sierpień 2023 r.

Informacja prasowa

**7 powodów, dla których reklama zewnętrzna nadal jest ważna w erze cyfrowej**

**Prawie 70 proc. marketerów jest zdania, że trudne warunki ekonomiczne mają wpływ na planowanie wydatków, mimo to, aż 64 proc. z nich spodziewa się wzrostu budżetów reklamowych w nadchodzącym czasie[[1]](#footnote-1). Wniosek? Nadal ogromną rolę przywiązuje się do reklamy i przeznacza się na nią spore sumy. Marketerzy są zgodni, ważny jest zasięg reklamy. OOH takie zasięgi generuje, przy tym zwiększając obszar dotarcia do grupy docelowej.**

Trudna sytuacja ekonomiczna w Polsce i na świecie powoduje, że reklamodawcy stawiają na pewne oraz skuteczne rozwiązania. Choć kanały online silnie się rozwijają, a sporo osób wybiera zakupy w e-commerce kosztem stacjonarnych – nadal wielu marketerów i reklamodawców stawia na reklamy w OOH. Dlaczego?

**Reklamy w outdoorze dają dużą widoczność i docierają do szerokiej grupy odbiorców**

Reklamy w outdoorze są niezwykle skutecznym narzędziem marketingowym, umożliwiającym osiągnięcie dużej widoczności i dotarcie do szerokiej grupy odbiorców. Plakaty, billboardy, czy banery umieszczone w strategicznych miejscach, takich jak ruchliwe ulice, skrzyżowania, czy centra handlowe, przyciągają uwagę potencjalnych klientów.

– *Dzięki swojej obecności na otwartym terenie, reklamy outdoorowe działają przez całą dobę, dostarczając przekazu reklamowego nawet wtedy, gdy inne media mogą być niedostępne. To sprawia, że są one szczególnie efektywne dla firm i marek, które chcą utrzymać stałą obecność w świadomości konsumentów* – uważa Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

**Trwałość reklamy outdoorowej**

Reklamy outdoorowe doskonale sprawdzają się w przypadku budowania długotrwałych relacji z konsumentami. W miarę upływu czasu odbiorcy mogą stać się bardziej świadomi marki i produktów, co przekłada się na większe zaufanie do nich i wpływa na decyzje zakupowe.

**Różnorodność formatów**

Jednym z popularnych formatów dostępnych na rynku są billboardy. To duże, wyraziste konstrukcje reklamowe, które umieszcza się przy ruchliwych ulicach i autostradach, czy w pobliżu skrzyżowań. Ze względu na swoje rozmiary, billboardy przyciągają uwagę i są efektywne w przekazywaniu prostych, zwięzłych komunikatów. Citylight (CTL) oraz Smart Citylight to kolejne popularne formaty. Citylighty, czyli podświetlane konstrukcje umieszczane na przystankach komunikacji miejskiej, umożliwiają dotarcie do przechodniów, a także osób oczekujących na autobusy, czy tramwaje. Natomiast smart Citylight to potrójny nośnik reklamowy wykorzystywany w ciągach komunikacyjnych takich jak metro, czy galerie handlowe. Ekonomiczne rozwiązanie, umożliwiające np. wynajęcie tylko jednej części nośnika. Firmy wybierają także reklamę na drzwiach sklepów, czyli tzw. billdoor. To reklama, która jest blisko odbiorców, na wysokości ich wzroku. Styk z przekazem reklamowym występuje bezpośrednio przed zakupem. Wyróżnić należy jeszcze reklamę tranzytową, czyli nośnik reklamowy, który umożliwia umieszczenie treści na pojazdach komunikacji miejskiej, np. na autobusach.

**Ekonomiczna forma reklamy**

Aspekt ekonomiczny jest kluczowy przy planowaniu kampanii reklamowej w outdoorze. Koszt takiej kampanii zależy od wielu czynników, takich jak lokalizacja, rodzaj nośnika, czas trwania kampanii, wielkość reklamy czy dostępność konkretnych miejsc ekspozycji. Wybór odpowiedniego nośnika jest ważny, jeśli chcemy osiągnąć maksymalną widoczność przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów. W tym kontekście, Smart CTL jest rozwiązaniem ekonomicznym i efektywnym.

