**Рекламная кампания «Не покупай вслепую» от ТК «Савеловский»**

ТК «Савеловский» и агентство Media Instinct Group провели рекламную кампанию в Московском метрополитене с помощью рекламного оператора NEBO.digital. Рекламная кампания «Не покупай вслепую» размещается на стикерах в вагонах столичной подземки.

Стикеры размещены на Серпуховско-Тимирязевской линии. Данная линия метро выбрана исходя из места расположения торгового центра.

Также ТК «Савеловский» в этом году размещал рекламные ролики на видеоэкранах на Кольцевой, Таганско-Краснопресненской и Серпуховско-Тимирязевской линиях. Реклама на видеоэкранах отличается высоким уровнем доверия к рекламному сообщению за счет показа новостей и интересного контента. У пассажиров нет возможности выключить такую рекламу, к тому же она прекрасно интегрирована в развлекательный контент.

«Покупка товаров через интернет похожа на рулетку с непредсказуемым результатом. Ожидания зачастую отличаются от реальности. ТК «Савеловский», имея такой же широкий выбор товаров, лишен недостатков онлайн-магазинов, так как перед покупкой вы можете увидеть товар своими глазами. В этой рекламе Торговый комплекс «Савеловский» противопоставляет себя покупкам через интернет, показывая как можно «обжечься», приобретая товары на онлайн», - Дмитрий Шевцов, директор по маркетингу и рекламе ТК «Савеловский».

«Рынок онлайн торговли растет с каждым годом, и такая тенденция ведет к растущей конкуренции за покупателя. Рекламная кампания «Не покупай вслепую» показывает преимущество приобретения офлайн. В то время как, приобретая товар онлайн покупка не всегда может оказаться приятной», - отмечает Константин Кошелев, руководитель группы по работе с рекламными агентствами NEBO.digital.

Формат ТЦ «Савеловский» позволяет перед покупкой увидеть, потрогать, примерить, открыть выбранный товар. Включение в медиамикс такого канала коммуникации как метро позволяет решать охватные и имиджевые задачи клиента.

Московский метрополитен — один из самых популярных видов транспорта: им пользуются люди разного возраста и социального статуса. Реклама в метро при правильном подходе и креативе может занять достойное место в медиамиксе и стать мощным средством продвижения товаров и услуг, ориентированных на массового потребителя.

***Инсайт:*** Дмитрий Шевцов, Евгений Туркин

***Креатив:*** Евгений Туркин

***Дизайн:*** Андрей Тербуков