

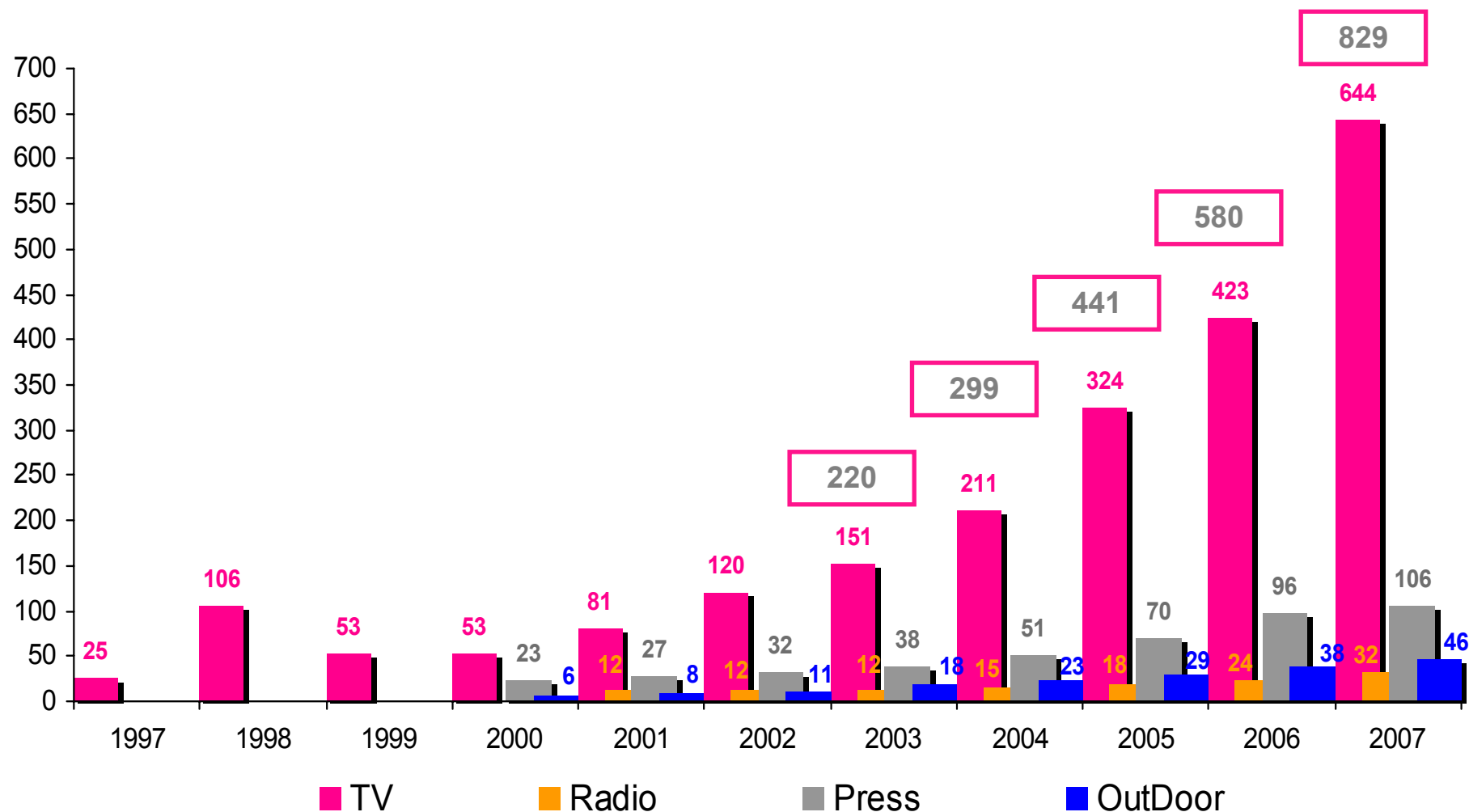
Рынок печатной продукции в Казахстане



ADEX

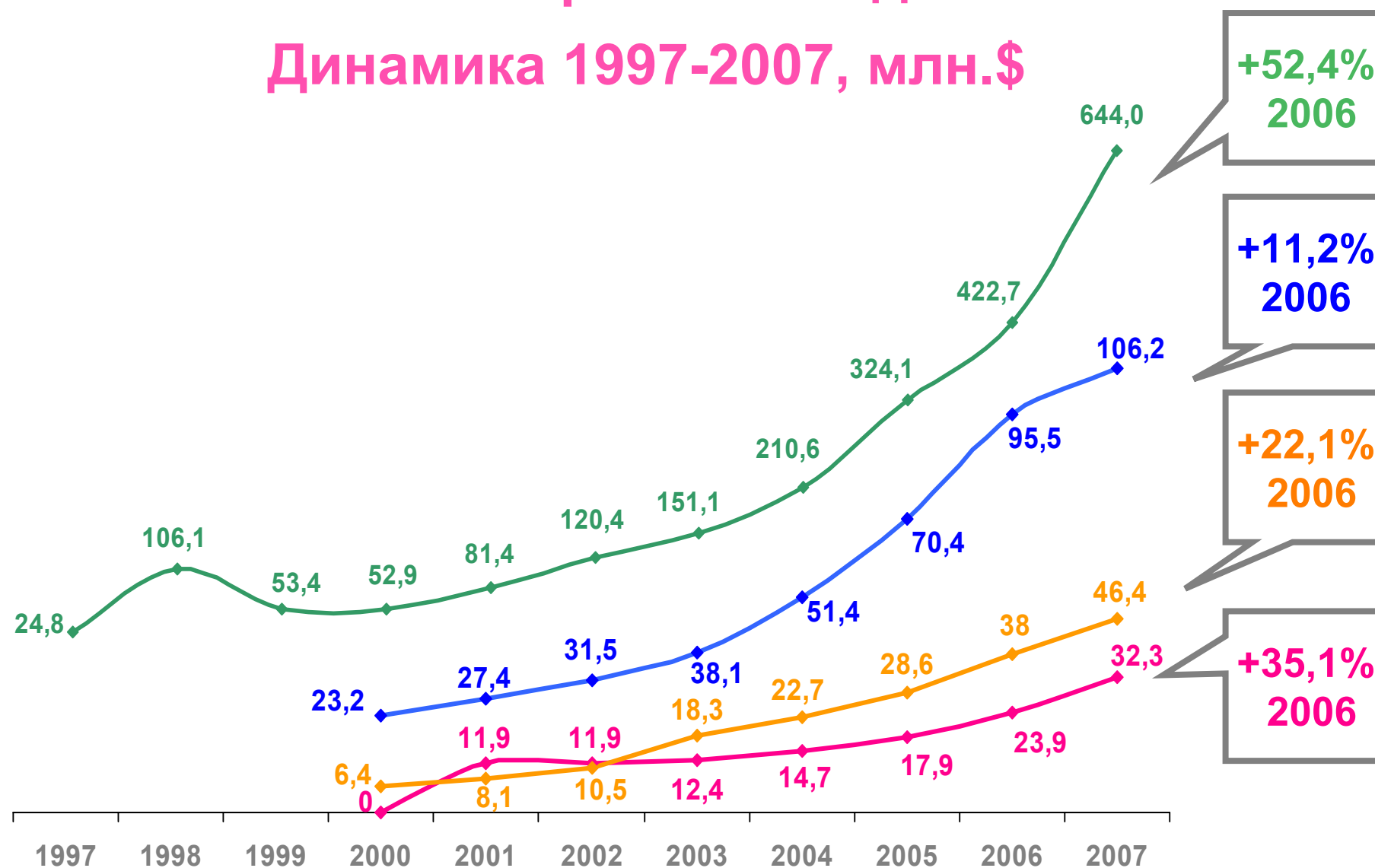
Рекламные затраты по видам СМИ

Динамика 1997-2007, млн.\$

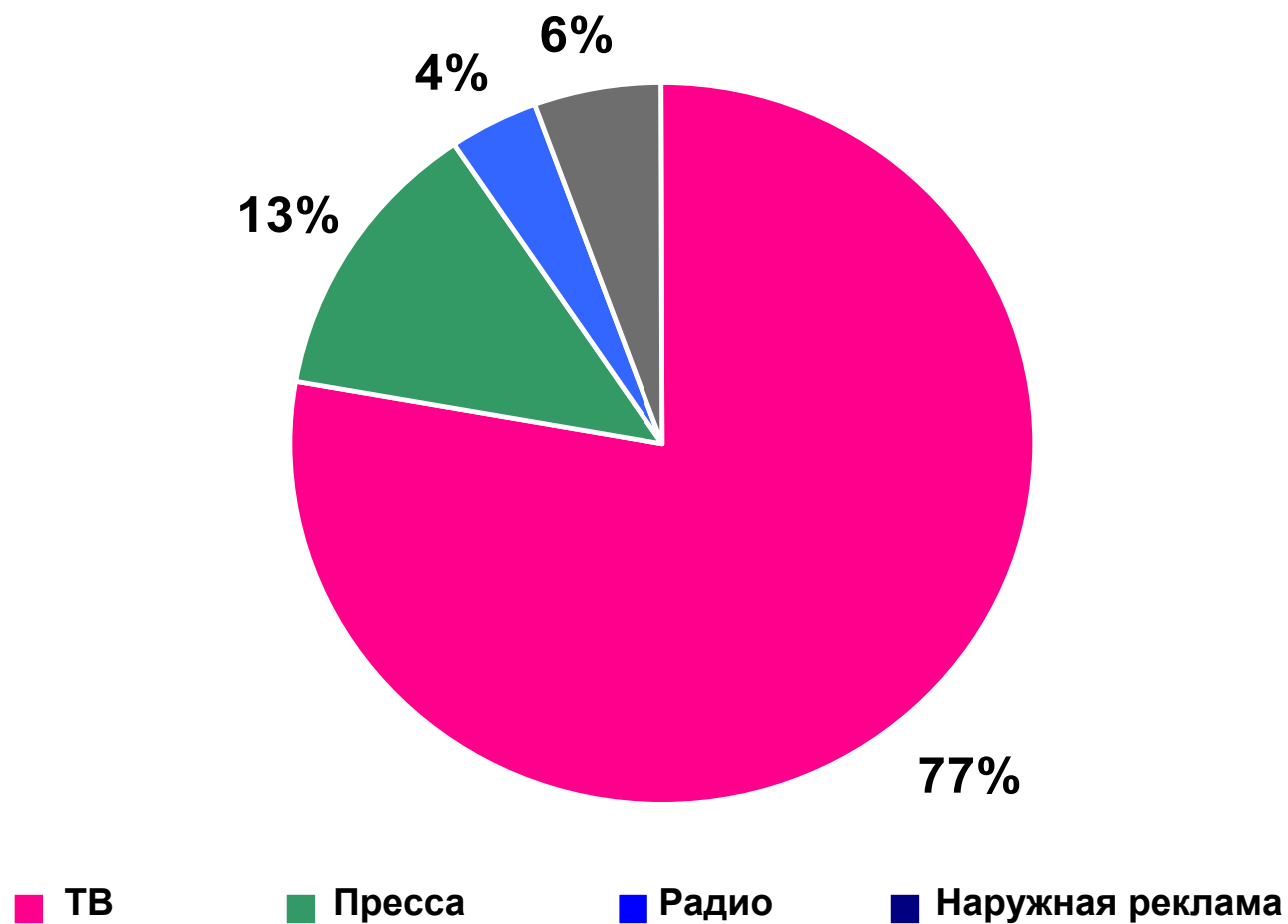


Рекламные затраты по видам СМИ

Динамика 1997-2007, млн.\$



Доля рекламных бюджетов по видам СМИ 2007, %



Методология

■ Временные характеристики:

Мониторинг прессы осуществляется с 1998 года.

Ежемесячное обновление данных

■ Параметры регистрации:

Названия издания, тип изданий, периодичность, тираж

Стоимость размещения рекламы (для каждого формата, позиции, типа оформления и т.д.)

Для каждого рекламного объявления регистрируются: выпуск издания, страница, позиция, формат, тип оформления, рекламодатель, рекламируемая марка, категории товаров/услуг

■ Объемы мониторинга:

