

INTELIGENTNÍ DOOH REKLAMA



0

1

LURITY

505
NEJMĚDĚRNĚJŠÍCH
DIGITÁLNÍCH
OBRAZOVEK

LURITY

- 505 digitálních reklamních ploch na Slovensku a v České republice
- ve 42 největších nákupních centrech
- velkoplošné venkovní a vnitřní LED obrazovky
- digitální nápisy, výtahy, čerpadla, digitální projekce.
- Slovenská pošta, zdravotnická zařízení, wellness centra
- s vlastním softwarem, který usnadňuje plánování a správu kampaní
- a kde si můžete kdykoli zkontrolovat průběh a statistiky kampaně.

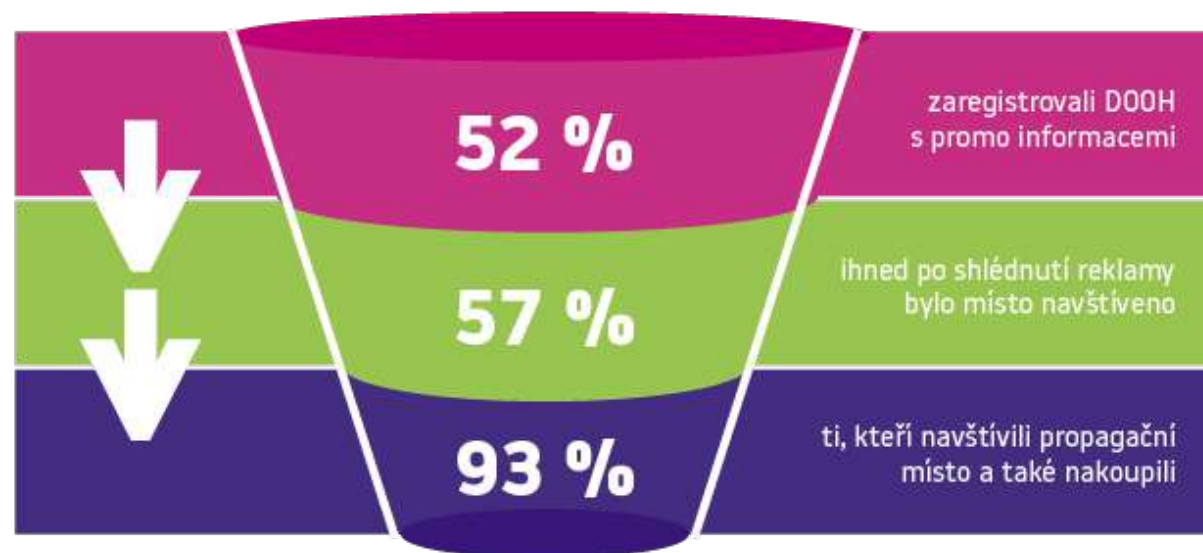


**15 MILIONŮ
ZOBRAZENÍ
NAŠIČH REKLAM
MĚSÍČNĚ**

JSME VYSOCE EFEKTIVNÍ MÉDIUM

- na frekventovaných místech, kde se soustřeďují zákazníci
- osvědčený akceleračtor nákupního chování cílové skupiny

OAAA's NIELSEN RESEARCH, AUGUST 2020
NIELSEN DOOH - BILLBOARDS, STREET
FURNITURE, PLACE-BASED AND AIRPORTS



5 FAKTŮ O OOH, KTERÉ JE DOBRÉ VĚDĚT

98 %

spotřebitelů vidělo v posledních 30 dnech nějaký druh reklamy DOOH

67 %

mediálních odborníků říká, že flexibilní možnosti nákupu jsou hlavním důvodem, proč uvažují o programatickém DOOH

