

LURITY GUIDE

Digitální out-of-home reklama:
vše, co potřebujete vědět



CO JE DIGITÁLNÍ OUT-OF-HOME REKLAMA?



DOOH se v posledních letech stala jedním z nejrychleji rostoucích mediálních segmentů na světě.

Zkratka DOOH znamená digital out-of-home, jedná se o inovativní formu médií známou jako venkovní nebo out-of-home (OOH) reklama. Média DOOH se dodávají v různých formátech a velikostech, jako jsou LED obrazovky a LED billboardy, umístěné podél rušných silnic a v centrech měst, digitální panely na místech s vysokou návštěvností, v nákupních centrech, zdravotnických zařízeních, zábavních centrech atd.

Jedná se o vysoce účinné médium, které může urychlit nákupní rozhodnutí cílové skupiny: až 52 % zaregistruje formát DOOH, z toho 57 % navštíví nákupní místo a z toho až 93 % skutečně nakoupí.

DOOH umožňuje značkám bezproblémové spojení se spotřebiteli každý den a na každém kroku jejich dne a poskytuje vysoce kontextově relevantní obsah.

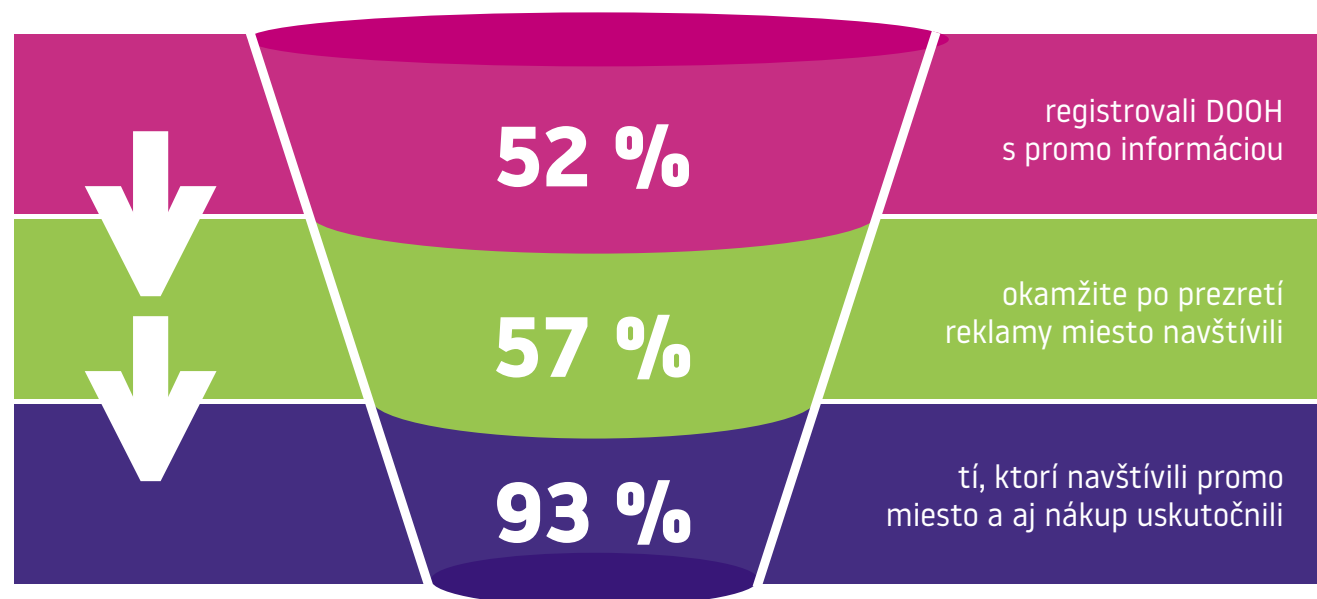
< VÍCE O DOOH >



LURITY INTELLIGENT AD. STEP AHEAD.

Lurity je reklamní síť stovek multimedialních indoor-outdoor digitálních obrazovek na Slovensku a v České republice.

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



Toto afinitní médium je přesně tam, kde jsou kupující: v nákupních centrech s nejvyšší návštěvností, ve zdravotnických zařízeních, jako jsou nemocnice a kliniky, na Slovenské poště, na čerpacích stanicích a ve wellness centrech... Je akcelerátorem nákupního chování cílové skupiny, jak prokázal průzkum společnosti OAAANielsen.

5 FAKTŮ O DOOH, KTERÉ JE DOBRÉ ZNÁT

98 % spotřebitelů vidělo v posledních 30 dnech nějakou reklamu DOOH.

67 % mediálních odborníků uvádí, že flexibilní možnosti nákupu jsou hlavním důvodem, proč uvažují o nákupu DOOH.

