

Lurity guide

Digitálna
out-of-home
reklama:
otázky a odpovede



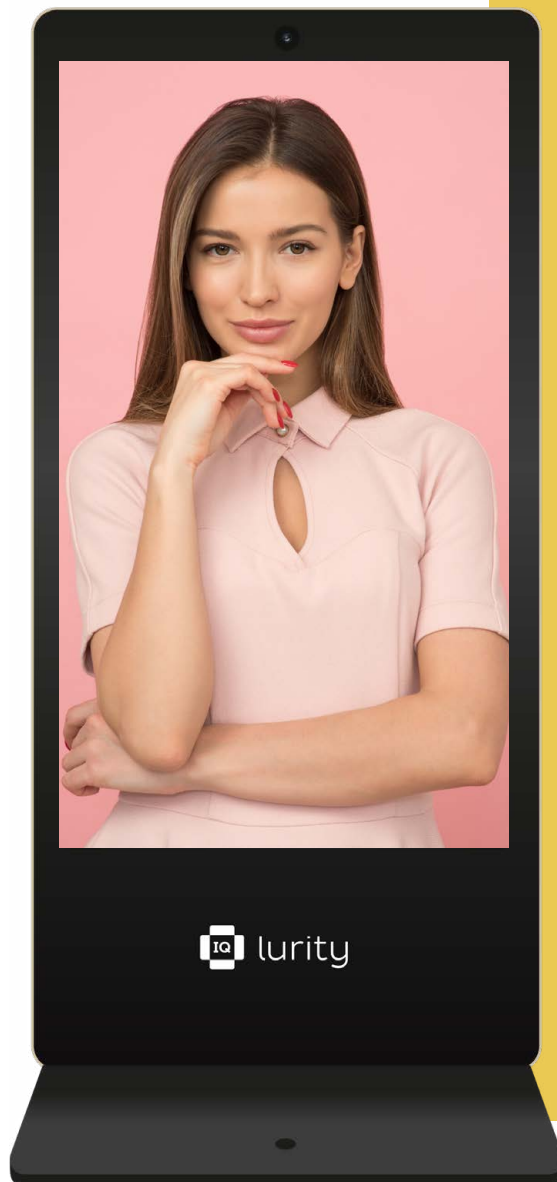
ČO JE DIGITÁLNA OUT-OF-HOME?

Je digitálna dynamická reklama rôznych formátov v prostredí, kde sa pohybuje vysoký počet ľudí.

Ide o veľmi efektívne médiá, ktoré sú na miestach s vysokou frekvenciou pohybu ľudí.

Digitálna out- of-home je vo svete reklamy a médií čoraz rozšírenejšia a obľúbenejšia a dostáva sa do roviny štandardných médií.

< VIAC O DIGITÁLNEJ OOH >

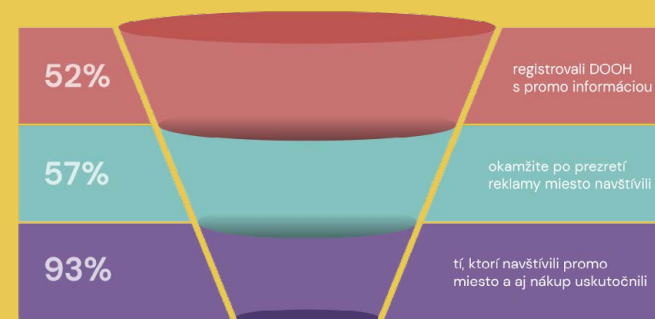


Lurity Intelligent Ad. step ahead.

Lurity je reklamná sieť stoviek multimedialnych indoor a outdoor digitálnych obrazoviek v SR a ČR.

Toto afinitné médium je presne tam, kde sú kúpychtiví zákazníci: v obchodných centrách s top návštevnosťou, v medicínskych zariadeniach ako sú nemocnice či polikliniky.