odhadovaný růst trhu do roku 2026: 10,36 %

83 %

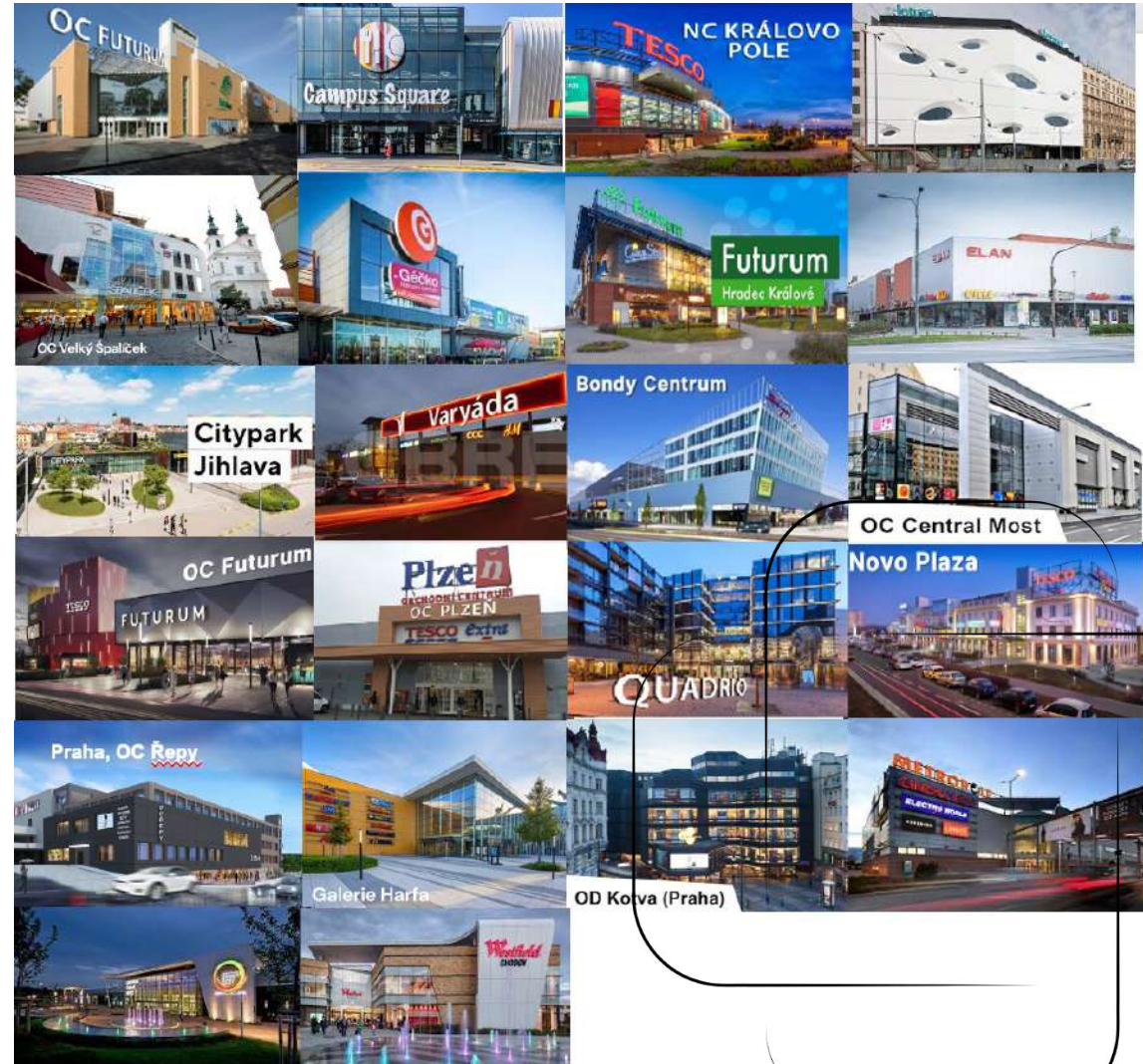
spotřebitelů si všimá OOH reklamy za jízdy

60 %

10 respondentů z měst po zhlédnutí OOH reklamy vyhledalo na internetu produkt, který viděli

ČR: 22 x OC

- Brno OC Futurum
- Brno, OC Campus
- Brno, NC Královo Pole
- Brno, OC Letmo
- Brno, OC Velký Špalíček
- České Budějovice, OC Géčko
- Hradec Králové, OC Futurum
- Havířov, OC Elán
- Jihlava, Citypark
- Karlovy Vary, OC Varyáda
- Mladá Boleslav, Bondy Centrum
- Most, OC Central
- Ostrava, OC Futurum
- Plzeň, OC Plzeň
- Praha, Quadrio Shopping
- Praha Novo Plaza
- Praha, OC Řepy
- Praha, OC Galerie Harfa
- Praha, OD Kotva (+LED)
- Praha, OC Metropole Zličín (2x LED)
- Praha, OC Černý most (3x LED)
- Praha, OC Westfield Chodov (4x LED)



SR: 19 x OC

- Bratislava, Avion Shopping Mall
- Bratislava, Obchodné centrum Bory Mall
- Bratislava, OC Retro
- Bratislava, Prior, Kamenné námestie
- Bratislava - Petržalka, Galéria Petržalka
- Bratislava, Shopping Palace
- Banská Bystrica, NC Terminal
- Humenné, OC Avenue
- Košice, Atrium Optima
- Košice, Aupark
- Liptovský Mikuláš, OC RGB
- Martin, OC Tulip
- Nitra, OD Prior
- Poprad, OC Forum
- Prešov, OC Novum
- Spišská Nová Ves, OC Madarás
- Trenčín, OC Laugaricio
- Žilina, OC Mirage
- Žilina, OC Dubeň