Около 15 ежедневных изданий

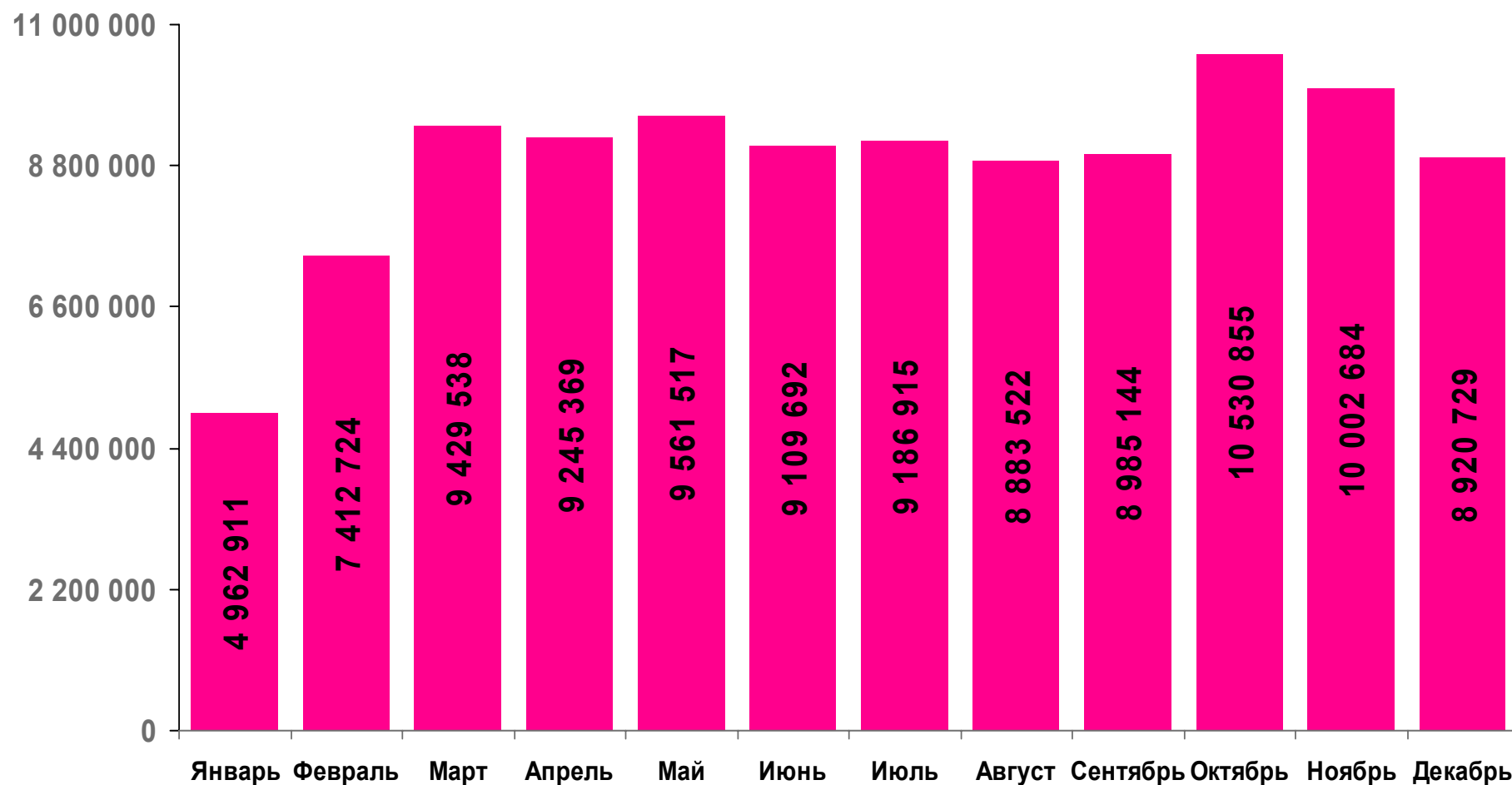
Около 30 еженедельных изданий

Около 50 ежемесячных изданий

Общие показатели рекламной активности

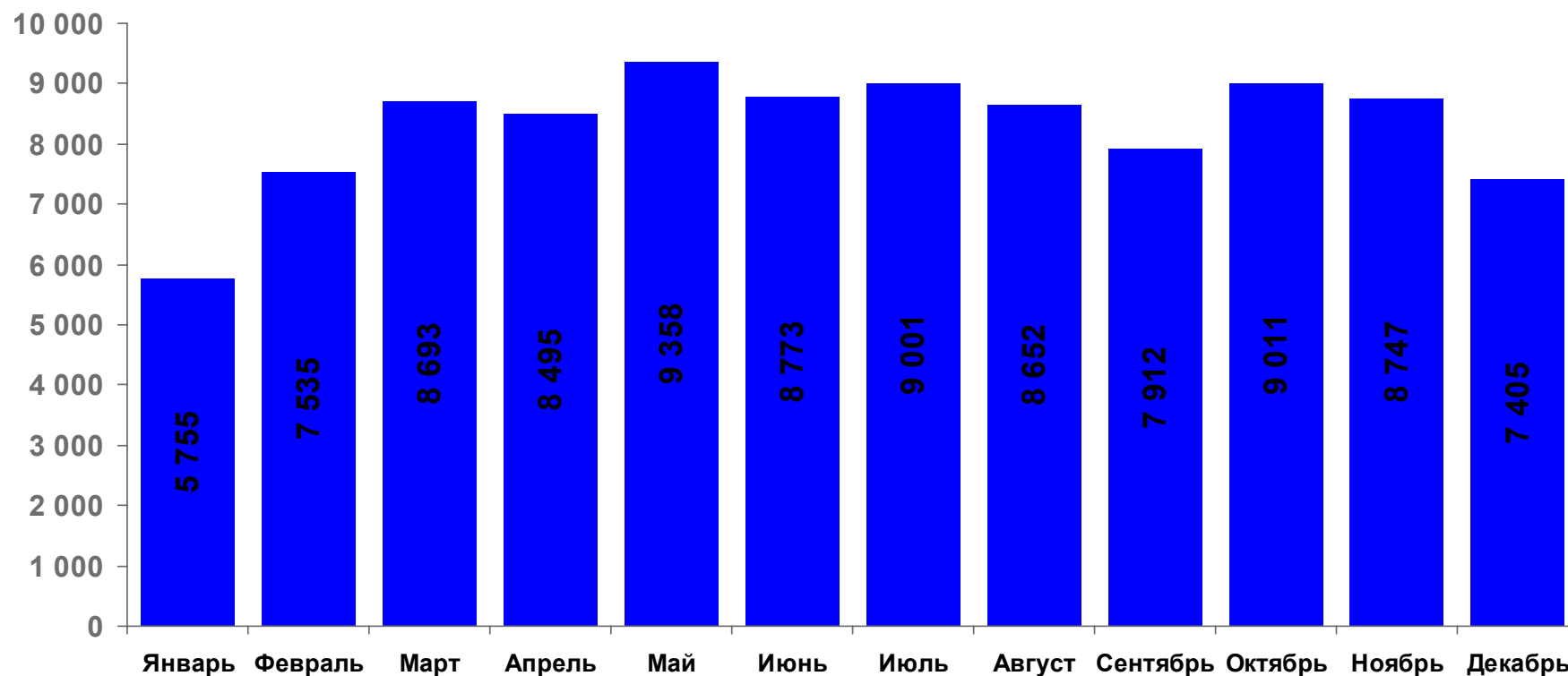
Распределение бюджета по месяцам

2007, млн.\$



Общие показатели рекламной активности

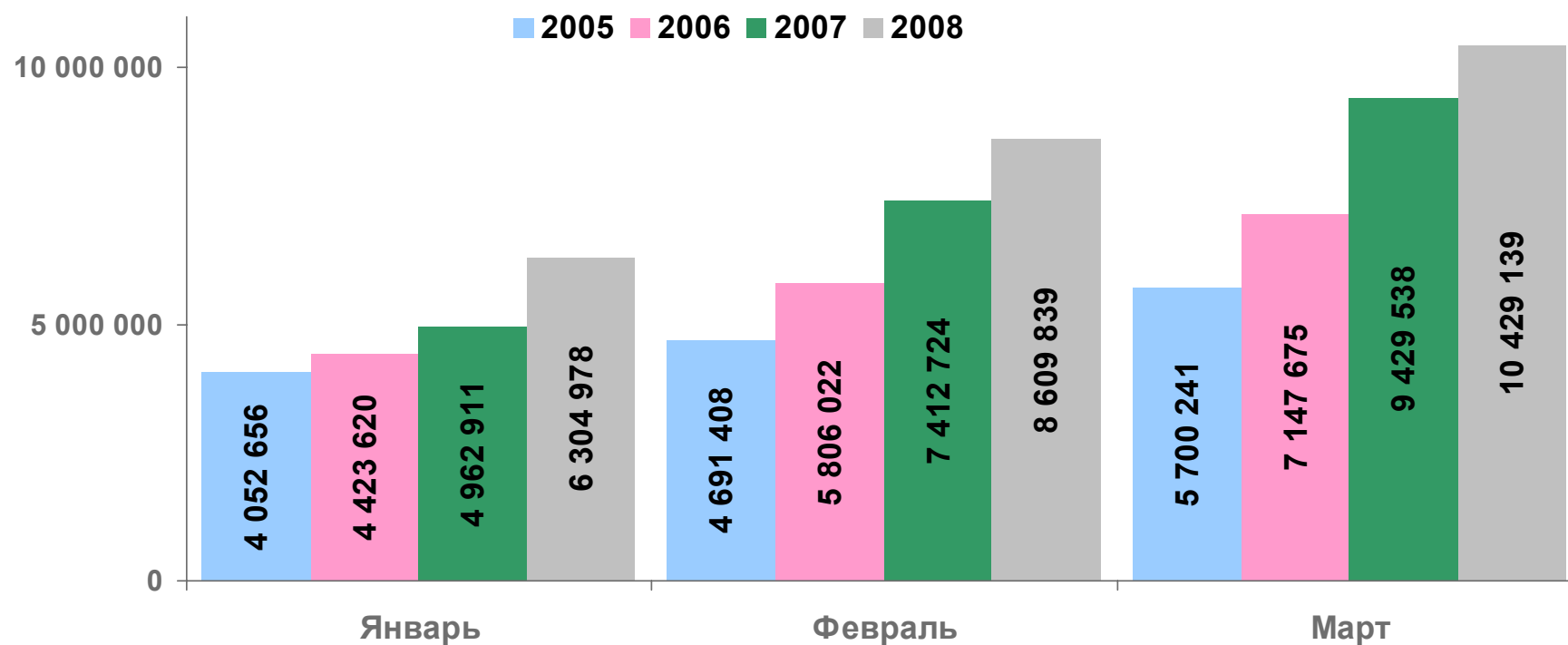
Распределение выходов по месяцам 2007



Общие показатели рекламной активности

Объем размещения за 1 квартал

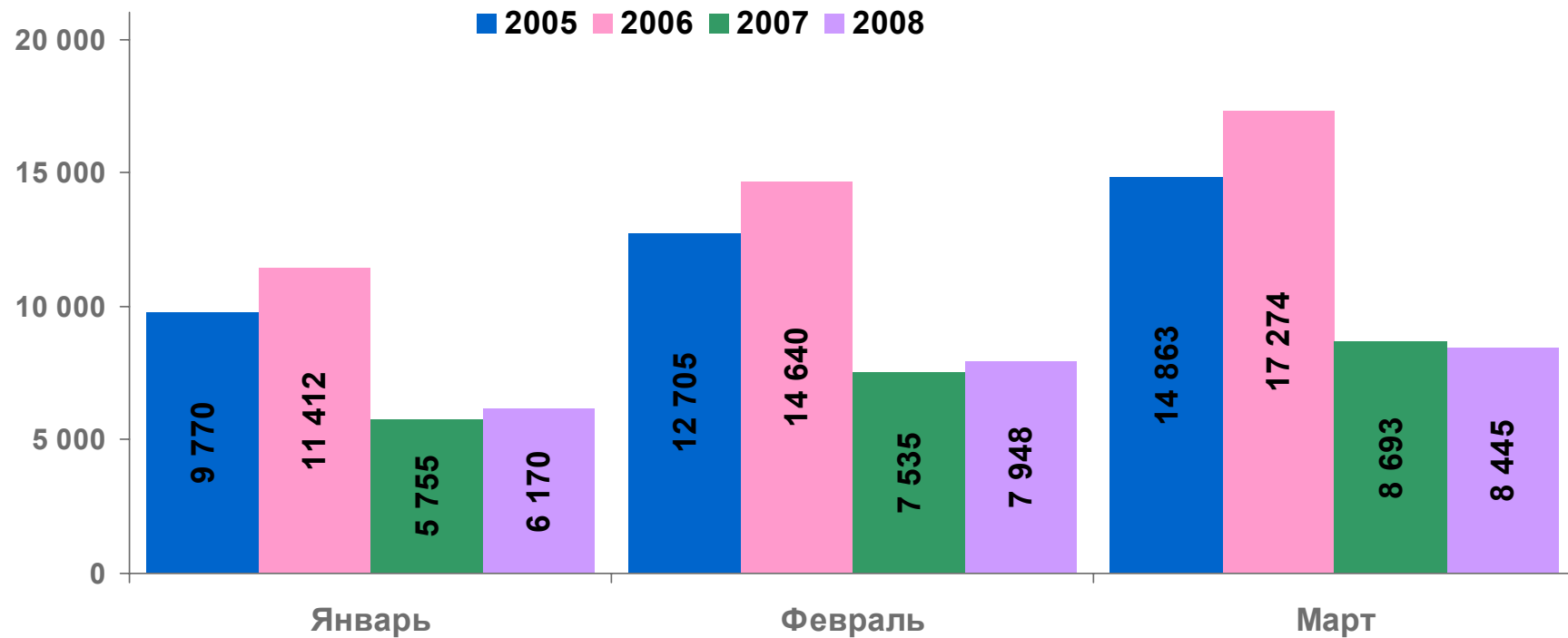
Бюджет, млн.\$



Общие показатели рекламной активности

Объем размещения за 1 квартал

Выходы



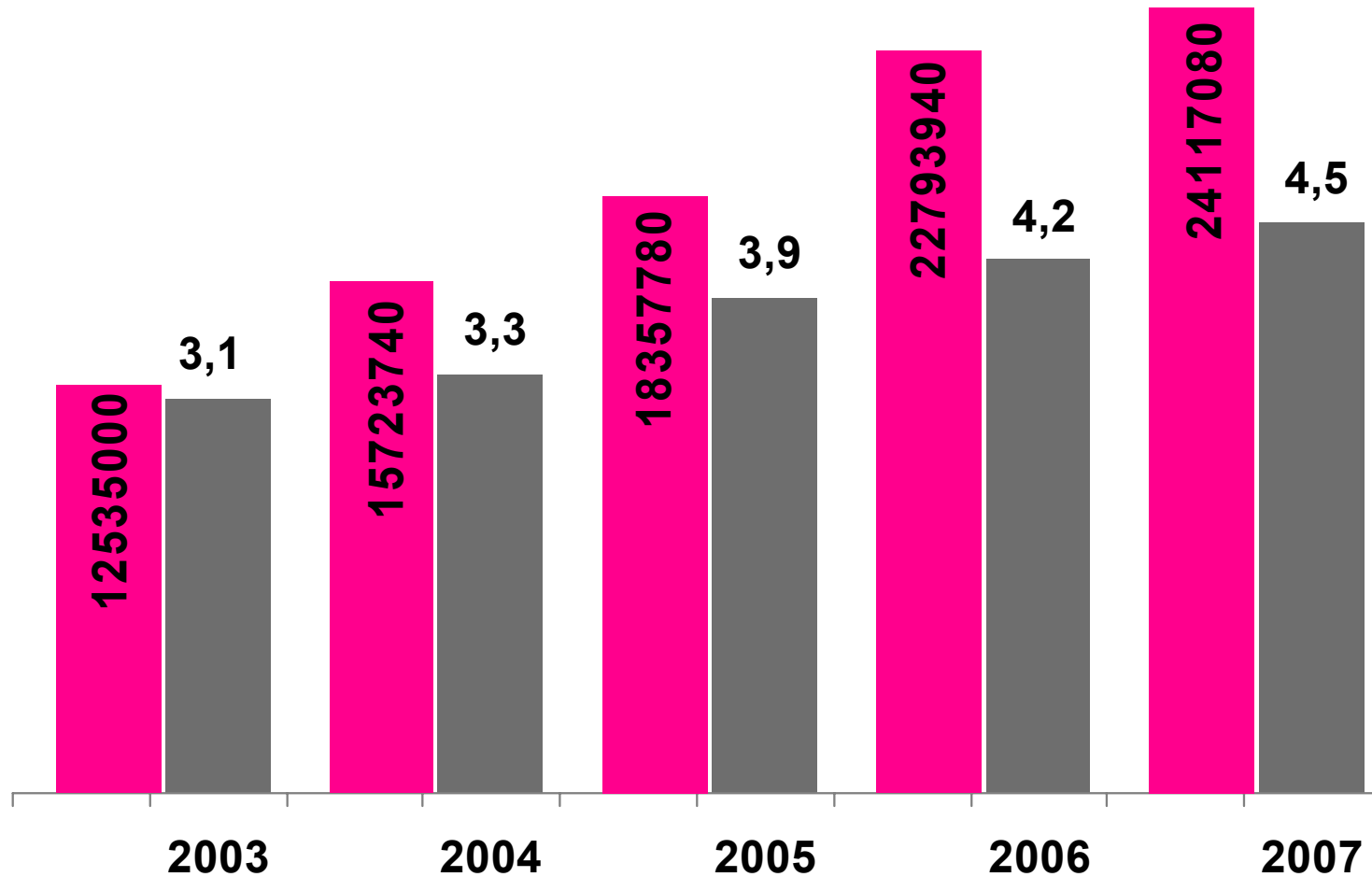
Распределение объемов рекламы по типам изданий, 2007

11

Edition type	Cost \$	Quantity	Volume A2
Газеты рекламные	40 772 234	66 150	6 292,71
Газеты еженедельные	25 634 766	15 430	1 794,05
Журналы ежемесячные	18 311 290	5 939	1 480,45
Газеты ежедневные	8 940 662	4 945	1 075,71
Журналы еженедельные	8 901 299	5 604	1 027,79
Журналы ежеквартальные	3 671 349	1 269	387,82
Total	106 231 600	99 337	12 058,54

MMI

Тенденции: рост стоимости и увеличение продаж рекламной площади



ТОР 10 товарных категорий 2007, бюджет в млн. \$



Media Marketing Index

Описание исследования

■ География исследования:

До 2007 года 11 городов с населением 200 000+

С 2007 года 20 городов с населением 100 000+

■ Характеристики респондентов:

Все население в возрасте 15 лет и старше

■ Объем выборки:

