



3DR, outdoor, indoor

3D reklama

✚ **Asociace třídimenzionální reklamy (A3DR)**

<http://www.a3dr.cz/info.asp>

**3D reklama = reklamní produkt mající tři rozměry:
výšku, šířku a hloubku**

✚ **2 druhy produktů: katalogové zboží a tailor made**

✚ **soutěž Hvězda 3D reklamy**

<http://www.hvezda3dreklamy.cz/>

Outdoor reklama

✚ 1993 – Česká asociace pro venkovní reklamu (později Asociace pro venkovní reklamu ČR)

✚ některé typy venkovní reklamy

- billboardy, bigboardy, reklamní plachty, backlighty (7 divů světa – letiště Ruzyně společnosti BigBoard Praha)

<http://www.bigboard.cz/index.php?page=galerie>

- City Light vitríny

<http://www.euroawk.cz/index2.php?section=nosice&lang=cz&id=5>

http://www.railreklam.cz/cs/media_clv.php

- lavičky

<http://www.ad-net.org/>

10 pravidel pro outdoor

- ✎ **najděte si pouze 1 téma**
- ✎ **bud'te struční (zaznamenání, přečtení a zapamatování 5-20 s)**
- ✎ **komunikujte s člověkem**
- ✎ **dívejte se do očí**
- ✎ **objevte kouzlo seriálu**
- ✎ **oslovte lidi tam, kde Vás nečekají**
- ✎ **zvolte vhodnou kombinaci barev**
- ✎ **vede realistická 3D reklama**
- ✎ **sexuální podtext přitahuje**
- ✎ **fungující neměňte**

Indoor reklama

➤ média

- Dynamic Shopping Display
- City Light vitrína
- Floor windows
- Saleboard
- Floor Stickers

(Perla Tip v r. 2001 – 100 prodejen 5-ti řetězců, efekt nálepek 3%)



POP a POS

☛ = reklama v místě nákupu a prodeje

☛ nástroje:

prodejní stojan



Univers Magnet

Univers



Promo stolky

Roll&Show

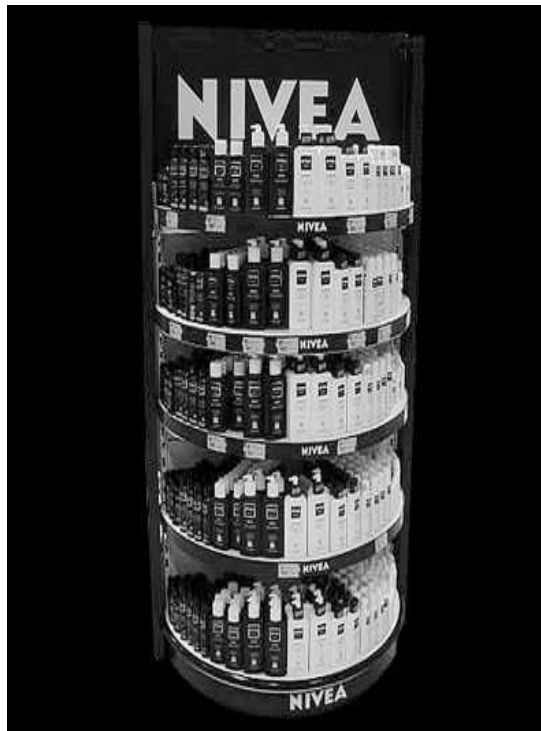


POP a POS

Rollaway



regálová čela



stojany s testerem



dekorované palety



Výzkum POPAI

✎ POPAI (Point of Purchase Advertising International)

Typ nákupu	Supermarket	Obchodní dům
konkrétně plánovaný	30	26
obecně plánovaný	6	18
náhradní	4	3
neplánovaný	60	53

POPAI ve spolupráci s Meyers Research Center – index zvýšení nákupu značky (index 46,67 pro filmy a fotografický materiál)

<http://www.popai.cz/>

Použité zdroje

Mimo zdroje uvedené v prezentaci

- ✘ **Strategie – 10 momentů, které ovlivnily vývoj trhu**
- ✘ **KRUPKA, J. Desatero zásad, jak nezkopat venkovní reklamu. Strategie z 10.02.2003**
- ✘ **COUFALOVÁ, M. – Reklama v nákupních centrech kvete. Strategie z 01.09.2003**
- ✘ **FORST, V. Nejen pro ty, kteří klopí oči. Strategie z 22.04.2003**
- ✘ **Reklama v místě nákupu. Strategie z 03.11.2003**
- ✘ **KUDRNOVÁ, L. Průvodce POP nástrojů. Strategie z 22.04.2003**

Použité zdroje

- ✦ **Strategie z 03.11.2003 – příloha**
- ✦ **KRUPKA, J. Strategie z 24.02.2003. část Sales promotion and 3D**
- ✦ **<http://www.bellex.cz/>**
- ✦ **<http://www.logologic.cz/htmlVersion/cz/hist01.html>**
- ✦ **<http://www.rainbowdisplaysystems.com/>**
- ✦ **<http://www.unibon.cz/interakt.htm>**
- ✦ **<http://www.vybercz.cz/popai>**
- ✦ **http://www.istrategie.cz/pdf_files/outdoor_2001/STRVEN_24_25.pdf**