ČR: 11 x LED in/outdoor



LED outdoor OC Kotva, Praha



LED indoor OC Metropole Zličín, food court, Praha



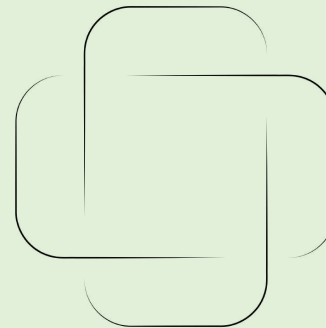
LED indoor OC Metropole Zličín, u Alberta, Praha



LED indoor OC Černý most, Central Plaza, Praha



LED indoor OC Černý most, Food Court, Praha



LED indoor OC Černý most, Central Plaza, Praha



LED indoor OC Westfield Chodov, Entrance, Praha



LED indoor OC Westfield Chodov, Designer Gallery 1, Praha



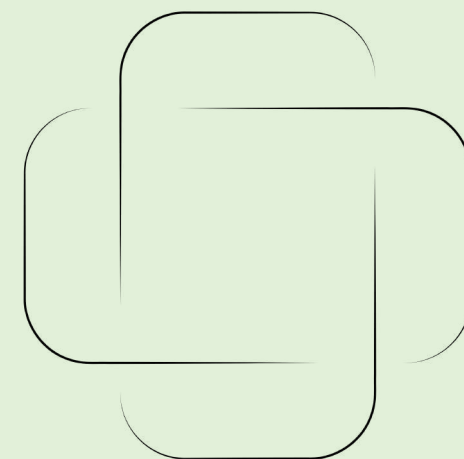
LED indoor OC Westfield Chodov, Eskalátor k Albertu, Praha



LED indoor OC Westfield Chodov, Designer Gallery 2, Praha



LED outdoor, Velké Meziříčí



SR: 24 x LED in/outdoor



Bratislava, Galvaniho / Ivanská



Bratislava, Vajnorská, oproti Vivo



Bratislava, Kráľovský dvor



Pezinok, Panoráma



Bratislava, OC Hron, Dudvážska



Humenné, Admirent



Košice, Staničné námestie



Prešov, Grešova ul.



Liptovský Mikuláš, OC RGB



Poprad, OC Forum, outdoor



Poprad, OC Forum, indoor



Biznis Centrum Topoľčany



Prešov, OC Novum, outdoor



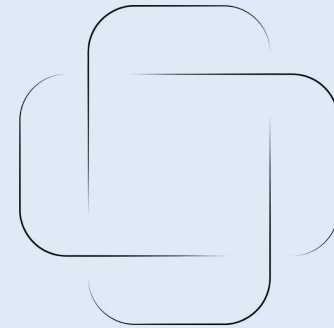
Prešov, OC Novum, indoor, Lidl



Prešov, Encore the club



LED OKO2 Zlate Moravce





Sever – Partizánska, Poprad



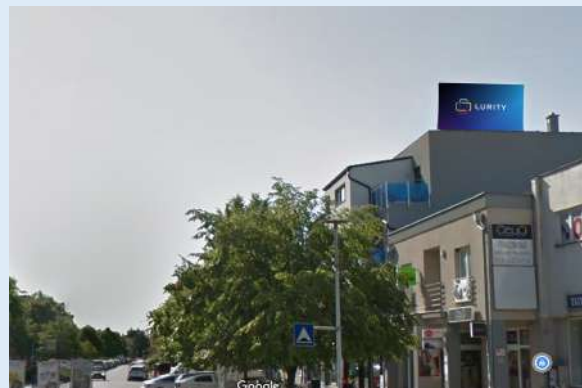
Juh – Partizánska, Poprad



Križovatka, Banská Štiavnica



Stropkov



Lichnerova, Senec



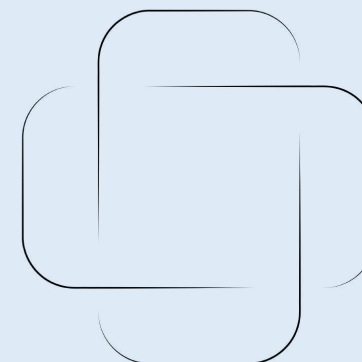
Námestie Slobody, Banská Bystrica



Autobusová Stanica, Ružomberok



Magnezitárska, Košice



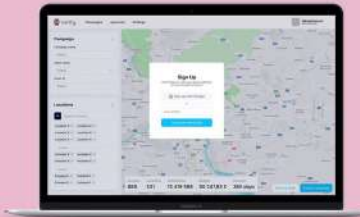
SLOVENSKÁ POŠTA

po celé SR 70x, regionální a okresní místa, 1 milion vydaných vstupenek / měsíc = 1 milion a více oslovených



02 **JAK TO
FUNGUJE**

01



Zaregistrujete se

Vytvoříte si účet v online rozhraní Lurity. Přes toto konto budete mít možnost dále sledovat a řídit si své kampaně, kontrolovat jejich korektní průběh, měnit a nahrávat vizuály a videa.