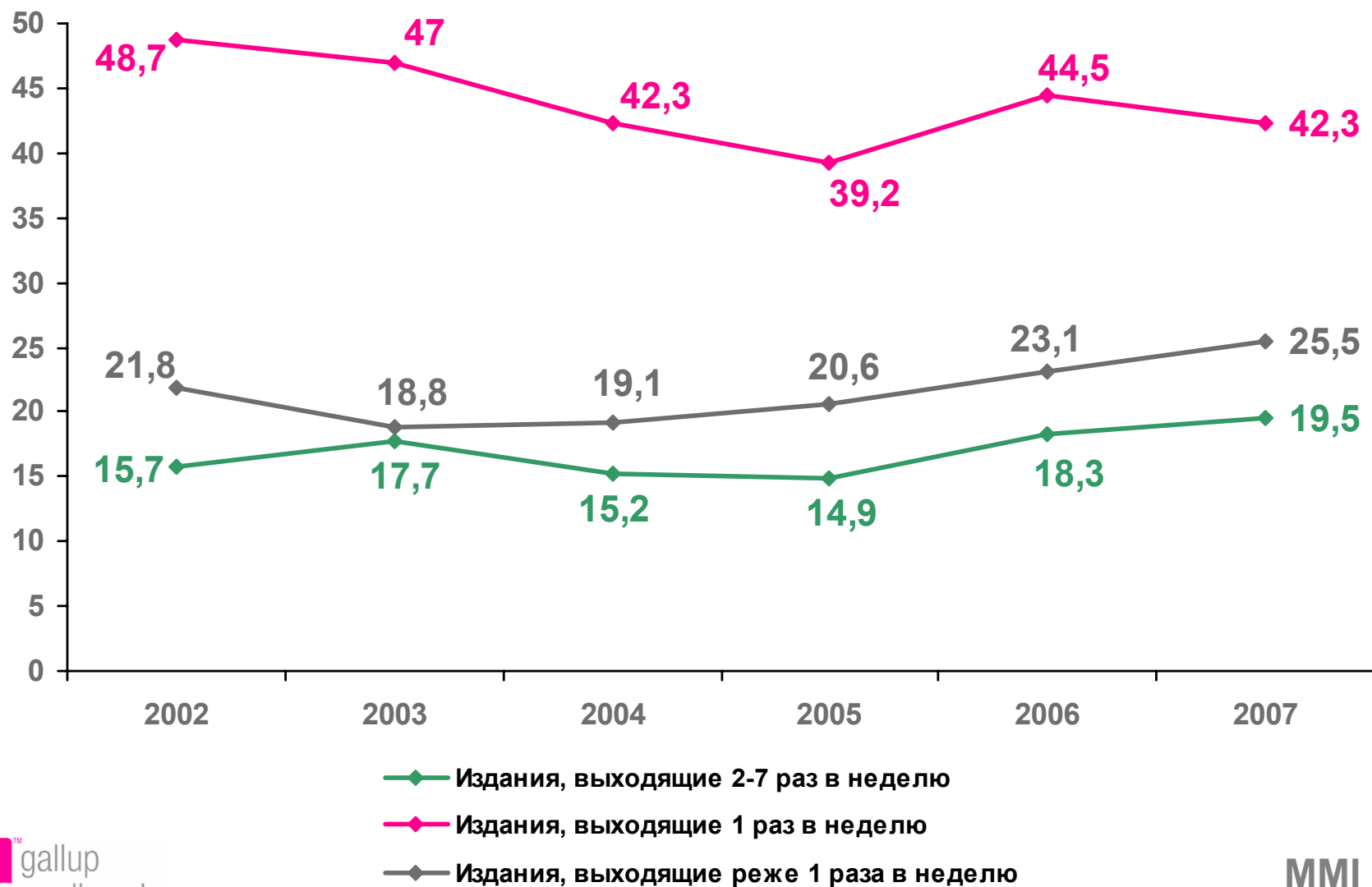
До 2007 года -2500 респондентов

С 2007 года -3000 респондентов

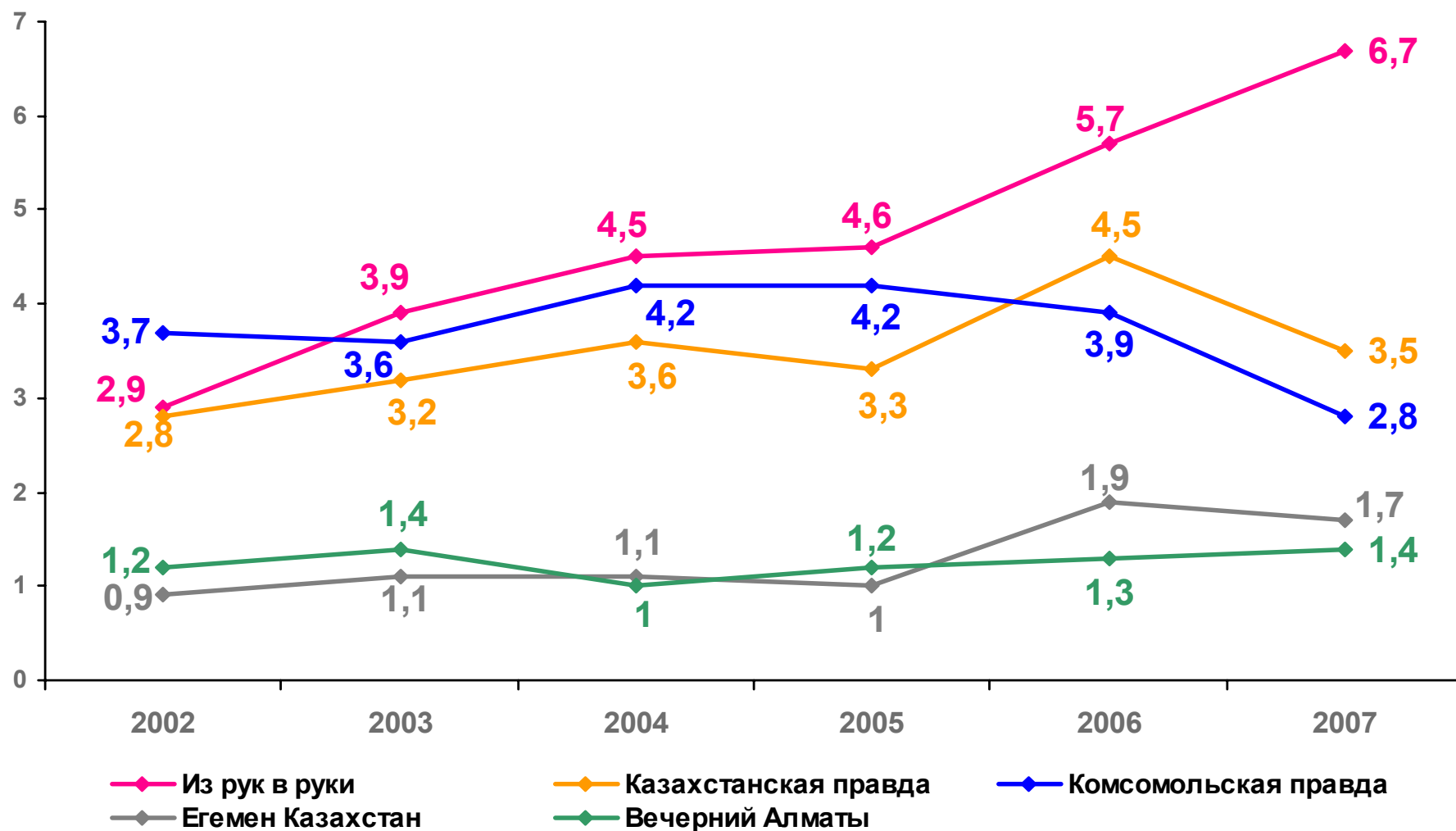


Суммарная аудитория AIR по группам периодичности изданий

