

ООН
Out of home

Наружная реклама

Выполнил:

Студент 3го курса факультета управления Перевезенцев Кирилл Игоревич

О чем?

- Что такое наружка?
- Темпы роста
- Виды носителей
- Бонус

Что такое наружка?

- **Наружная реклама** — графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих.
- Наружная реклама (часто обозначается термином outdoor-реклама или ООН (out of home) и является видом ATL-рекламы.

Темпы роста

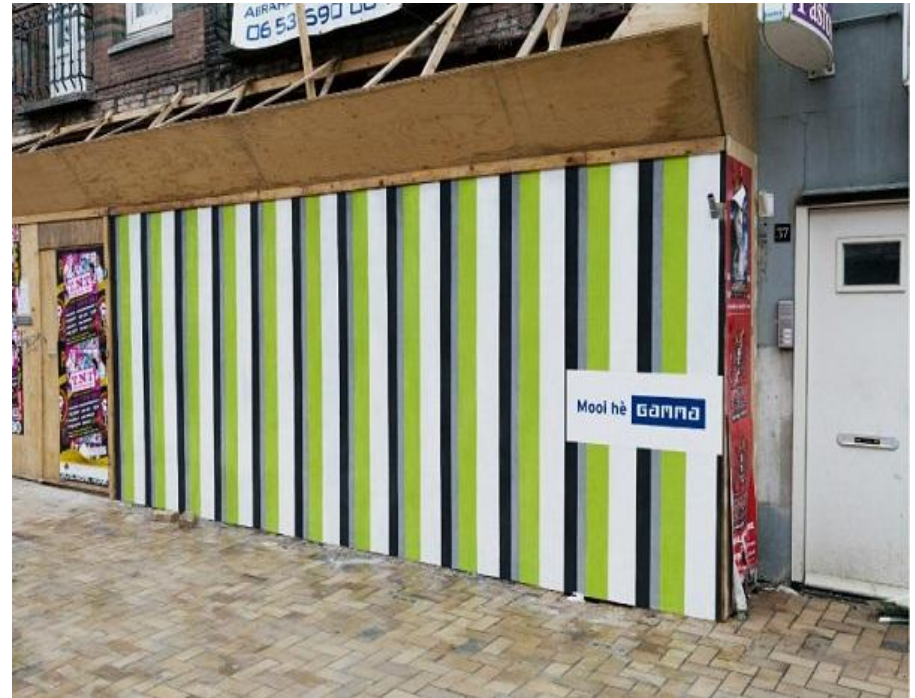
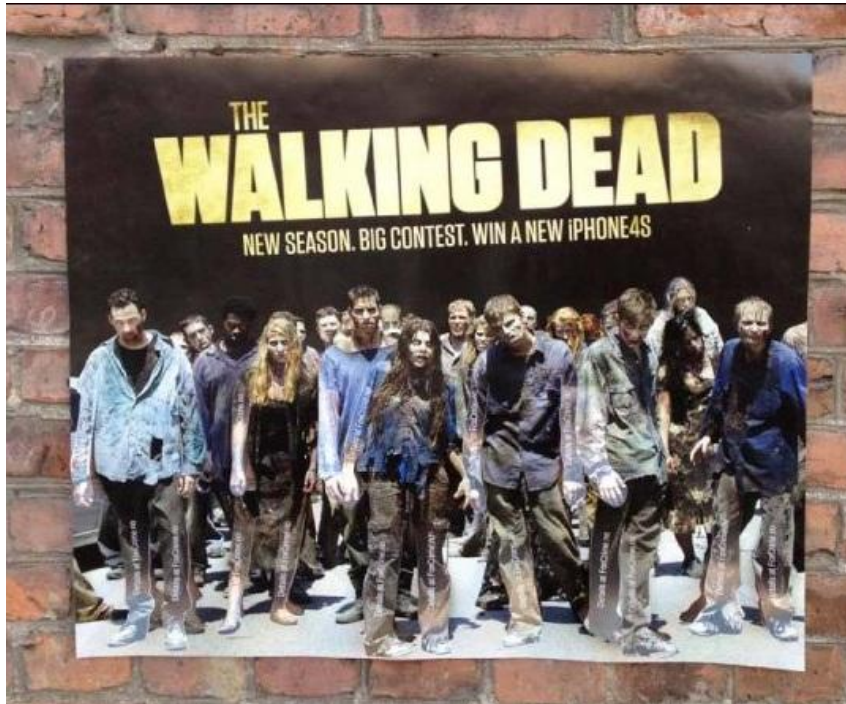
сегмент	2010 год	2011 год	прирост в 2011 году
	млрд.руб.		%
Телевидение*	110.8	131.0	18
<i>в т.ч. эфирное</i>	109.2	128.9	18
<i>кабельно-спутниковое</i>	1.58	2.16	36
Радио	10.3	11.8	15
Печатные СМИ	38.0	40.4	6
<i>в т.ч. газеты</i>	8.2	8.8	7
<i>журналы</i>	18.3	19.8	8
<i>рекламные издания</i>	11.4	11.8	3
Наружная реклама	29.7	34.3	15
Интернет**	26.8	41.8	56
<i>в т.ч. медийная реклама</i>	10.5	15.3	45
<i>контекстная реклама</i>	16.3	26.5	63
Прочие медиа	3.1	4.1	32
<i>в т.ч. Indoor-реклама</i>	2.4	3.2	35
<i>реклама в кинотеатрах</i>	0.75	0.93	25
ИТОГО по сегменту ATL	218.6	263.4	21
Маркетинговые услуги	55.1	68	23