[registrovat se](#) →

04

Reklamy se začnou zobrazovat

Jakmile je kampaň schválena, začne se zobrazovat na vybraných lokalitách, na vybraných plochách. Vaše reklamy se budou střídat s jinými reklamami, které zadali ostatní inzerenti.

[ukázky kampaní](#) →




02

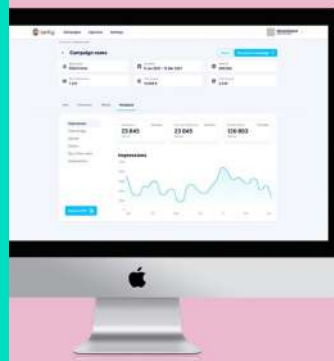
Vytvoříte si kampaň

Je to takhle snadné: 1) vložíte název kampaně, 2) vyberete lokace dle vašich požadavků či zaměření produktu (obchodní centra, wellness nebo medical) nebo místa, kde se vaši zákazníci nacházejí, 3) nastavíte timing kampaně (min. 7dní), 4) nahrajte vizuál nebo video. Hotovo, kampaň jde ke schválení.

[chci kampaň](#) →



05



Kontrola vaší kampaně

Je možné kdykoliv se přihlásíte do svého účtu Lurity. Uvidíte aktuální průběh kampaně a stav čerpání vámi objednaných impresí. Navíc, kdykoli potřebujete vaši kampaň aktualizovat, můžete váš vizuál nebo video vyměnit - kolikrát chcete a zcela zdarma :)

[spustit kampaň](#) →

03



Schválíme vaši reklamu

Naši administrátoři zkontrolují, zda vizuál nebo video reklamy jsou v souladu s našimi obchodními podmínkami a nepředstavují konkurenci pro naše provozovatele obrazovek (např. reklama na fitness centrum v jiném fitness centru).

~ 10min.
SCHVALOVACÍ PROCES

03

**KLIENTI,
REFERENCE**

MEDIÁLNÍ AGENTURY



Wavemaker



PanMedia Western

ZNAČKY



Slovak
Telekom



SLOVENSKÁ
sporiteľňa



VÚB BANKA



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

DŔVERA
ZDRAVOTNÁ POISŤOVŇA



BILLA
KVALITA PRE KAŽDEHO

TESCO

eCCO H&M zalando ZARA C&A LINDEX MOHITO

STARBUCKS COFFEE BURGER KING McDonald's Pizza Hut ST. NICOLAUS Hubert SPARKLING WINE Red Bull mentos Milka PEREG

niké Tipsport profesia HYDROTOUR Míme našo leto TUI BUBO DKA CESTOVNÁ KANCELÁRIA

sky SHOWTIME Disney+ CINEMAX MAXIMÁLNY FILMOVÝ ZÁŽITOK Forbes

IKEA HORNBAACH DECATHLON

dm SHERON since 1991 Chopard GENEVE Sofia

BANKY & FINANCE



SLOVENSKÁ Š
sporteľňa

Navyše až
200 €
za odporúčanie
účtu

Otvor si účet a môžeš
získať až 60 €

Všetky podmienky na slsp.sk/odporucteorgeorge

 LURITY

Úrok 6 % ročne pre
každého. Prenes si
pôžičku a ušetri

spocitajsi.sk >

Teraz
bez poplatku
za poskytnutie

www.spocitajsi.sk

365 bank

 LURITY

IBA
20. - 26. 11.

> Týždeň
dvojnásobných
odmien

**BLACK
WEEK**

PRESTO Úver

www.unicreditbank.sk/uzver 

 LURITY

TELEKOM

Hrajte o vysnivanú obývačku za 10 000 € s Magio Internetom



+ ďalších 490 cien

Aktivujte si optický Magio Internet a ste v hre o rekonštrukciu obývačky a každý týždeň o ďalšie zaujímavé ceny.

Navštívte Telekom Centrum alebo volajte bezplatne na 0800 123 456.
Viac informácií na www.telekom.sk/obyvacka



 LURITY

O₂

Už od 3. 4. sa na vás tešíme v prestahovanej O₂ Predajni. Nájdete nás neďaleko optiky.



 LURITY

Košičania, 3 mesiace internetu zaplatíme za vás

Internet od 10 € mesačne



Veźmite si od nás optický internet a inštaláciu máte bezplatne.

www.orange.sk/kosice



 LURITY

ELEKTRO

SAMSUNG

Z Flip4

Dokonalá ponuka
Kúpte teraz a získajte Galaxy Watch5 40 mm
za 1 cent a navyše výkupný bonus 200 eur

1+1



Kúpte v predajniach Samsung



GARMIN.



