение стикеров на простенках в два яруса, на скосах и панелях. Стоимость размещения Вашей рекламы зависит от выбранного места, размера стикера и от выбранной линии метрополитена.

Липкая аппликация (стикеры) на дверях вагонов метро Преимуществом рекламы на дверях вагонов метро является возможность размещения двухстороннего изображения.

Стикеры могут быть только одного размера, т.к. площадь рекламного пространства на двери ограничена.

**На схеме метрополитена**

Наиболее эффективной формой рекламной информации о товарах или услугах, является размещение на схемах линий Московского метрополитена. Это идеальная возможность реализации любых крупномасштабных рекламных проектов. Удачное месторасположение рекламного блока в верхней части схемы линий метрополитена позволяет привлечь внимание огромного числа пассажиров. Благодаря размещению схемы линий во всех вагонах и на всех линиях, этот вид рекламы обеспечивает высокое психологическое воздействие на потенциальных потребителей Ваших товаров или услуг.

Этот вид размещения рекламной информации рассчитан на 100% охват пассажиров Московского метрополитена. Реклама во входных группах метро

Так как любой вход в метро располагается на наземной части города, то этот вид рекламы в метро по своей эффективности можно отнести к наружным видам городской рекламы.

Наружные установки, расположенные у выходов в метро, хорошо видны с дальнего расстояния, в том числе и из транспорта. Реклама на входных дверях охватывает не только пассажиров метро, но и проходящих пешеходов.

При таком колоссальном обхвате аудитории цены на этот вид метрорекламы значительно дешевле по отношению к видам наружной рекламы. Популярность доказана большим спросом среди рекламодателей.

**Рекламно-информационные установки Стикеры на витражах**

**Напольная липкая апликация**

Наружные рекламно-информационные установки у выходов метро Такие установки располагаются в местах действительно большого скопления людей. Они хорошо видимы с дальнего расстояния, в том числе из проезжающего транспорта. Реклама на наружных установках - стопроцентный шанс быть замеченным.

Липкая аппликация (стикеры) на турникетах, дверях и во входной зоне вестибюлей станций метро При входе в метро каждый пассажир буквально упирается в такую рекламу. Постоянно сталкиваясь с ней, он подсознательно запоминает ее настолько, что через какое-то время ему уже кажется, что он знает Ваш товар. Он уже готов его купить! На дверях возможно размещение двухстороннего изображения. Да, такая реклама никогда не остается незамеченной! Эффективность подтверждается огромным спросом среди рекламодателей.

**Напольная липкая апликация в вестибюлях метро**

На сегодняшней день, метрополитен настолько заполнен всевозможными рекламоносителями, что возникла необходимость в новых местах размещения. Поэтому возникла идея повзаимствовать опыт у западных партнеров и использовать напольный вид рекламной графики.

Изображение наносится на специальную пленку, наклеивающуюся на пол. Напольные стикеры сохранят читаемость в течение полугода.

Метрополитен уже разработал специальные инструкции, регулирующие количество новой рекламы. "Напольная графика" не может располагаться перед эскалатором или лестницей, чтобы не отвлекать пассажиров и не создавать помех. Кроме того, стикер не должен диссонировать с оформлением вестибюля станции, а его графическое исполнение - нарушать закон "О рекламе".

**Звуковая реклама в метро**

Звуковая реклама в метро звучит на эскалаторах, переходах и вестибюлях станций.

Этот вид рекламы больше всего подходит чтобы донести до людей информацию о том, что: Открылся магазин Состоится концерт Намечается день открытых дверей Компания открыла новые вакансии

И других подобных объявлениях.

Если Вы ставите перед собой цель охватить большую аудиторию метро, а времени совсем нет - звуковая реклама в метро для Вас!