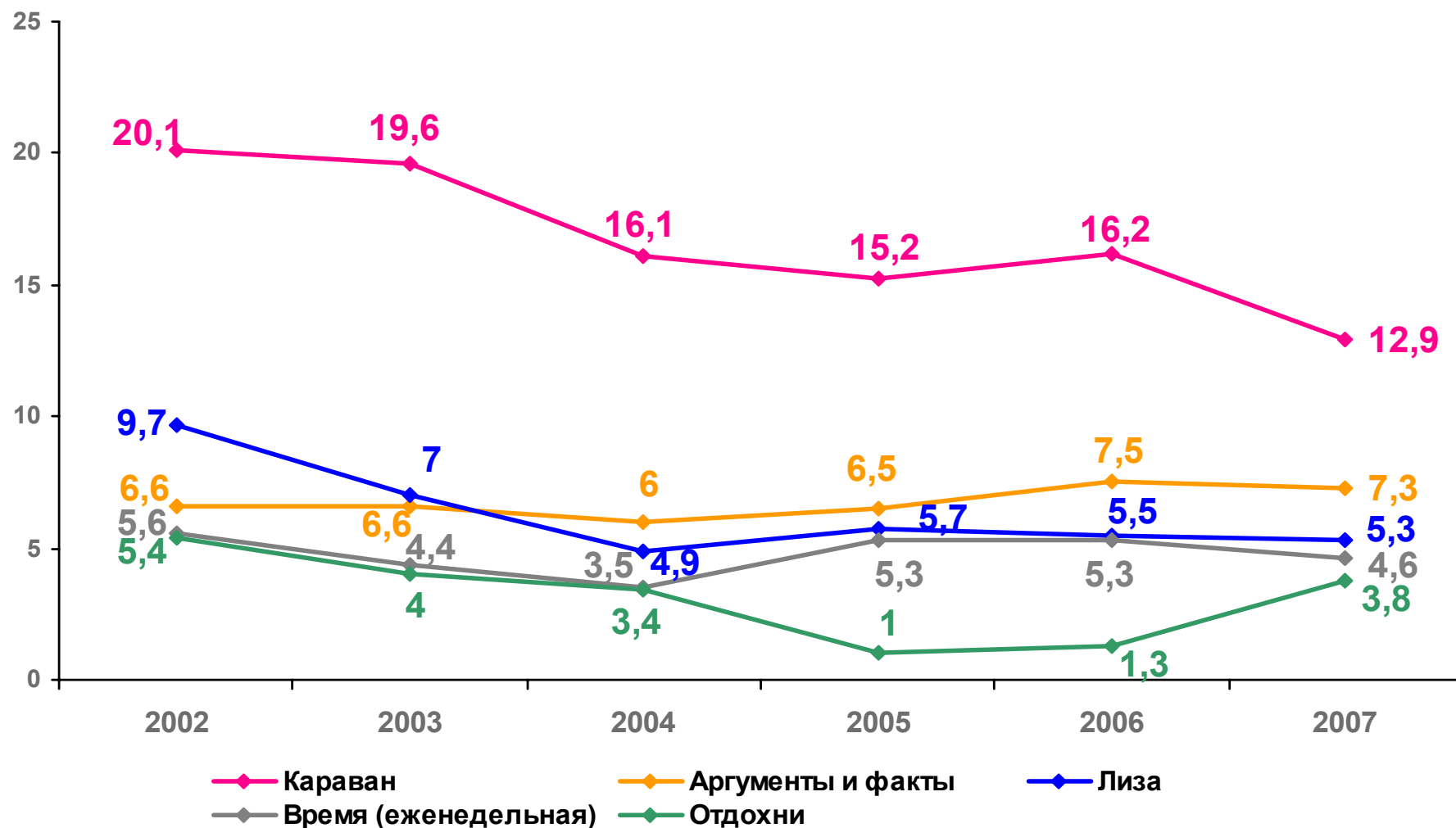
Динамика 2002-2007, %



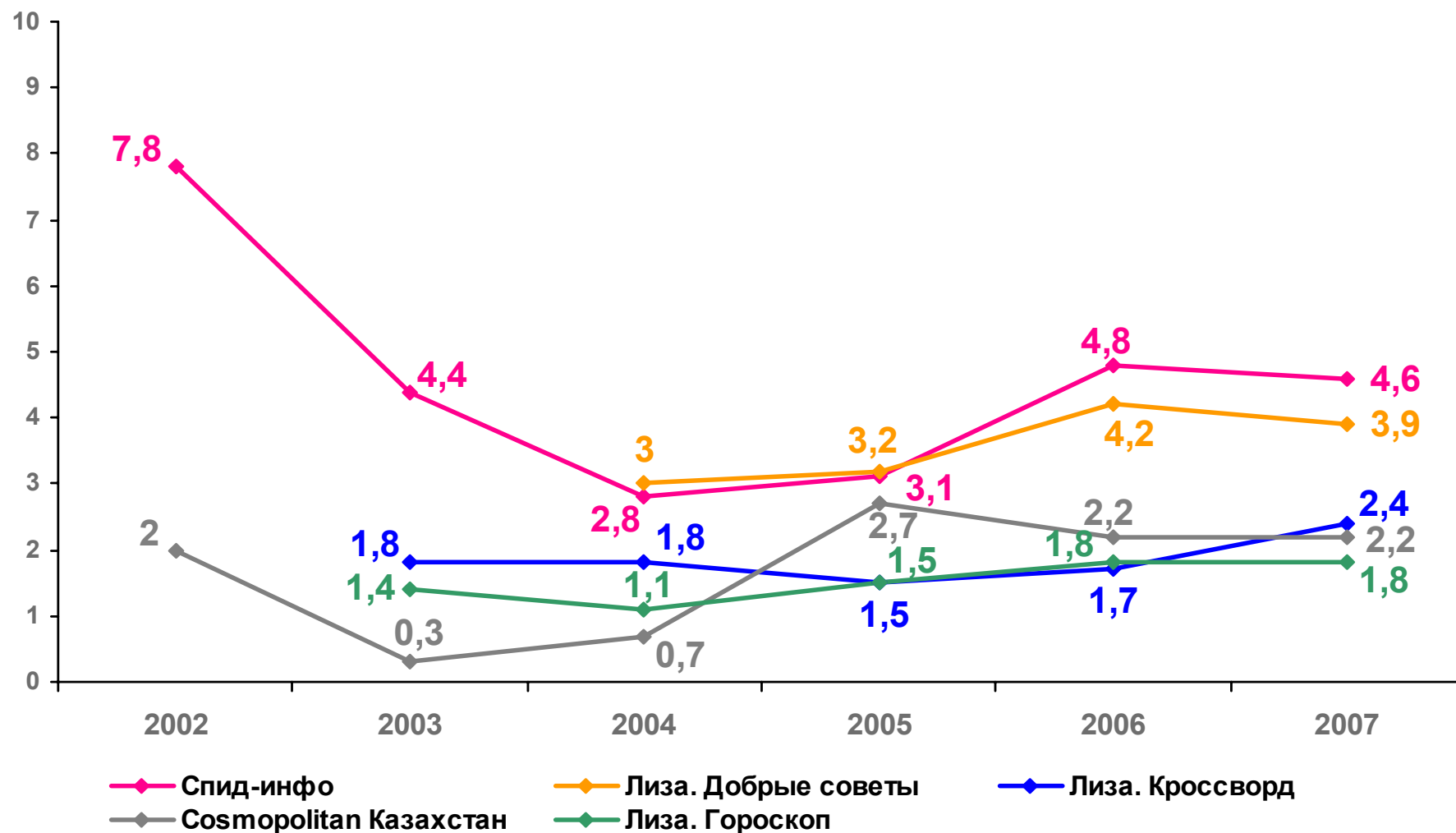
Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих 2-7 раз в неделю, TOP – 5 Динамика 2002-2007, %



Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих 1 раз в неделю, TOP – 5 Динамика 2002-2007, %

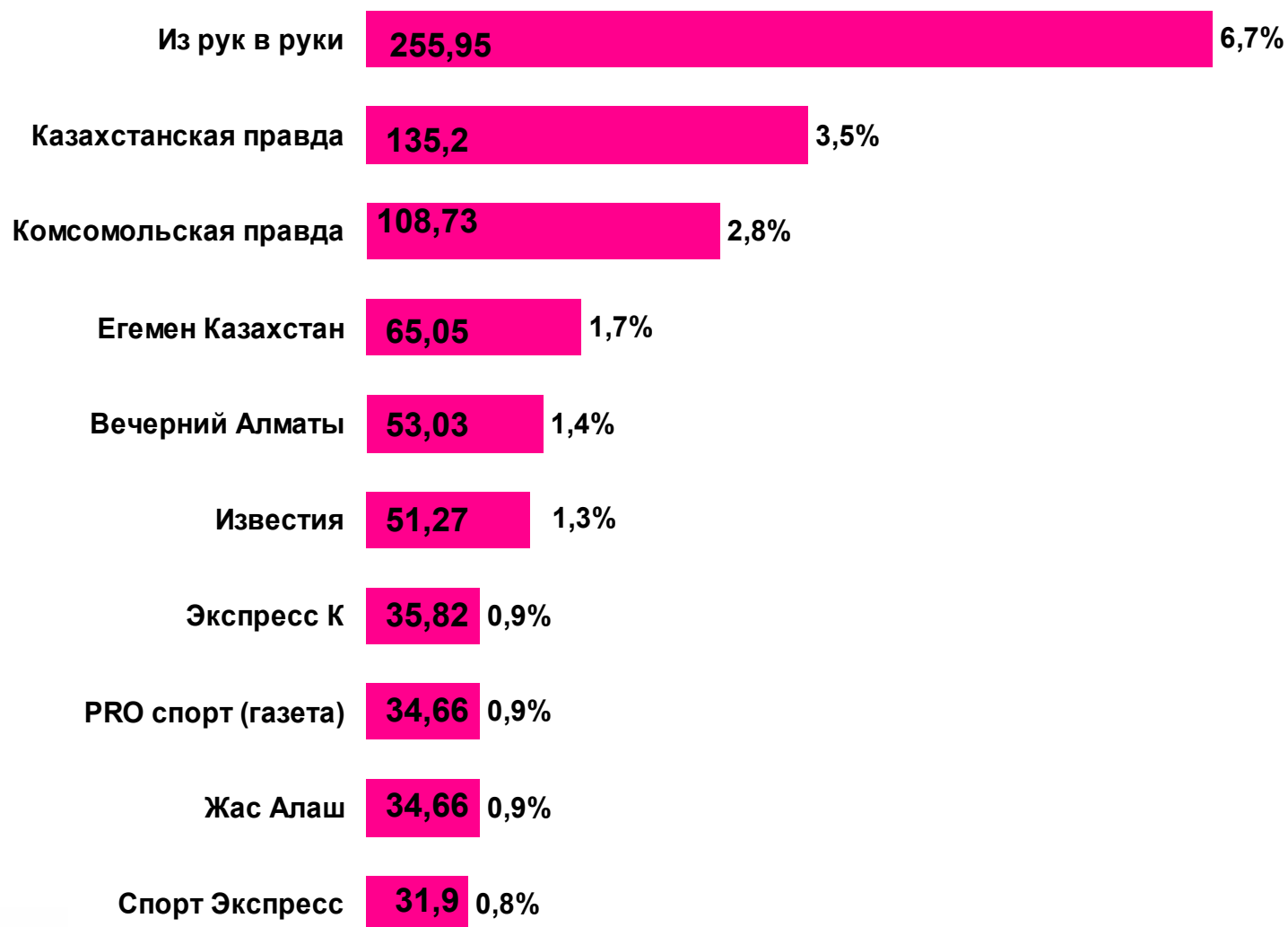


Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих реже 1 раза в неделю, TOP – 5 Динамика 2002-2007, %

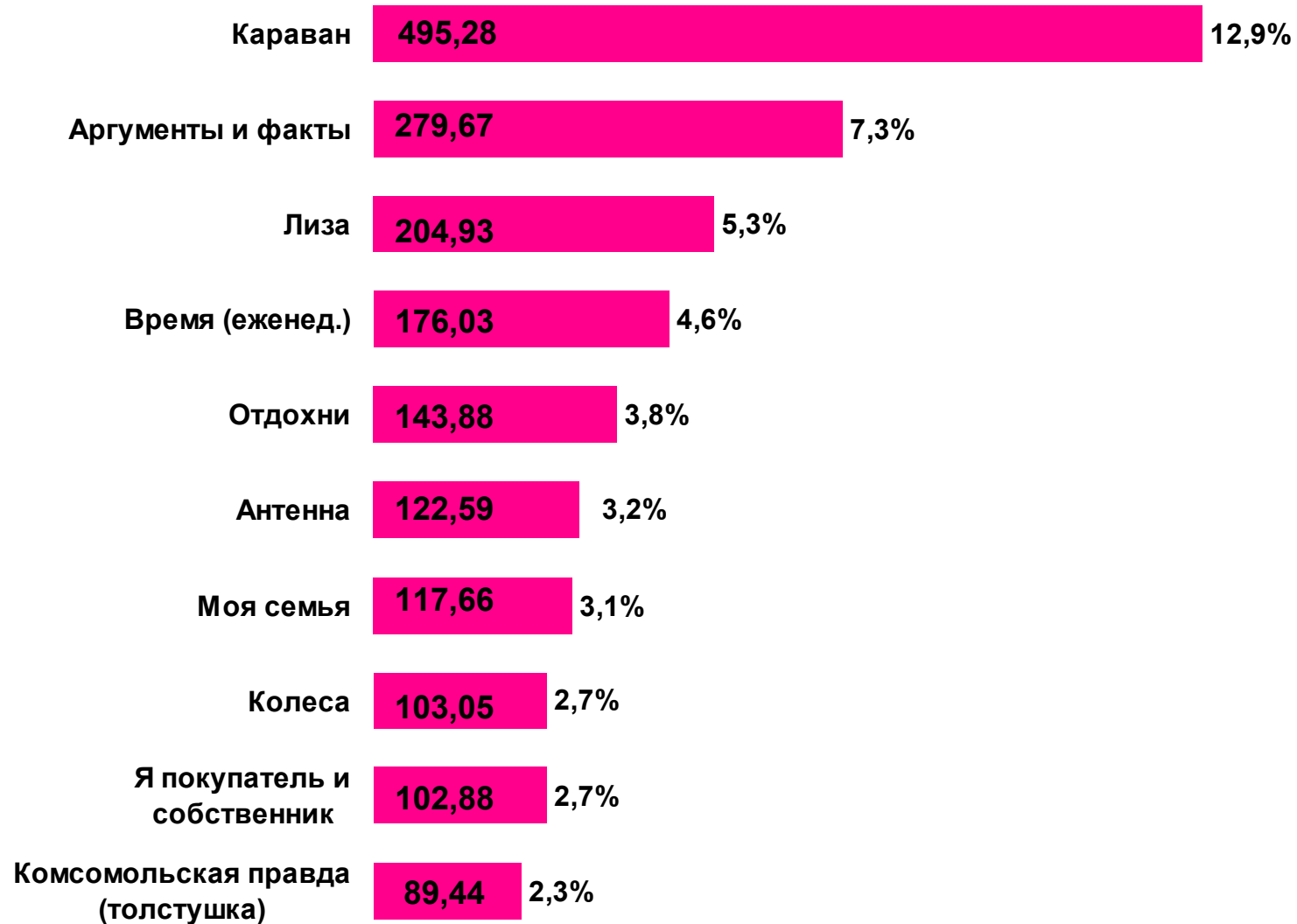


Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих 2-7 раз в неделю ТОР - 10, % и тыс.чел.