Instinct[®] Solar už od 199€



Zakúpite v predajni GARMIN.



mi

Redmi Note 11

Postaviť sa výzve

90Hz AMOLED · 33W Pro fast nabíjanie · 50MP



FOOD & BEVERAGES

MÁTE RADI TRADIČNÉ VIANOCE?
**DOPRAJEME
VÁM TRADIČNÉ
VIANOCE!**



kauffland.sk/vianoce



 LURITY



TENDER COW



OGROTHAJ SUŠIENKY MILKA,
HLASUJ PRO SVOJHO FAVORITA
A MÔŽEŠ VYHRAŤ!
Neokraj ma!


VIAC NA FACEBOOKU MILKA.CZ.SK





 LURITY


Domáca pohoda,
jedlo, ktoré miluješ,
vychladená *Coca-Cola*.

Recept na kúzo



STANE SI AKEU COCA-COLA
A MÔŽEŠ
VYHRAŤ




 LURITY

AUTOMOTIVE




A vertical digital display showing a silver Hyundai car driving on a road. The car has a large white 'HYUNDAI' logo on its side. The background shows a city skyline under a clear sky.


 LURITY




MAZDA CX-5
A MAZDA CX-60
S ODKUPNÝM BONUSOM AŽ 1 200 €
DOSTUPNÉ IHNEĎ
V AUTOPALACE PANÓNSKA
MAZDA CX-60
OD 58 079 €
MAZDA CX-5
OD 38 594 €


WWW.AUTOPALACE.MAZDA.SK




 LURITY





UNCHARTED
Každá cesta je dobrodružstvo
v novom TUCSON 2022.





Pozrite si Nathana Drakea, Sullyho a nový TUCSON vo filme Uncharted, iba v kinách.

UNCHARTED  **HYUNDAI**

 LURITY

ŠPERKY & PARFÉMY



Chopard

Ďakujeme za 30 rokov emócií
prežitých s Vami.

SHERON
SINCE 1991

LURITY

The advertisement features a close-up of a Chopard jewelry piece, a heart-shaped pendant with a diamond-encrusted border and a central heart-shaped element, suspended from a chain. The background is a soft, light-colored gradient. The Chopard logo is written in its signature script. Below it, a message of gratitude is written in a clean, sans-serif font. The 'SHERON SINCE 1991' logo is positioned at the bottom of the ad area. The LURITY logo is centered at the bottom of the entire display.



GIORGIO ARMANI

Si

LURITY

The advertisement for Giorgio Armani Si perfume features a woman in a vibrant red, strapless, ruffled gown against a solid red background. The Giorgio Armani logo is centered over the image. Below the woman, a bottle of Si perfume is shown, with the 'Si' logo on the bottle. The LURITY logo is centered at the bottom of the display.



GIORGIO ARMANI

MY WAY

NOVÁ KVETINOVÁ VŔŇA

LURITY

The advertisement for Giorgio Armani My Way perfume features a soft-focus image of a pink perfume bottle with a blue cap, set against a light pink background with a blurred floral element. The Giorgio Armani logo is at the top. The product name 'MY WAY' is prominently displayed in a large, blue, serif font, with the tagline 'NOVÁ KVETINOVÁ VŔŇA' underneath. The LURITY logo is centered at the bottom of the display.

ZDRAVÍ & BEAUTY

**STROJČEK,
KTORÝ SI NIKTO
NEVSIMNE?**
BUDETE OTVÁRAŤ ÚSTA.
DOKTORMARTIN.SK

VSTUPNÁ
PREHLIADKA
ZADARMO

ZUBÁR
S NAJLEPŠIM
MENOM

Dr. Martin
TOOTH PASTE

LURITY

dm

LURITY


**NOVÁ ÉRA
LASEROVÝCH
OPERACÍ OČÍ**

NeoVize
Lepší zrak, lepší život


JEN 10
SEKUND

LURITY


MÓDA



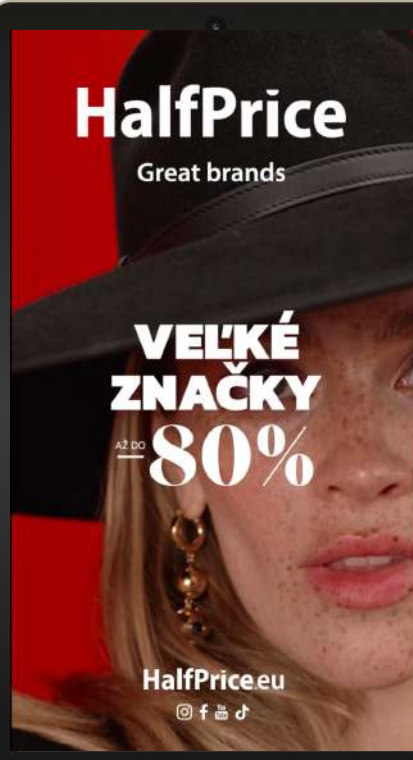
ecco



ECCO METROPOLE ZURICH CHELSEA



LURITY




HalfPrice
Great brands

**VELKÉ
ZNAČKY**
AZ DO
80%

HalfPrice.eu
@ f y d

LURITY



Třilietáková
19,99 €

H&M

Rozbalte kúzo

LURITY

MÉDIA

Forbes
První krok k úspěchu.