Růst trhu se do roku 2026 odhaduje na +10,35 %.

83 % spotřebitelů si všimne OOH reklamy během jízdy.

60 % respondentů ve městech po zhlédnutí OOH reklamy vyhledalo produkt, který viděli, na internetu.

**505 NEJMODERNĚJŠÍCH
DIGITÁLNÍCH PLOCH**



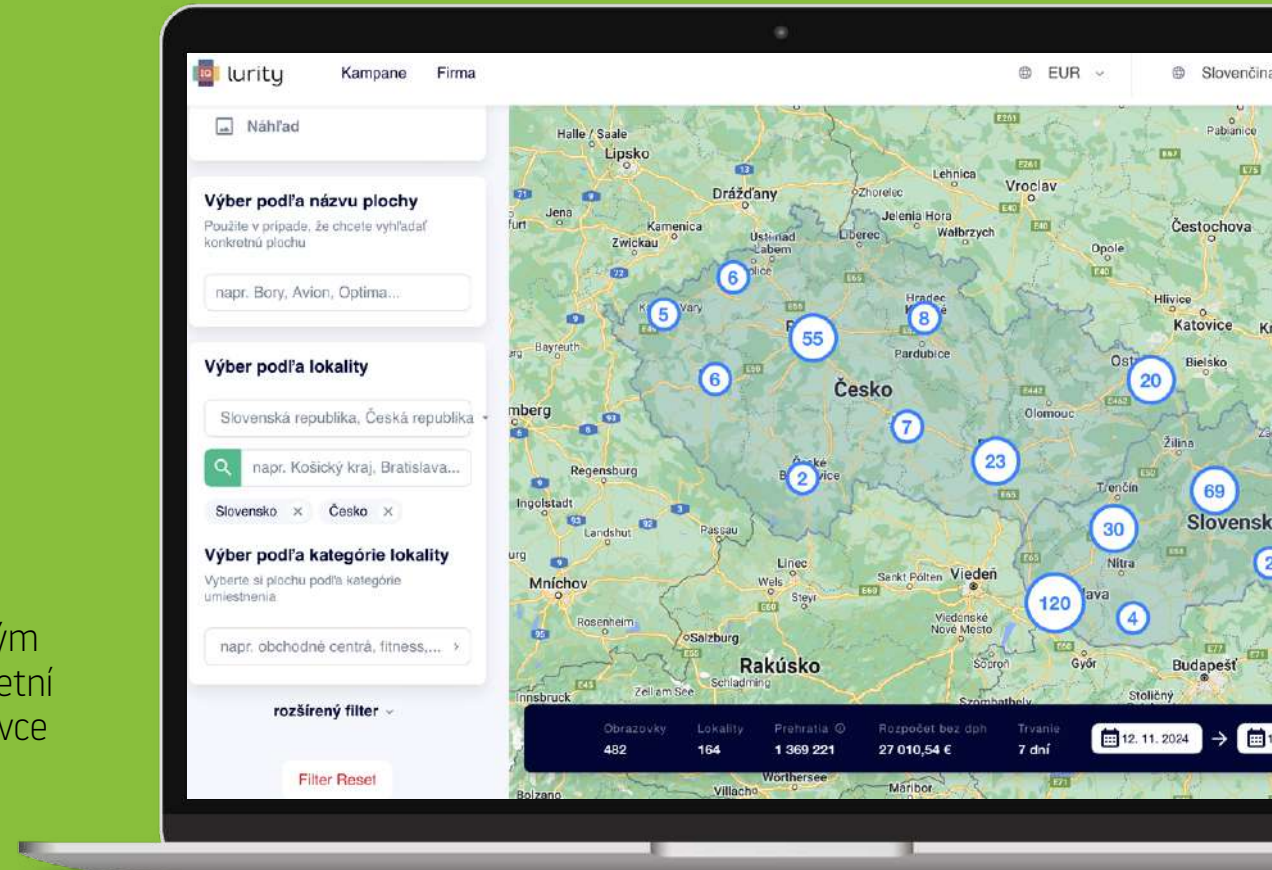
**15 MILIONŮ ZOBRAZENÍ
NAŠICH REKLAM MĚSÍČNĚ**



3 ZEMĚ

HLAVNÍ VÝHODY DIGITÁLNÍ OUT-OF-HOME REKLAMY LURITY

1. možnost **online plánování** na portal.lurity.com
2. **cílení podle regionu**, podle typu umístění plochy
3. **rychlost spuštění** kampaně (do 10 minut)
4. možnost zadat **libovolnou délku** kampaně nad 7 dní
5. **možnost měnit podklady** v průběhu kampaně
6. možnost **realizovat kampaně s živým vysíláním**
7. průběžné **online sledování** průběhu kampaně
8. **výstupy z kampaně**: možnost stažení reportů s přesným časem a konkrétní zaznamenanou obrazovkou + kompletní přehled všech přehrání, a to na každé jednotlivé obrazovce



< JAK DOOH URYCHLUJE
NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ? >

PLÁNOVÁNÍ PLOCH V REKLAMNÍ KAMPANI

Výběr digitálních obrazovek je možný podle lokality nebo sublokality.