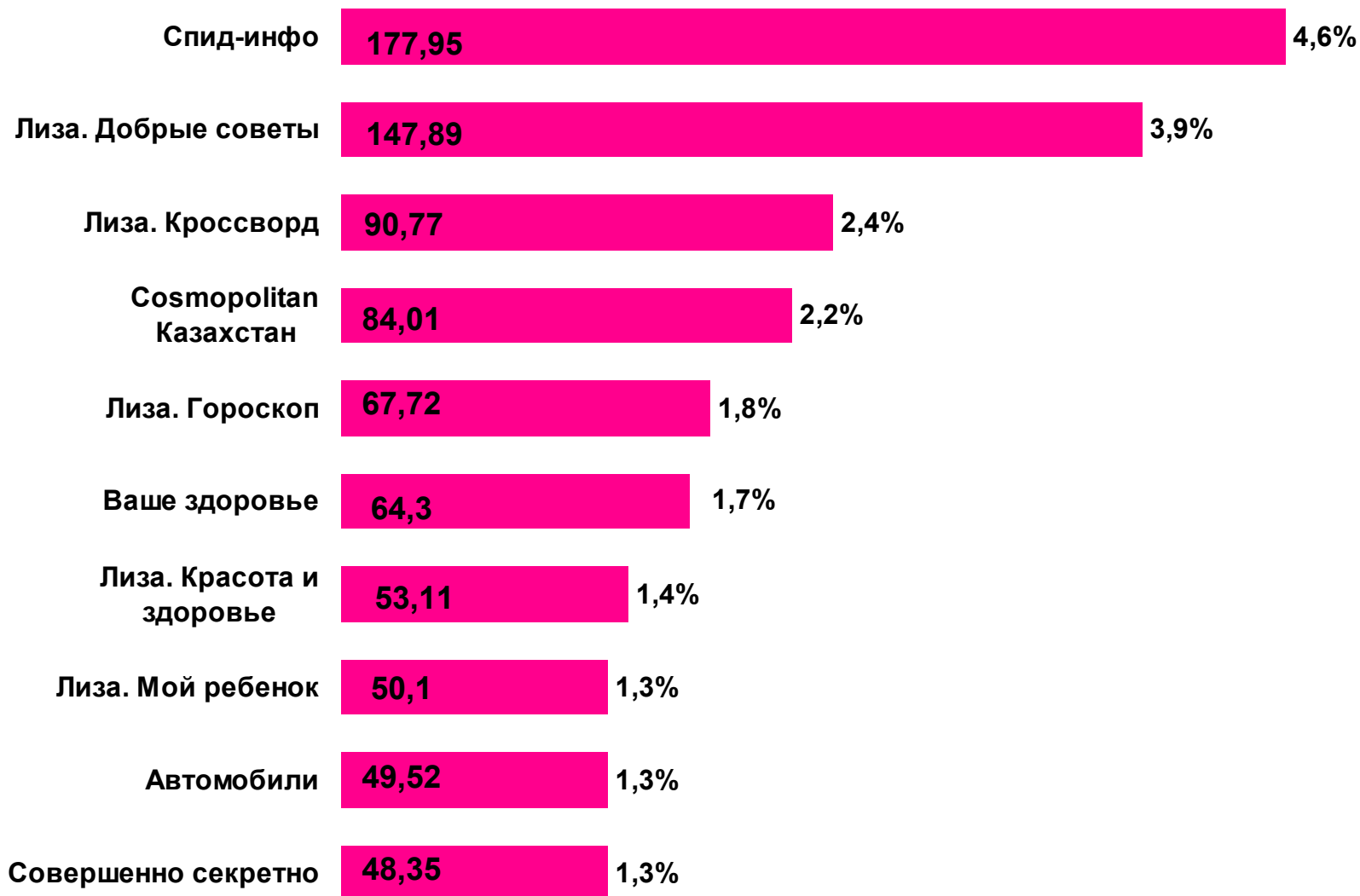
20



Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих 1 раз в неделю, TOP - 10, %



Средняя аудитория номера (AIR) изданий, выходящих реже 1 раза в неделю, TOP - 10, %

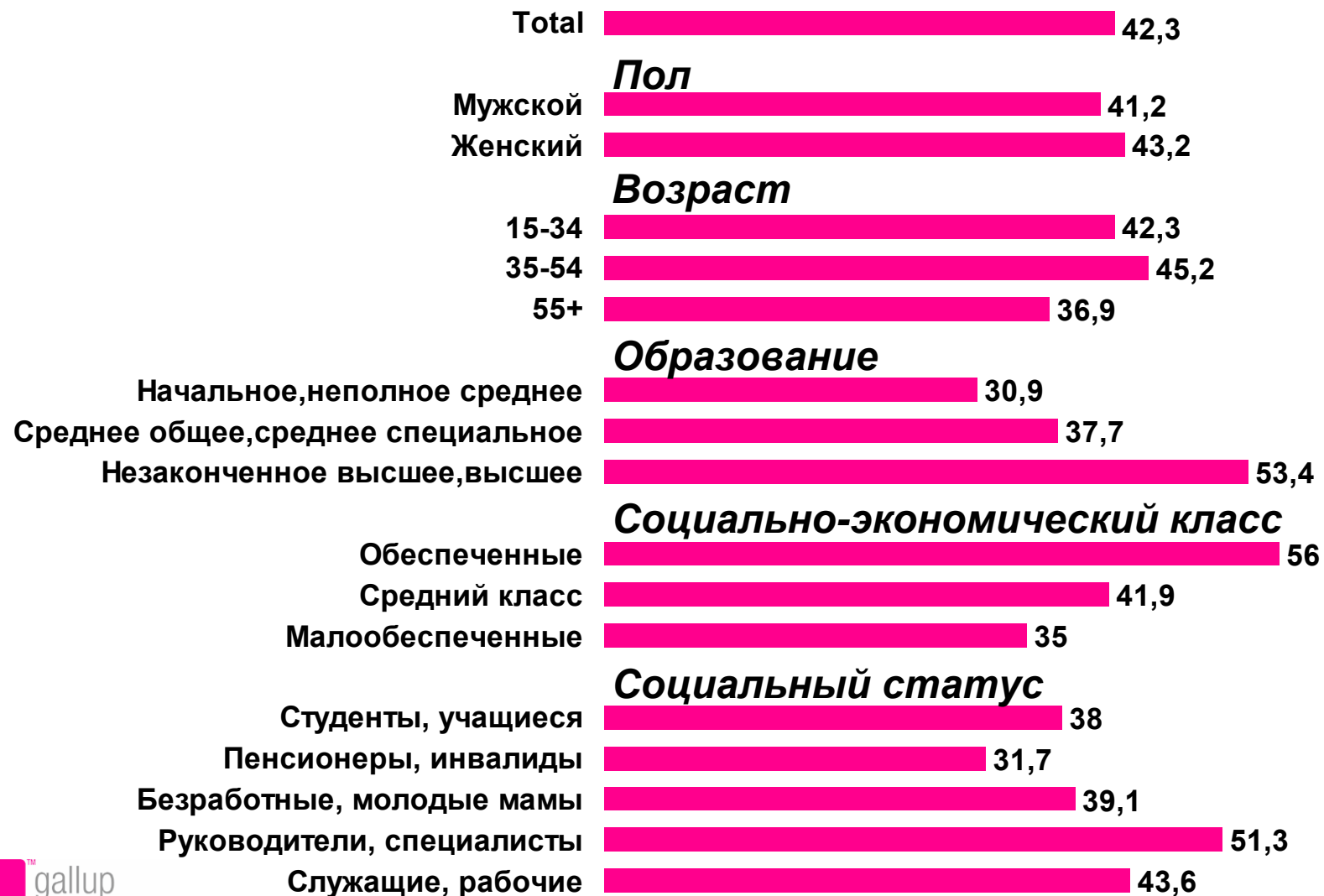


Рейтинг изданий, выходящих 2-7 раз в неделю в разрезе социально-демографических групп 2007, %

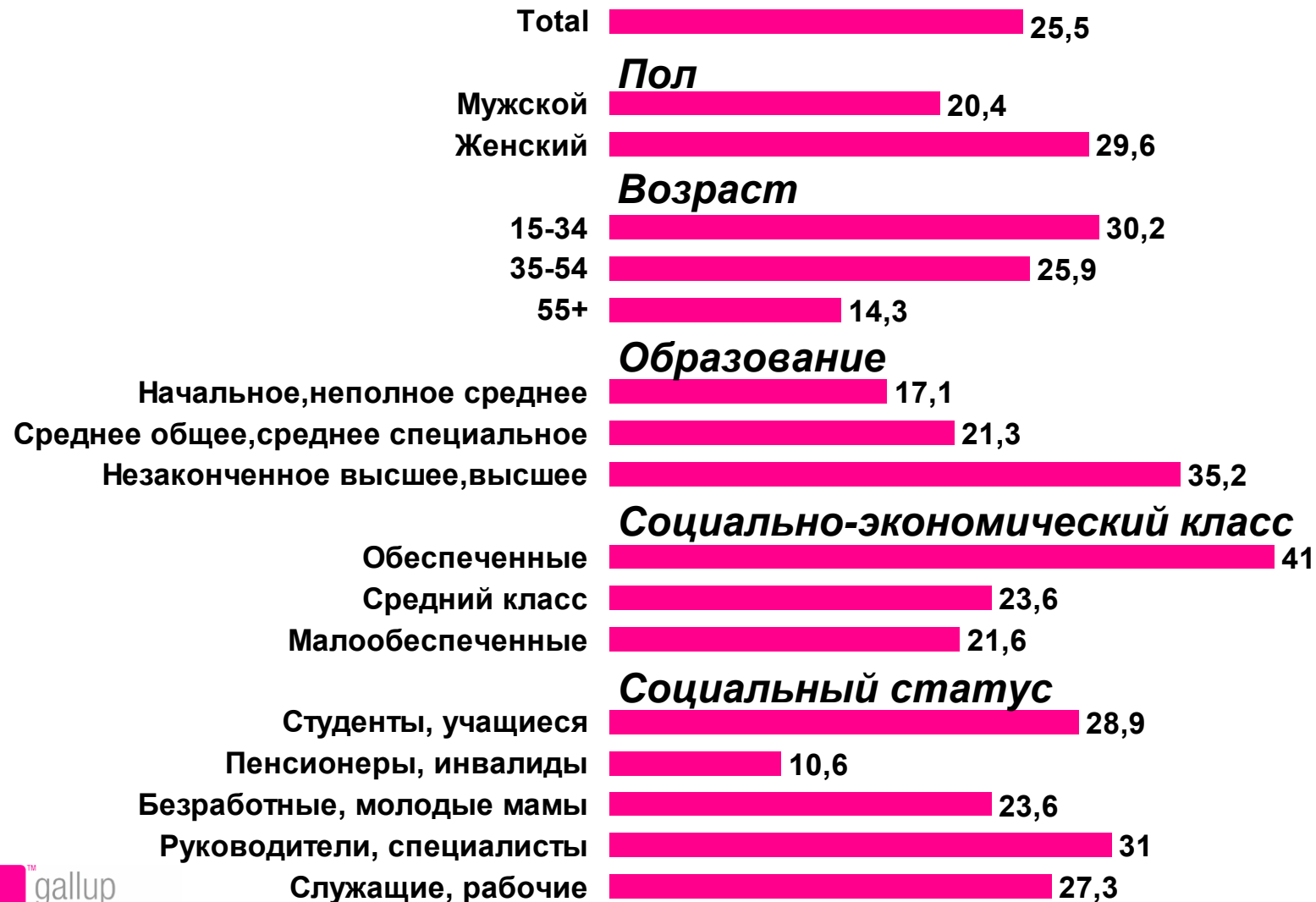
23



Рейтинг изданий, выходящих 1 раз в неделю в разрезе социально-демографических групп 2007, % ²⁴



