

## „AB Vilniaus paukštynas“ (KG Group) reklaminė kampanija per ACM ekranų tinklą ir jos rezultatai

„AB Vilniaus paukštynas“ – KG įmonių grupei priklausant bendrovė Lietuvoje, užsiimanti viščiukų broilerių auginimu ir jų mėsos gamyba.

„AB Vilniaus paukštynas“ – ACM ekranuose užsakė įvaizdinę reklaminę kampaniją. Reklaminė kampanija buvo planuojama nacionaliniu mastu ir truko tris savaites (kovo – balandžio mėnesiai).

Kampanijos tikslas: įvaizdinė reklama  
Kategorija: maisto pramonė  
Kampanija: įvaizdinė reklama  
Vieta: didieji Lietuvos miestai (Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys)

### Reklaminė kampanija per ACM lauko ekranus

#### Reklaminis klipas



KG Group reklaminei kampanijai ACM ekranuose buvo pagamintas 10 sek. klipas.

Klipas labai aiškus ir kontrastingas, tekstai ir objektai dideli, todėl jį pastebėti lauko ekranams buvo paprasta. Klipe akcentuoti keli esminiai dalykai:

1. Paukštynų logotipai;
2. Su paukštienos pramone susijęs simbolis;
3. Paukštynų šūkis.

#### Transliacijų grafikas

Reklamos kampanijai kovo–balandžio mėnesiams ACM paruošė trijų savaičių grafiką vienuolikoje lauko ekranų penkiuose didžiuosiuose Lietuvos miestuose – Vilniuje, Kaune, Panevėžyje, Šiauliuose ir Klaipėdoje. Reklamai parinktas dvylikos valandų per parą transliacijų laikas, kai šalia ekranų yra didžiausi srautai. Reklama buvo rodoma nuo 7h ryto iki 19h vakaro. Iš viso per šią reklaminę kampaniją vaizdo klipas visuose ekranuose buvo parodytas 40860 kartų.

#### Reklaminės kampanijos rezultatai

UAB „Actual City Media“  
Laisvės pr. 60, LT-05120, Vilnius  
Tel. +370 5 230 55 56, faks. +370 5 230 55 58  
<http://www.acm.lt>, el. paštas info@acm.lt

Rejestro Nr. AB2001-957  
Įmonės kodas: 125768891, PVM kodas: LT257688917  
Bankas: AB Sampo bankas  
Atsiskaitomoji sąskaita (LTL): LT357400010290923810

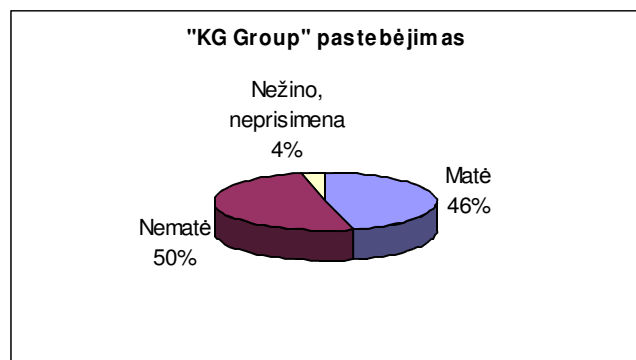
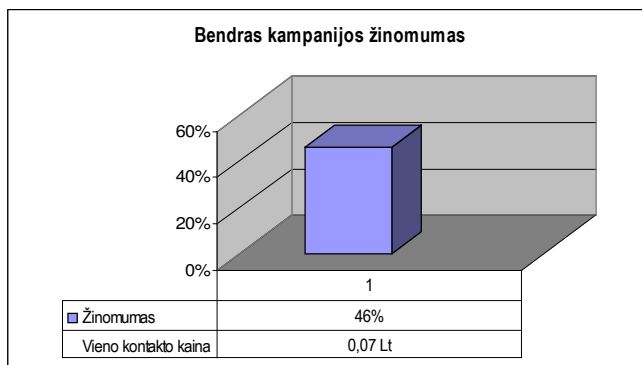
## Tyrimas

UAB „TNS Gallup“ atliko „KG Group“ reklaminės kampanijos žinomumo tyrimą. Tyrimas atliktas „Omnibuso“ apklausos principu. Apklausa buvo vykdoma tiesioginio interviu metodu respondento namuose. Apklausa reprezentuoja Vilniaus, Kauno, Šiaulių, Panevėžio ir Klaipėdos miestų 15-74 metų amžiaus gyventojus. Tiriama visuma yra 1081372 gyventojai.