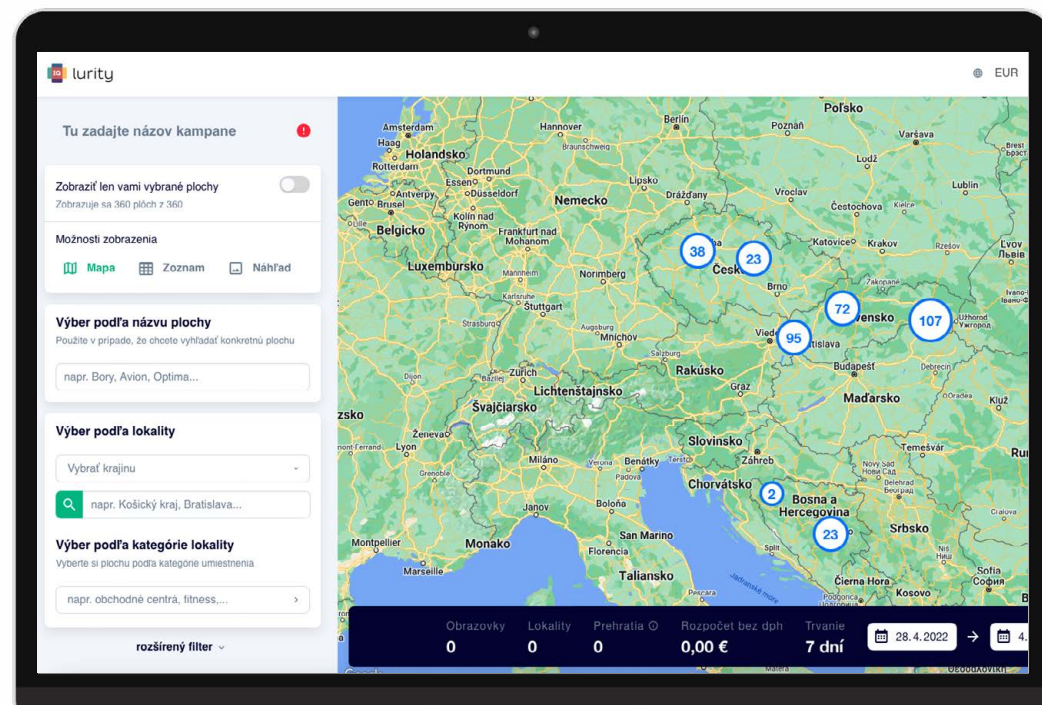
Ide o urýchľovač nákupného správania cieľovej skupiny, ako dokazuje prieskum OAAA's Nielsen.



A pritom si celú kampaň dokážete naplánovať úplne sami.

ZÁKLADNÉ VÝHODY LURITY DIGITÁLNEJ OUT-OF-HOME REKLAMY

1. možnosť online plánovania na portal.lurity.com
2. cielenie podľa regiónu, podľa typu umiestnenia plochy
3. rýchlosť spustenia kampane (do 10 minút)
4. možnosť zadania akejkoľvek dĺžky kampane nad 7 dní
5. možnosť zmien podkladov v priebehu kampane
6. možnosť realizácie live feed kampaní
7. priebežné online sledovanie priebehu kampane
8. výstupy kampaní: možnosť stiahnutia printscreenov so zaznamenaným presným časom a konkrétnou obrazovkou + kompletný prehľad všetkých prehratí, na každej jednej obrazovke
9. v prípade zhoršenia pandemickej situácie po uzavretí OC možnosť kampaň obratom vypnúť, či prerušiť (z finančného hľadiska teda klient uhradí iba reálne odbehnutú časť; väčšina klientov pokračuje v kampaniach po ukončení opatrení)



< AKO DOOH URÝCHĽUJE
NÁKUPNÉ SPRÁVANIE? >

PLÁNOVANIE PLÔCH V REKLAMNEJ KAMPANI

Výber digitálnych obrazoviek je možný po lokalitách, prípadne sublokalitách.

Predaj funguje na 1/10 mediálneho priestoru z praktického dôvodu: každé OC má minimálne 5–9 vstupov. Pri 1/10 na 10 obrazovkách je vyššia pravdepodobnosť zachytenia reklamy klienta ako pri full time ploche pri jednom z X vstupov. Vieme ho teda efektívne ovplyvniť na začiatku nákupov aj počas nich.

MAXIMÁLNY A MINIMÁLNY POČET PLÔCH VRÁMCI SIETÍ

Maximálne je možné kúpiť celú sieť SK, CZ, prípadne aj Bosna a Hercegovina.

Ak je v rámci lokality len jedna plocha, je možné ju kúpiť samostatne.