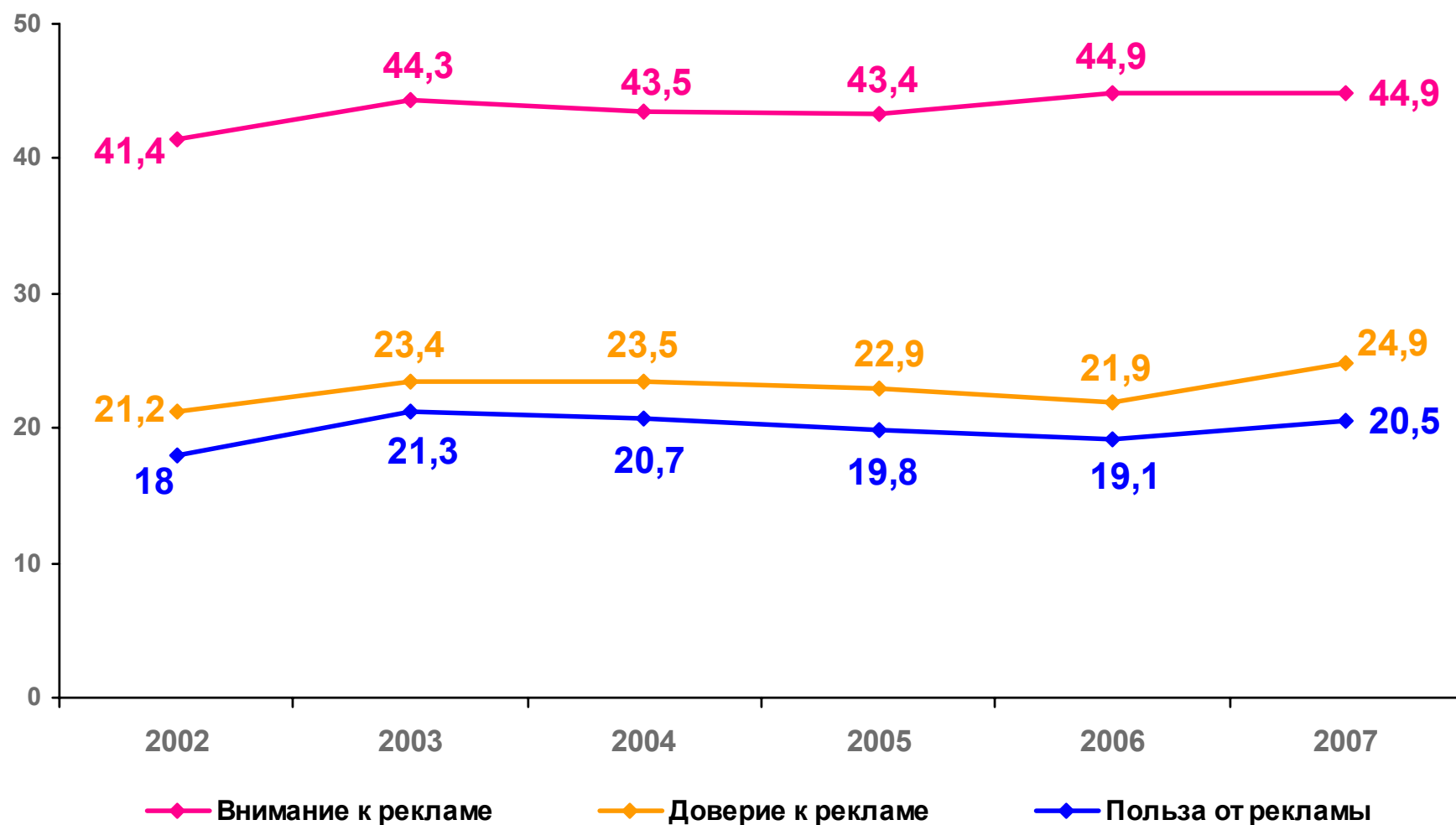
Рейтинг изданий, выходящих реже 1 раза в неделю в разрезе социально-демографических групп, 2007, %



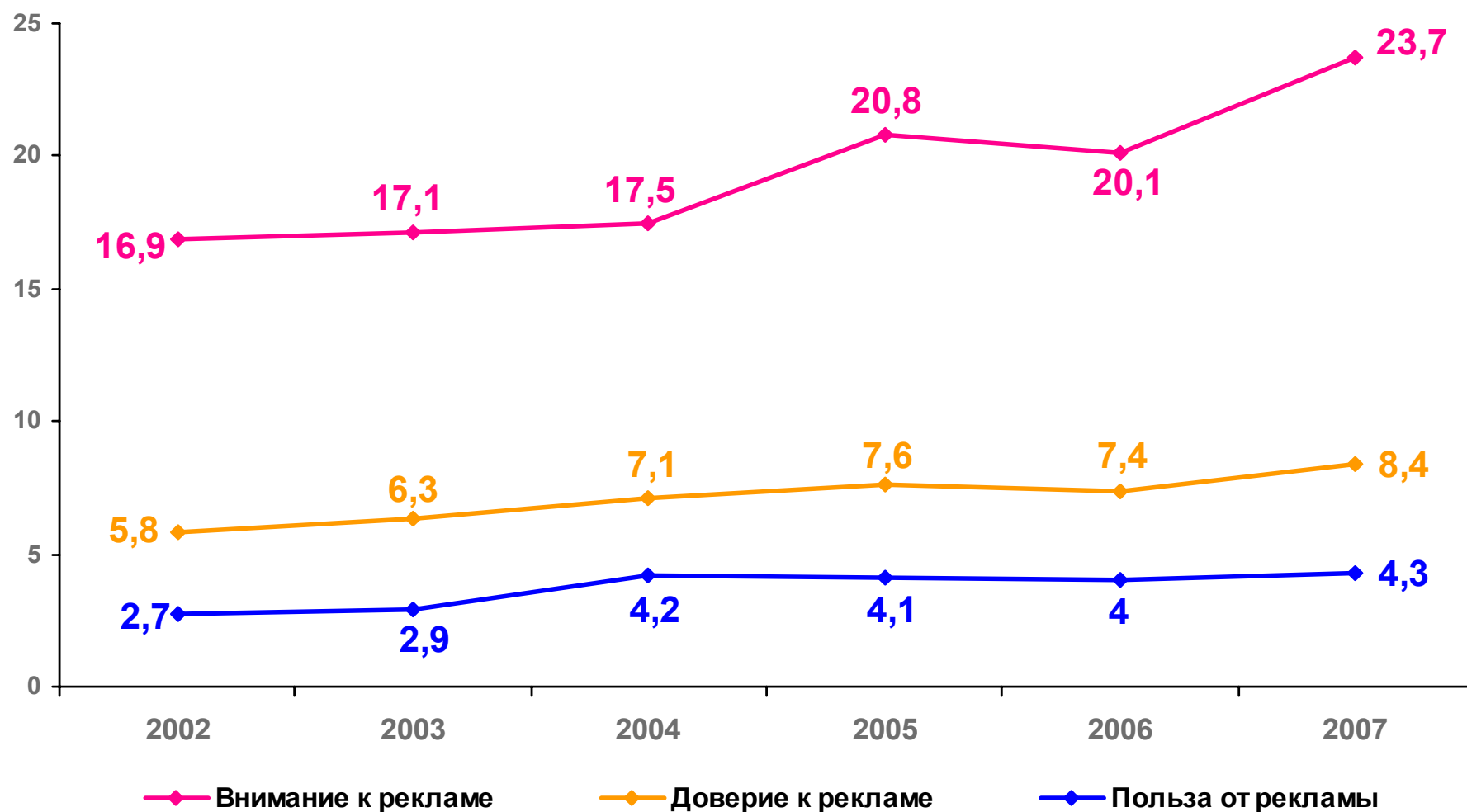
Предпочтения по рубрикам среди читателей, %



Внимание, доверие и польза от рекламы в газетах. Динамика 2002-2007, %



Внимание, доверие и польза от рекламы в журналах. Динамика 2002-2007, %



Спасибо за внимание