Forbes
23
SVATÝ MARTIN

SVATÝ MARTIN

PRÁVĚ V PRODEJI!

 LURITY

konference

STRATEGIE FORUM
marketing - media - digital power

19.
OKTÓBER

NÁRODNÝ FUTBALOVÝ STADIÓN

 LURITY

PRÁVE V PREDAJI

Zdravie

PRÁVĚ V PREDAJI

Zdravie

POČÍSKANUTÉ ODOBROUČENÍ

 LURITY

SLUŽBY & ZÁBAVA

UČ SA
OD NAJLEPŠÍCH
VYHRÁVAŤ!

HRAJ MEGABANK *niké*
Rozdávame 300 000 € je tipovanie

LURITY

Tipsport

50€

len za registráciu počas MS

LURITY

TUI

Deti cestujú
od 99 €

Rezervujte do 28.02.
& ušetríte

www.tui.sk

LURITY

DIGI TV

Disney+
Day

Ponuka platí do 19. septembra

1,99 EUR
za prvý mesiac

Prístup sa uskutočňuje len na nových a tradičných sa prístupových zariadeniach služby Disney+. Ktoré nemajú aktívnu predplatu. Ponuka platí do 19. septembra 2023. Platia ďalšie podmienky. © 2023 Disney a spoločnosť súrodenci.

LURITY

**KULTOVÉ
SERIÁLY**

770817
Julius Boban

pusti na JOJPLAY

MIESTO
AKO ŽIADNE INÉ

LURITY

ILLUMINATION UVAĐA
minioni 2
ZLODUCH PRICHÁDZA

STREAMUJTE LEN NA

skySHOWTIME

POLOVIČNÁ CENA NAVŽDY

5,99€ 2,99€
MESIAC

skyshowtime.com

LURITY

HOBBY, BYT, SPORT

20% ZATEPLENÍ PODKROVIA
20% VYEMENU OKIEN
VIAC O TOM, AKO UŠETRIŤ, SI PREČÍTAJ TU
UŠETRI ENERGIU & VODU
50% REGULÁCIU PRIETOKU
30% ZATEPLENÍ FASÁDY
HORNBACH
S nami to zvládnete.

LURITY

ACTION nízke ceny veľké úsmevy
Teraz ďalší Action v Spišskej Novej Vsi
Mlynská 39
action.com

LURITY

MUZIKER BIKE
NOVÁ PREDAJŇA V PETRŽALKE
EINSTEINOVA 11 BRATISLAVA

LURITY

HORIZONTAL výber

#toludskevnas

človek Profesionál

Spoznajte výhodnú ponuku pre firmy *Love It's Better.*

www.orange.sk/biznis

orange **Biznis**



» Založte si účet s výhodným úrokom

3% p. a.

Na poskytnutie základného účtu je potrebné otvoriť účet. Poskytnutie do 15.11.2022.



Tipsport

50€

len za registráciu počas MS

18+ Akcia iba pre registrovaných užívateľov Tipsport a nie je podmienkou kúpa alebo stávkovanie.



LEGO

Preto sú stavebnice LEGO® 4+ prispôsobené

4+



Maime vaše leto

HYDROTUR

KAPVERDY



PASQUALE BRUNI

SHERON
since 1991

PANSKÁ 2, BRATISLAVA 811 01
+421 254 647 852
PANSKA@SHERON.SK



04 **LURITY**
V MÉDIÍCH



Rozhovor s Tomášom Tiefenbachom, CEO spoločnosti Lurity

BUDÚCNOSŤ OOH JE OMNICHANNEL

Neznali mediálnych trendov hovoria, že OOH je mŕtva. Realita je však iná, trh s OOH zažíva renesanciu a rastie. Ako vidíte trendy jej vývoja?

OOH ešte určite nie je mŕtva, aj keď niektoré zastaralé formáty majú svoj čas už zhratý. Vidíme ako papierové plochy postupne vytlačujú digitálne plochy, ktoré majú nespočet nových možností. Výhodou OOH ploch je, že sú blízko k zákazníkovi a k predajným miestam, kde zákazník robí nákupné rozhodnutia. Nie každý produkt je totiž predatelný online a rovnako nie každý zákazník nakupuje výhradne online. Budúcnosť OOH vidíme teda najmä v digitalizácii a omnichannel prístupu k reklame.

Ako je denná realita digitálnej OOH na Slovensku a v Čechách?