**Atrakcyjna forma przekazu**

Kreatywność i atrakcyjność przekazu odgrywa znaczącą rolę w OOH. Reklamy, które przyciągają uwagę, mają znacznie większą szansę na skuteczne dotarcie do odbiorców. Proste, klarowne treści są niezwykle ważne. Odbiorcy mają tylko chwilę, aby przeczytać przekaz, a ten musi być jasny i zrozumiały. Zbyt skomplikowane, czy rozbudowane reklamy mogą zostać zignorowane przez przechodniów, a to znacznie wpływa na skuteczność kampanii. Ciekawe i zaskakujące rozwiązania graficzne, nieszablonowe ułożenie treści, czy używanie kolorów i kontrastów przyciąga uwagę i zapada w pamięć.

**OOH daje wybór konsumentowi**

Reklamy outdoorowe mają tę unikalną cechę - pozwalają klientowi na samodzielny wybór, ile czasu poświęci na przekaz reklamowy. Odbiorcy nie są zmuszani do oglądania reklamy, ani nie czują się atakowani treściami marketingowymi, tak jak może to się zdarzyć w przypadku reklam w innych mediach, np. telewizji, radiu, czy Internecie.

W przestrzeni publicznej odbiorcy mają pełną kontrolę nad swoimi działaniami. Mogą zatrzymać się, aby dokładnie przyjrzeć się reklamie, jeśli jej przekaz wzbudzi zainteresowanie. To pozwala na uniknięcie nachalności reklamy. Odbiorca sam decyduje, czy poświęca reklamie swój czas.

**Możliwość wyboru zasięgu**

Kampanie OOH mogą mieć zasięg ogólnopolski, bądź lokalny. Kampanie ogólnokrajowe pozwalają na dotarcie do szerokiej grupy odbiorców na terenie całego kraju. Taki rodzaj kampanii może być szczególnie skuteczny w przypadku dużych marek, które chcą zbudować lub wzmocnić swój wizerunek. Z kolei kampanie skoncentrowane na określonym regionie, mieście lub mniejszych miejscowościach pozwalają na bardziej precyzyjne dotarcie do konkretnych grup odbiorców, dostosowanie przekazu do lokalnych potrzeb i preferencji oraz korzystne wykorzystanie budżetu.

Reklama OOH ma wiele zalet, których nie mają kampanie digitalowe. To ogólnodostępna forma przekazu, posiadająca elastyczny budżet dostosowany do możliwości reklamodawcy. Poza tym jest nienachalna i daje możliwość wyboru. Ze względu na swoją uniwersalność, dla wielu firm wybór reklamy outdoorowej będzie strzałem w dziesiątkę.

Opis firmy:

RECEVENT to agencja reklamy zewnętrznej, która jest pionierem w branży i jednym z największych zleceniobiorców w zakresie outdooru w Polsce.

Realizuje kampanie reklamy zewnętrznej holistycznie – od analizy rynku i potrzeb klientów przez projektowanie komunikacji, produkcję billboardów i poligraficzną po aplikację reklam na nośniki. Realizacja zleceń in house (własna drukarnia wielkoformatowa, sieć monterów reklam, system do zarządzania kampaniami) pozwala sprawnie koordynować prowadzone kampanie oraz proponować klientom atrakcyjne ceny.

W zakres usług RECEVENT wchodzi: planowanie i zarządzanie kampaniami OOH, wynajem nośników, wielkoformatowy druk ekologiczny, wyklejanie tablic reklamowych, budowa sieci nośników outdoorowych, wyklejanie witryn, projektowanie graficzne.

1. <https://www.nielsen.com/pl/insights/2023/need-for-consistent-measurement-2023-nielsen-annual-marketing-report/> [↑](#footnote-ref-1)