* Использованы данные с сайта AKARussia.ru

Виды носителей

Плакат

- Один из основных видов рекламных носителей, достаточно видное и недорогое средство рекламной коммуникации. Разнообразие форматов и размеров предоставляет широкую область для творчества.



ВСЁ РАВНО?!



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ

РЕКЛАМА В МЕТРО 783-94-947 WWW.OLIMP.M.RU

ВСЁ РАВНО?!



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ

РЕКЛАМА В МЕТРО 783-94-947 WWW.OLIMP.M.RU



Растяжка

По эффективности на один уровень с плакатом ставится перетяжка, часто реклама на перетяжках используется для анонсирования выставок, концертов и других краткосрочных событий. Это достаточно дорогой вид рекламы из-за своего удобного местоположения



Billboard

- Рекламный щит, Биллборд — термин используется для описания вида наружной рекламы, устанавливаемой вдоль трасс, улиц.

Щит представляет собой раму, обитую листами оцинкованной стали или фанеры, покрытую атмосферостойкими составами, закреплённую на опоре.



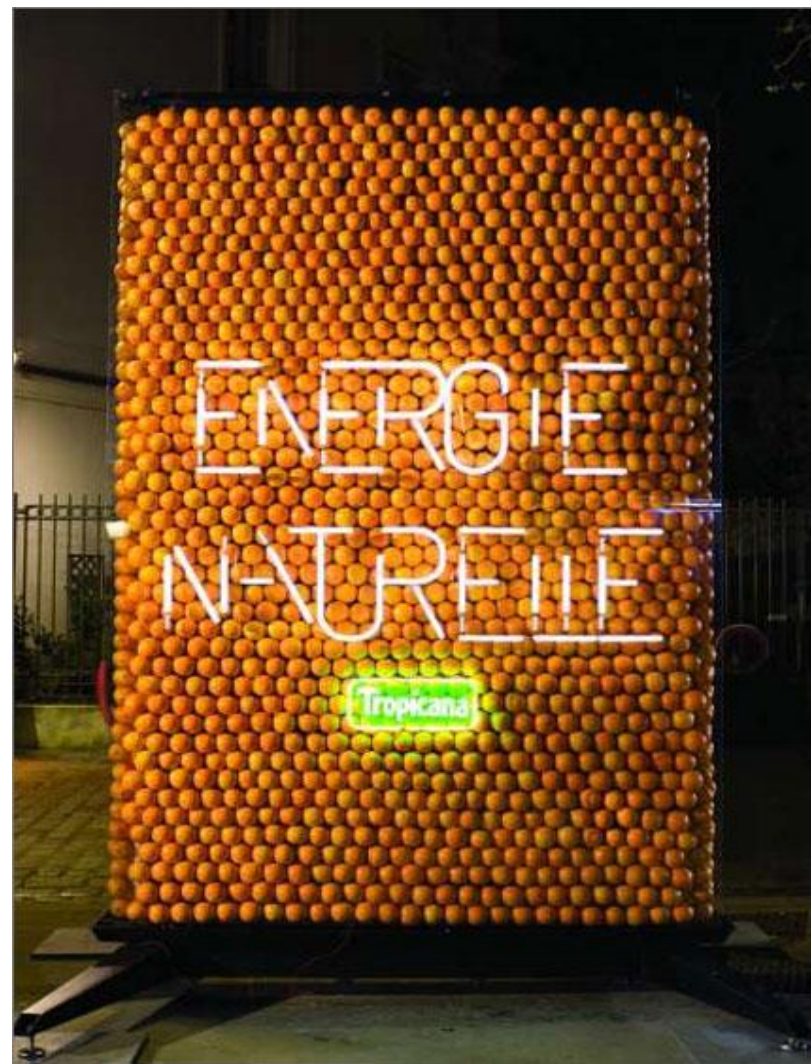
Billboard (3x6) самый популярный вид наружной рекламы в России, на его долю приходится порядка 70% всей наружной рекламы в стране