Vidíme, že zákazníci majú väčšiu chuť experimentovať a skúšať aj nové technológie. Napríklad nedávno sa známe osobnosti z kampane Telekom riešpekt pripravovali okolo digitálnych prostredí našej obrazovky v Auparku Bratislava. Bola to jedna z prvých kampaní, kde sa obrazovky využili na komunikáciu v reálnom čase s okolitými. Ďalší level bude, keď sa okoloídium

budú pripravovať personalizovaní avatari s AI.

Kde vidíte posun vášho média za posledné roky? Zmenil sa aj klient a jeho pohľad na digitálnu OOH?

Popularita našich digitálnych médií kontinuálne rastie, klienti oceňujú efektivitu a tiež náš neortodoxný prístup. Preto sa k nám stále vracajú a nám to umožňuje ďalej rozširovať našu sieť. Máme vlastný vývojový tím, ktorý už má značné skúsenosti s programovaním naozaj netradických kampaní založených na augmented reality (AR), počítačového videnia cez kamery a ovládání obrazovky pomocou gestami. V týchto oblastiach sme skutoční priekopníci v ČR aj SR.

Somniali ste omnichannel: v čom je jeho najväčšia sila?

Cieľom omnichannel je vytvoriť rovnakú kvalitu zážitku na všetkých platformách. Nie je to teda iba o jednotnej komunikácii na všetkých platformách, ale aj o ich vzájomnom prepájaní. Kým totiž pride zákazník do bodu kúpy, prejde popritom rôznymi kanálmi. Naším cieľom je využiť atraktivitu lokality, v ktorých sú naše ob-

razovky a integrovať ich do omnichannel stratégie spoločnosti. Prepojenie na ostatné kanály môže byť napríklad cez kupóny, alebo cez rôzne aplikácie s rozšírenou realitou.

” Cieľom omnichannel je vytvoriť rovnakú kvalitu zážitku na všetkých platformách. Nie je to teda iba o jednotnej komunikácii na všetkých platformách, ale aj o ich vzájomnom prepájaní.

Ako máte plány s týmito nástrojmi na Slovensku a v Čechách?

Okrem rozrastania siete budeme neustále investovať do inovácií, aby sme klientom priniesli najmodernejšiu formu reklamy a tým aj vyššiu efektivitu.



Advertorial

MARKETING & MEDIA

Když přemýšlíte a vyvíjíte komplexně, klienti oslavují

Foto: Štefánik, brandbook / Lurity

Říká Tomáš Tiefenbach, který založil a řídí digitální síť obrazovek Lurity a platformu Simplaq pro digitalizaci nemovitosti.



Čím je vaše digitální out-of-home reklama Lurity výjimečná? Naším původním záměrem bylo vytvořit interaktivní výlohy s umělou inteligencí, které by se na základě počítačového vidění, údajů z pokladen a stovek tisíc interakcí naučily, jak nejlépe zaujmout zákazníky. Odtud byl už jen krůček k tomu, aby se projekt změnil v médium, které kombinuje klasické OOH a flexibilitu digitálního média a spouští

v reálném čase s možností samoobslužné výměny vizuálu kampaně.

Aktuálně pod vaším vedením prosperuje a roste taky platforma pro digitalizaci nemovitosti Simplaq. Jak funguje? Již dlouho úzce spolupracujeme s obchodními centry, takže jsme viděli potenciál pro zlepšení jejich interních procesů i komunikace s nájemci a zákazníky. Vyniká i proto platforma Simplaq a mobilní aplikace, prostřednictvím které se mohou spojovat svými nájemci a zákazníci a efektivně s nimi komunikovat.

” Je v zájmu každého OC, aby zvýšilo tržby a stejně tak zlepšilo zážitek zákazníků z nákupního centra.

Se společností Lurity působíte ve třech zemích a vaše ambice tím zřejmě neklesli. Co dalšího nabídnete marketérům a značkám? S Lurity máme ambice růst na mezinárodní úrovni. Neustále do sítě přidáváme zajímavé digitální reklamní plochy. Ve spolupráci s TapGest, která vyvíjí převrhávací digitálních reklam, také rozšiřujeme možnosti běžných obrazovek o interaktivní aplikace, které mají široké marketingové využití. Tyto obrazovky jsou také schopny komunikovat s kolekcijními pomocí kamery a rozpoznávání gest. Trend „digitaliza-

ce“ postupně zachycují i nákupní centra, která dlouho tahala za kratší konec ve srovnání s e-shopy. E-shopy mají velkou konkurenční výhodu, a tou jsou data o zákaznících. Naproti tomu nákupní centrum ví o svých zákaznících jen velmi málo. Snažíme se to změnit, aby nákupní centra mohla přežít v digitálním věku a přizpůsobit nákupní zážitek digitálnímu věku.

