Marzec 2024 r.

Informacja prasowa

**Reklama w outdoorze na… specjalne okazje. Jak marki promują się przy okazji świąt?**

**Walentynki, Dzień Kobiet, Wielkanoc… jest wiele okazji do tego, by promować nasze produkty i usługi przy okazji popularnych świąt. I choć wiele firm w tym celu korzysta z reklamy online – to właśnie outdoor cieszy się coraz większą popularnością. Dlaczego? Reklamy te trudne pominąć, mają ciekawy przekaz i są dostępne 24 godziny na dobę.**

Wielkość globalnego rynku reklamy zewnętrznej oszacowano na 46 953,64 mln dolarów w 2024 r. i oczekuje się, że w okresie prognozy będzie on rósł w tempie wynoszącym 4,51%, osiągając 61174,89 mln dolarów do 2031 r[[1]](#footnote-1). Reklama zewnętrzna to forma reklamy skupiająca się na dotarciu do konsumentów w miejscach publicznych. To masowe medium rynkowe służące do rozpowszechniania informacji o marce i jej działaniach. Dlaczego firmy tak chętnie inwestują w reklamę zewnętrzną? Ma ona ogromny potencjał, zasięgi i dotarcie.

**Reklama zewnętrzna przy okazji świąt**

Coraz więcej firm decyduje się na wykupienie reklamy zewnętrznej przy okazji różnych świąt. I tak począwszy od stycznia firmy kupują powierzchnie, by promować produkty i usługi z okazji Dnia Babci i Dziadka. Zaraz potem są Walentynki, a niecały miesiąc później Dzień Kobiet oraz Dzień Mężczyzn.

Z jakiej form reklamy outdoorowej najchętniej korzystają firmy? Część z nich wybiera billboardy przy ruchliwych ulicach lub w miastach. Te firmy są szczególnie popularne w okresie Świąt Bożego Narodzenia oraz Świąt Wielkanocnych. Przy okazji mniejszych uroczystości częściej są widoczne billdoory, streatboardy, dual frame czy opcja outdoor plus SMS. Nie zapominajmy również o reklamie tranzytowej w środkach komunikacji miejskiej i podmiejskiej. Skuteczność reklamy zewnętrznej polega na możliwości dotarcia do szerokiego i zróżnicowanego grona odbiorców przy jednoczesnym tworzeniu trwałych wrażeń.

– *Reklamy OOH pomagają sprzedawać. Istotny jest ich przekaz. Należy pamiętać, że kluczem do sukcesu jest strategiczne rozmieszczenie reklamy w outdoorze. Umieszczanie reklam w pobliżu centrów handlowych i obszarów o dużym natężeniu ruchu lub w ich obrębie gwarantuje, że Twój przekaz dotrze do kupujących wtedy, gdy są oni najbardziej skłonni do dokonania zakupu* – wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

Ekspert radzi, by już pod koniec roku zdefiniować, przy okazji jakich świąt chcemy inwestować w reklamę outdoorową. Posiadanie strategii działań pomoże nam nie tylko zaplanować budżet, ale także będziemy mieć pewność, że otrzymamy nośniki w dobrych lokalizacjach.

**A czym należy pamiętać przed zaplanowaniem kampanii OOH?**

Oto kilka podpunktów:

* **Cel kampanii:** Określ klarownie, jaki jest główny cel kampanii OOH. Czy chcesz zwiększyć świadomość marki, promować konkretny produkt lub usługę, generować ruch w sklepie czy może zwiększyć sprzedaż?
* **Grupa docelowa:** Zdefiniuj swoją grupę docelową. Kto jest Twoim potencjalnym klientem? Jakie są jego preferencje, zwyczaje zakupowe oraz gdzie spędza czas na co dzień?
* **Lokalizacja:** Wybierz odpowiednie lokalizacje dla swoich reklam, uwzględniając nawyki i trasę podróży Twojej grupy docelowej. Starannie przemyśl, gdzie znajdują się punkty o dużym natężeniu ruchu, centra handlowe, place czy inne strategiczne lokalizacje.
* **Budżet:** Określ dostępny budżet na kampanię OOH i rozważ, jak najlepiej go wykorzystać. Czy skupić się na jednej dużej reklamie czy też rozłożyć budżet na wiele mniejszych nośników?
* **Format reklamy:** Wybierz odpowiedni format reklamy, który najlepiej pasuje do Twojego przekazu i celów kampanii. Czy lepiej będzie skorzystać z billboardu, baneru, reklamy w środkach komunikacji miejskiej, czy może innych kreatywnych form reklamy?
* **Czas trwania kampanii:** Określ czas trwania kampanii, uwzględniając sezonowość, trendy zakupowe oraz okresy szczególnie istotne dla Twojej marki lub produktu.
* **Zgodność z regulacjami:** Upewnij się, że Twoja kampania OOH jest zgodna z lokalnymi regulacjami i przepisami dotyczącymi reklamy zewnętrznej.
* **Zintegrowana strategia:** Rozważ zintegrowanie kampanii OOH z innymi działaniami marketingowymi, takimi jak reklamy online, promocje w sklepach czy działania PR, aby zwiększyć skuteczność przekazu i osiągnąć spójność komunikacyjną.

Kontakt do mediów:

Martyna Stefańska

biuro.prasowe@recevent.pl

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. Raport "Outdoor Advertising Market Size 2024" [↑](#footnote-ref-1)