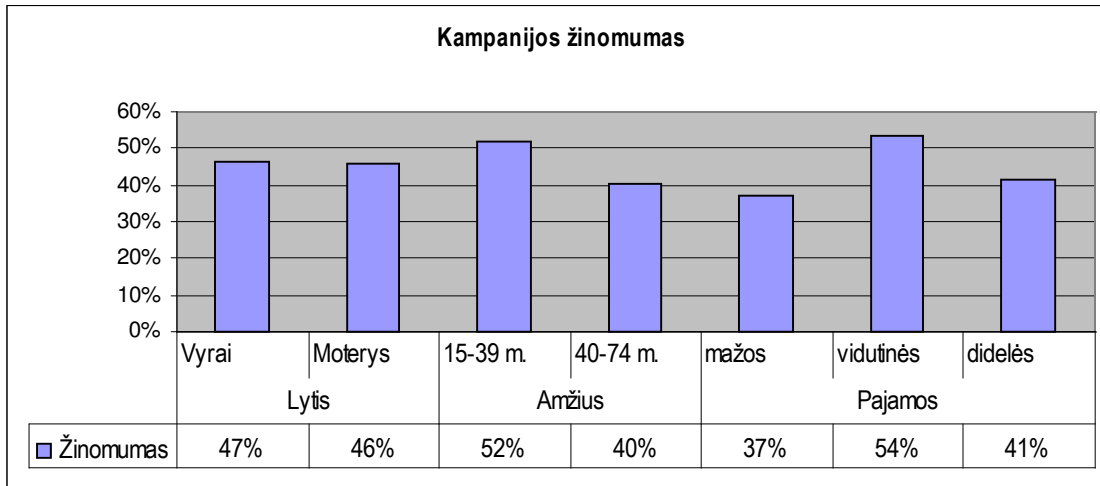
Apklausos dalyviams kompiuterio ekrane buvo parodyta „KG Group“ lauko video reklama ir jie buvo klausiami, ar jie matė šią reklamą savo mieste.

## Rezultatai

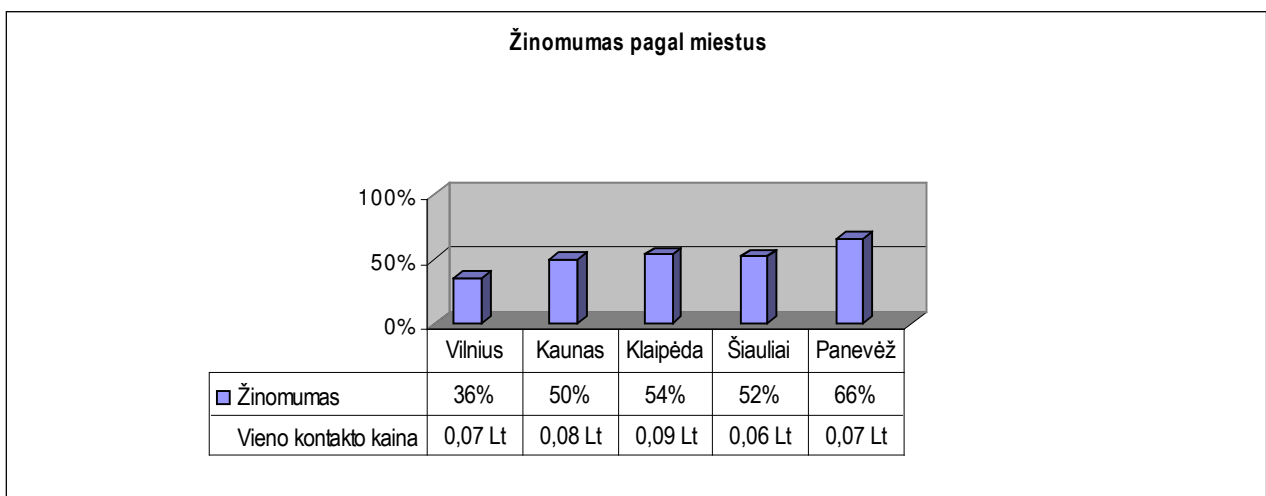
„KG Group“ reklamą ACM lauko vaizdo reklamos stenduose matė 46,1 % visų apklaustųjų.



Lyginant šios reklamos pastebėjimą tarp vyrų ir moterų, galima teigti, kad šios reklamos pastebimumas tarp vyrų ir moterų yra beveik vienodas (vyrų šią reklamą matė tik 1% dažniau nei moterys). „KG Group“ reklaminę kampaniją per ACM ekranus pamatė ir atsiminė daugiau jaunesni žmonės, tačiau daugiausia - uždirbantys vidutines pajamas.



Dažniau „KG Group“ reklamą pastebėjo Panevėžio miesto gyventojai.



[vertinant kampanijai skirtą biudžeto dydį atskiruose miestuose, kampanijos vidutinė vieno kontakto kaina skirtinguose miestuose svyruoja nuo 0,07 Lt iki 0,09 Lt (skaičiuojant be nuolaidų).

### Išvados

Per šią reklaminę kampaniją pavyko informuoti nuo 380659 iki 617244 (skaičiuota įvertinat tyrimo paklaidas) Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių bei Panevėžio gyventojų. Informuoti vieną žmogų, įvertinant tyrimo paklaidas, kainavo nuo 0,07 Lt iki 0,09 Lt (neįskaitant nuolaidų). Vidutiniškai vieno žmogaus informavimas per ACM ekranus kainavo 0,07Lt (neįskaitant nuolaidų).