Jak vidíte celkový vývoj trhu v segmentu OOH a omnichannel platform do budoucna? Případně jejich propojení? OOH se v posledních letech vyvíjí velmi dynamicky: papírové billboardy budou ustupovat. Objem reklamy se však nebude snižovat, naopak. Současným trendem je efektivní digitalizace – nahrazení například pěti billboardů jedním LED tabulí, na které se může prezentovat 5, 10 nebo dokonce 20 inzerentů. Digitalizace médií není jen o ekonomických faktorech, jsou také šetrnější k životnímu prostředí, protože pro reklamní kampaně není třeba papír, mohou být online 24 hodin denně a obsah lze přizpůsobovat publiku v reálném čase. Také nemovitosti se díky technologiím digitalizují a stávají se chyťtejšími. Nedávno jsme integrovali Simplaq na stávající parkoviště nákupního centra. Návštěvníci obchodního centra nyní mohou zaparkovat pouze na základě registrační značky zadané do mobilní aplikace Simplaq. Celkově se na budoucnost těšíme. Prognózy mediálních výdajů budou růst. Trendy říkají, že DOOH bude do roku 2025 tvořit více než třetinu výdajů na OOH. A omnichannel digitalizace nákupních center? Je v zájmu každého OC, aby zvýšilo tržby a stejně tak zlepšilo zážitek zákazníků z nákupního centra. ■



Reklama rýchla ako objednávka pizzy

DOOH osloví v správnom čase, na správnom mieste a v správnom rozpočte! Oslovuje pári metrov od nákupnej príležitosti.

OOH plánujeme ako bežnú súčasť mediálneho mixu kampaní už desiatky rokov. Ale ako to je s našimi digitálnymi nástrojmi? O výhodách DOOH a jej stupňoch popularite posledné roky hosťoval František Štefánik, riaditeľ Lurity SK a CZ.

DOOH Lurity disponuje 500 plochami v 3 krajinách a lan v obchodných centrách mesačne osloví viac ako 15 miliónov ľudí. To je šifrou číslo:

Vlasta aktuálny dát je to realita číslo vyčísľujúce z priemernej návštevnosti centier a sčítaním počtu spotrebiteľov v blízkosti našich plôch. Dá sa o pohybe

zákazníkov v dosahu plôch sú všeobecne Achilovú pätou DOOH. Aj tu však výstupujú jom osobnosti menaria. Klientom plánujeme poskytovať pravidelne aktualizované dáta už v dohodnutej dobe.

Novorota, že efektivita DOOH začína konkurovať účinnosti online a televízie?

Nákladné centrá sú z hľadiska návštevnosti jedinečné. Zdvhy iný typ reklamných plôch navyše majú takú možnosť koncentrovania potenciálnych zákazníkov na jednom mieste bez ohľadu na veľkosť obklopenosti, v ktorej sa OC nachádza. Preto je táto cieľová skupina zo strany rozhodovateľov reklamy navyše preferovaná.

Ako je to tou rýchlosťou vašej DOOH reklamy?

V našom pláničavom portáli lurity.com si naši klienti jednoducho vytvárajú, spravujú a kontroľujú svoje kampanie online. Hl jeno vývoj je tak zameraný, aby sa s ním pracovalo tak ľahko, ako to ide plánovanie kampanie nemohlo byť ťažšie ako objednanie pizzy. Množko tisíc dokončených kampaní je skvelou víťazstvom.

Ozrem toho neustále inovujeme: napríklad formát Live feed, ktorý automaticky vytvára reklamný úhrň načítaním márne čo ponúkajú. Trend ukazuje, že záujem o takéto typy média bude aj naďalej rásť. Rovnako rozširujeme možnosti využitia nášho rozličných možností generovania CRM databáz.

Popularita DOOH posledné roky výrazne stúpa, a to z dôvodu jej efektivity. Ako nás čaká budúcnosť?

Naša spoločnosť pôsobí v segmente DOOH už 6 rokov. Našou silou je trend na OOH, kde posúvame, hľa z toho obdobre



Jednoducho v prospech DOOH. Naše početnosť klientov a počet kampaní. Aktuálne máme v segmente digitálnych plôch v obchodných centrách na 3 trhoch spolu 500 obchodných centier plus niekoľko stoviek ďalších plôch v outdoornej a indoornej. Z pohľadu rozširovania podľa trhu je väčšina súkromná na slovenskom a českom trhu. Základným mätom čo ponúkajú. Trend ukazuje, že záujem o takéto typy média bude aj naďalej rásť. Rovnako rozširujeme možnosti využitia nášho rozličných možností generovania CRM databáz.

Lurity je etablovaná v troch európskych krajinách. Ako sú vaše ďalšie plány?

Máme veľké ambície aj v nóransko. Posledné dva roky sme sa zúčastnili na výbere produktu, teraz sme už však pripravení vstúpiť na nové trhy.



Forbes 5/2023



Marketing & Media, ČR, 2/23



Stratégie 12/22

TĚŠÍME SE NA SPOLUPRÁCI



WWW.LURITY.COM

PORTAL.LURITY.COM

HELLO@LURITY.COM