OPTIMÁLNA DĹŽKA KAMPANE

Dĺžka kampane závisí od určeného cieľa a typu kampane: od 1-týždňovej kampane typu akcia alebo aktívne promotion v danom OC, cez 1 až 2-mesačné kampane, až napríklad po celoročnú komunikáciu klientov s pravidelnou obmenou ponuky na digitálnej obrazovke.



**PRIEMERNÁ DĹŽKA
NÁVŠTEVY ZÁKAZNÍKA
V OC JE 1,5 HODINY:
ZA TENTO ČAS SA NA
KAŽDEJ OBRAZOVKE
PREHRÁ REKLAMA
KLIENTA 54X.**

SPÔSOB MERANIA KAMPANÍ

Z pohľadu počtu návštevníkov sú obchodné centrá unikátne. Takto masívne sústredenie zákazníkov na jednom mieste, a to bez ohľadu na veľkosť aglomerácie, v ktorej sa OC nachádzajú, iný druh plôch takéto parametre nevykazuje. Z pohľadu príjmu ide o najzaujímavejšiu cieľovú skupinu v danom regióne.

Cena kopíruje návštevnosť centier na danom mieste a v čase a sezóne: vo všeobecnosti v priemere majú OC z našej ponuky nad 10 000 zákazníkov za deň v čase pandémie na jedno centrum.

Príklad:

Ak si prepočítame uvedené čísla na 30-dňovú kampaň bežiacu v 15 obchodných centrách x 10 000 návštevníkov => výsledok 4,5 mil. zákazníkov, ktorých máme možnosť osloviť, tak **CPT nášho média je úplne konkurencieschopné súčasným online formátom** (čísla pandemického priemeru)



DĚLKA SPOTU, STRIEDANIE KREATÍV KAMPANE, ZVUK

DĚlka spotu je 10 sekúnd, môže byť použitých 1-10 podkladov, či už statických alebo dynamických (obrázok / vizuál, video).

Odporúčame ale využiť dynamický spot – pomôže zvýšiť zachytenie reklamného odkazu.

Naše reklamné spoty sú bez zvuku.

ROTÁCIA KREATÍV

Aktuálne je možné umiestnenie 10-tich kreatív do jednej kampane (do jedného slotu). Systém ich nepravidelne ale rovnomerne prestrieda. Je možno kombinovať statický vizuál alebo video.

V priebehu druhého polroka 2022 prejdeme na android platformu, ktorá okrem iného umožní využitie nových plôch pre rôzne druhy hier a aplikácií (dotykové, ovládané gestami), online prenosy a množstvo ďalších neštandardných a zábavných riešení, ktoré pomôžu marketingu danej promovanej značky napríklad získaním databázy klientskych kontaktov.

Náš systém dokáže ovládať rozličné typy obrazoviek: od malých tabletov (reklama v taxi, reštauráciách), cez štandardné obrazovky až po veľké LED, alebo iné neštandardy ako napr. jukeboxy.





< 4 UŽITOČNÉ HINTY PRE KREATÍVU
VAŠEJ OUT-OF-HOME REKLAMY >

INTERAKTÍVNE PLOCHY

Interaktívne plochy sú aktuálne využívané v OC v ČR.

Ovládané sú dotykom alebo gestami a využívané sú ako informačné plochy s interaktívnymi mapami OC, čo zvyšuje komfort návštevníkov, v ponuke je aj formát infopulty.

Veľmi atraktívne pre OC a návštevníkov sú naše aplikácie, ktoré na interaktívnych plochách umožňujú okrem hry aj marketingové promotion značiek a vybraných produktov. Výsledkom môže byť rozrastajúca sa databáza kontaktov návštevníkov, čo určite ocenia marketéri značiek.

Možnosti využitia pozrite tu:  YouTube

CUSTOMIZOVANÉ RIEŠENIA

Ponúkame aj špeciálne riešenia šité na mieru klienta ako samostatné projekty mimo nami ponúkaných plôch, na vlastných plochách klienta alebo dlhodobu prenajatých plochách.

Ďakujeme za vašu pozornosť a tešíme sa na spoluprácu.

web: www.lurity.com

portál pre plánovanie kampane: portal.lurity.com

Lurity SK s.r.o., Staré Grunty 18, 841 04 Bratislava, Slovensko
hello@lurity.com

