Informacja prasowa

**Już nie tylko firmy. Te podmioty też wchodzą w OOH**

**Coraz więcej jednostek administracji samorządowej, fundacji czy osób indywidualnych decyduje się na wykupienie reklamy zewnętrznej. To pewne zaskoczenie, gdyż dotychczas to głównie przedsiębiorstwa prywatne korzystały z reklamy out of home. Skąd tak duży popyt na reklamę zewnętrzną? Ta staje się coraz bardziej popularna ze względu na swoją skuteczność. Wybrane formaty gwarantują szerokie zasięgi oraz precyzyjne dotarcie do konkretnej grupy docelowej. Długi okres styku konsumenta z reklamą sprawia, że ta staje się jeszcze bardziej skuteczna. Kto – poza firmami – sięga po OOH?**

Rynek OOH w Polsce rozwija się dynamicznie i staje się coraz bardziej popularny wśród reklamodawców. Szeroki zakres dostępnych nośników o różnych rozmiarach i formatach pozwala na dotarcie do szerokiej publiczności na ulicach, w centrach handlowych, na przystankach autobusowych, na stacjach benzynowych i innych strategicznych lokalizacjach. Nie dziwi fakt, że coraz więcej podmiotów jest zainteresowanych reklamą zewnętrzną.

**Coraz więcej osób indywidualnych kupuje reklamę w outdoorze**

Tradycyjnie rynek OOH był głównie wykorzystywany przez duże firmy i agencje reklamowe, ale w ostatnich latach popularność tej formy reklamy zewnętrznej wzrosła również wśród małych przedsiębiorstw oraz osób prywatnych. Jest kilka czynników, które przyczyniły się do wzrostu zainteresowania reklamą OOH przez osoby indywidualne.

Po pierwsze, rozwój technologii i dostępność bardziej ekonomicznych cenowo nośników OOH umożliwiają podmiotom z segmentu MŚP i mikro przedsiębiorstw korzystanie z tej formy reklamy. Po drugie, reklama w outdoorze pozwala na dotarcie do szerokiej publiczności, co jest atrakcyjne dla osób, które chcą promować swoje usługi lub produkty w skali lokalnej.

 - *Dostępność różnych rodzajów nośników OOH, takich jak billboardy, ekrany LED, reklamy na pojazdach czy na przystankach autobusowych, daje możliwość dopasowania formy reklamy do konkretnych potrzeb i budżetu osób indywidualnych* - wyjaśnia Sylwia Krysik z OOH.pl.

Jednak przed zdecydowaniem się na reklamę OOH ważne jest zdefiniowanie celów reklamowych, docelowej grupy odbiorców oraz dobranie odpowiedniej lokalizacji i czasu ekspozycji reklamy. Warto również skonsultować się z firmą zajmującą się reklamą zewnętrzną, która może udzielić profesjonalnej porady i pomóc w realizacji kampanii OOH.

**Kampanie regionalne to nie ograniczenie, a precyzja**

A takiej precyzji, jak reklama zewnętrzna nie zagwarantuje żaden inny format reklamowy. Jest to szczególnie ważne przy kampaniach regionalnych, na które najczęściej decydują się mali przedsiębiorcy – zdefiniowanie profilu odbiorcy pozwoli na skuteczne rozmieszczenie nośników dokładnie tam, gdzie akurat się on znajduje. Dzięki temu, przy stosunkowo niskim budżecie, osiągamy skuteczną kampanię reklamową.

Po kampanie regionalne chętnie sięgają wszelkiego rodzaju jednostki administracji samorządowej, które działają w określonym obszarze. Ich kampanie, najczęściej o charakterze informacyjnym, muszą trafić do ściśle określonych osób, zamieszkujących dany region – i znowu na pomoc przychodzi reklama zewnętrzna. Ciekawe formaty, usytuowanie w najbardziej ruchliwych lokalizacjach, daje gwarancję dotarcia do większości mieszkańców. Tak szerokiego zasięgu w regionie nie zapewnią inne lokalne media. Kampanie społeczne i kulturalne w OOH.

Coraz częściej po reklamę w OOH sięgają jednostki, które organizują kampanie społeczne i kulturalne. Reklama OOH pozwala dotrzeć do szerokiej publiczności na ulicach, w centrach handlowych i innych przestrzeniach publicznych, zwiększając świadomość społeczną na temat danych misji i inicjatyw. Wykorzystując różne rodzaje nośników OOH, takie jak billboardy, billdoory czy reklamy na pojazdach, różne jednostki mogą skutecznie przekazywać swoje przesłanie i zachęcać do wsparcia ich działań.

- *Reklama OOH może być wykorzystana do promocji konkretnych projektów, zbiórek pieniędzy, kampanii społecznych, wydarzeń charytatywnych i innych inicjatyw. Różne jednostki często podejmują współpracę z firmami, takimi jak nasza, aby zaplanować i wdrożyć skuteczną kampanię. Dzięki profesjonalnej pomocy mogą wybrać odpowiednie lokalizacje nośników, dobrze dopasować przekaz reklamowy do swojej grupy docelowej i zoptymalizować efektywność swojej kampanii* – Sylwia Krysik z OOH.pl.

Reklama OOH jest więc ważnym narzędziem, pozwalającym na zwiększenie widoczności działań, pozyskanie wsparcia społecznego i promowanie swoich celów społecznych lub charytatywnych. Po promocje w OOH sięgają także urzędy. Kampanie stają się coraz bardziej dostępne i lepiej zauważalne przez odbiorców - stąd ich rosnąca popularność.