Prodej funguje na 1/10 mediálního prostoru z praktického důvodu: každé OC má minimálně 5-9 položek. Při 1/10 na 10 obrazovkách je větší pravděpodobnost, že se klientovi podaří reklamu zaujmout, než při plném časovém prostoru na jednom z X vstupů. Můžeme ji tedy efektivně ovlivnit jak na začátku nákupního procesu, tak v jeho průběhu.

PRŮMĚRNÁ DÉLKA NÁVŠTĚVY ZÁKAZNÍKA V OC JE 1,5 HODINY: BĚHEM TĚTO DOBY SE NA KAŽDÉ OBRAZOVCE PŘEHRÁVÁ REKLAMA.

MAXIMÁLNÍ A MINIMÁLNÍ POČET PLOCH V SÍTÍCH.

Maximálně je možné koupit celou síť SK, CZ, případně i Bosnu a Hercegovinu.

Pokud je v rámci lokality pouze jedna oblast, je možné ji koupit samostatně.

OPTIMÁLNÍ DÉLKA KAMPANĚ

Délka kampaně závisí na zamýšleném cíli a typu kampaně: od týdenní kampaně typu výprodej nebo aktivní propagace v daném OC, přes kampaně na 1 nebo 2 měsíce až například po celoroční komunikaci klientů s pravidelným obnovováním nabídky na digitální obrazovce.

ZPŮSOBY MĚŘENÍ KAMPANÍ

Z hlediska návštěvnosti jsou nákupní centra jedinečná. Tak masivní koncentraci zákazníků na jednom místě, bez ohledu na velikost aglomerace, v níž se OC nacházejí, jiné typy areálů takové parametry nemají. Z hlediska příjmů se jedná o nejzajímavější cílovou skupinu v regionu.

Cena se řídí návštěvností center v dané lokalitě a v daném čase a sezóně: obecně platí, že v průměru mají OC v naší nabídce více než 20 tisíc obyvatel. Naše OC mají denně kolem 20 zákazníků.

Příklad: přepočítáme-li výše uvedená čísla na 30denní kampaně probíhající v 15 obchodních centrech x 15-25 tis. návštěvníků => výsledek 9 mil. zákazníků, které máme možnost oslovit, CPT našeho média je zcela konkurenceschopné se současnými online formáty.





DÉLKA SPOTU, KREATIVNÍ SMĚR KAMPANĚ, ZVUK

Délka spotu je 10 sekund, lze použít 1-10 pozadí, a to buď statických, nebo dynamických (obrázek / vizuál, video).

Doporučujeme použít dynamický spot, tj. video bez zvuku - pomůže to zvýšit zachycení reklamního sdělení. Naše reklamní spoty jsou bez zvuku.

ROTACE KREATIVIT

V současné době je možné do jedné kampaně (do jednoho slotu) umístit 10 kreativ. Systém je střídá nepravidelně, ale rovnoměrně. Je možné kombinovat statické vizuály nebo video.

Náš systém si poradí s různými typy obrazovek: od malých tabletů (reklama v taxicích, restauracích), přes standardní obrazovky až po velké LED nebo jiné nestandardní obrazovky, jako jsou jukeboxy.

INTERAKTIVNÍ PLOCHY

Interaktivní povrchy se v současné době používají v OC v České republice. Ovládají se dotykem nebo gesty a slouží jako informační plochy s interaktivními mapami OC, což zvyšuje komfort návštěvníků, k dispozici je i formát infopanelu. Velmi atraktivní pro OC i návštěvníky jsou naše aplikace, které na interaktivních plochách umožňují kromě hry i marketingovou propagaci značek a vybraných produktů. Výsledkem může být rostoucí databáze kontaktů návštěvníků, což jistě ocení marketéři značek.

Příklady aplikací a klientských kampaní naleznete zde:  **YouTube**

ŘEŠENÍ NA MÍRU

Nabízíme také speciální řešení šitá na míru potřebám klienta jako samostatné projekty. mimo námi nabízené plochy, na vlastních plochách klienta nebo na dlouhodobě pronajatých plochách.

< 4 UŽITEČNÉ TIPY PRO KREATIVNÍ
OUT-OF-HOME REKLAMU >

Děkujeme vám za pozornost a těšíme se na spolupráci.

web: www.lurity.com

Portál pro plánování kampaní: portal.lurity.com

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

