

Региональное ТВ

Национальная vs Региональная

50%

Активов Группы
используют
региональное ТВ

Из тех, кто использует:

50%

Националка + Регионалка

50%

Только регионалка

Задачи

1.

Выход сервисов в новый регион

2.

Локальное усиление продаж

Кластеризация

представленность в регионе | доля
рынка | конкуренты | население
доходы | медиа потребление
юридические аспекты

Эффективность

Позиция **регионального ТВ** по эффективности относительно других медиа (CAC/ объем продаж)

1/6 **3/7** **3/10**

в 3-х разных кампаниях 3-х разных брендов (чем выше место, тем более выгодный канал)

- Высокий потенциал эффективности
- Широкий диапазон по стоимости
- **ООН** - Основной конкурент в региональных кампаниях, **digital** - в федеральных

Что можно было бы улучшить
в работе с региональным ТВ?