Сити-формат

— отдельно стоящие конструкции наружной рекламы, павильоны ожидания транспорта. Стандартный размер рекламного поля — 1,2 м х 1,8 м. Представляют собой так световой короб с двумя рекламными поверхностями с внутренней подсветкой. Преимущества: Ярко освещенные рекламные панели привлекают особенное внимание вечером и ночью, что дает высокий рекламный эффект, поскольку рекламный плакат работает 24 часа в сутки



The ad shows two different images when viewed from different angles (lenticular effect).



Для реализации необычной наружной рекламы креативщики из DDB Paris использовали способность цитрусовых вырабатывать электроэнергию: кислота лимонов и апельсинов, вступая в реакцию с медью и сталью, дает электрический ток. Для проведения нехитрого опыта в домашних условиях понадобится всего лишь лимон и несколько кусков проволоки.

Транспорт

Не все виды уличной рекламы требуют одинакового уровня внимания аудитории. Если реклама размещена на станции, в поезде, в такси или на спинке переднего сидения, есть время поговорить с потребителем – например, пока не подошел транспорт или во время самой поездки.



Такую рекламу можно разместить как снаружи так и внутри транспорта



Ambient Media



Магазин в метро

В качестве носителя эмбиент-рекламы могут быть использованы практически любые предметы, что дает безграничное пространство для креатива.

- Вид рекламы, когда медианоситель вписывается в городской ландшафт или становится его частью. В лучших эмбиент-кампаниях носитель ставится в центр коммуникации таким образом, как будто вообще не имеет отношения к рекламе. Это достаточно эффективно, т. к. в наше время потребитель настороженно относится к навязчивой рекламе, а нетрадиционные медиа, привлекают внимание и хорошо запоминаются потребителю.





В Амстердаме автобусные остановки призывают людей заявлять в полицию о пропаже вещей. Творческая концепция несет цель переубедить горожан, что проще забыть о мелкой пропаже, чем обращаться в полицию.



Бонус

**Не пытайтесь повторить это у
себя дома**

Примеры неудачной, но порой смешной наружной рекламы



ВСПОМНИ О РОДИТЕЛЯХ...

8-800-200-1917

BigBoard®

3596

световые короба, неон, вывески
широкоформатная печать



Звони.
И она сделает тебе классную рекламу

ул. Первомайская, 66-а, тел. 8-962-00-388-00

ВНИМАНИЕ!
У СОСЕДА СТОИТ,
И ОН СПОКОЕН!



Звоните:
272-02-02



ООО "Корпорация
"Золотая Формула"
К качественной водке
следует привыкать с детства

**Вамі
понравится**

ПРАВИЛЬНАЯ ВОДКА - ЗДОРОВОЕ БУДУЩЕЕ!
Санкт-Петербург, В.О, Малый пр.57, литера "Ж"
тел.: 313-32-83, 313-00-91

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ 100 м
ТОРГОВАЯ
БАЗА
☎ 76 015



←
БАБУШКИ И ДЕДУШКИ





Видео

- http://www.youtube.com/watch?v=RS3iB47nQ6E&feature=player_embedded
- http://www.youtube.com/watch?v=jzIBZQkj6SY&feature=player_embedded
- http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=vIA5znMDIPc#!