



**3DR, outdoor, indoor**

# 3D reklama

- ✚ Asociace třídímenzionální 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](http://www.railreklam.cz/cs/media_clv.php)

- lavičky

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

# 10 pravidel pro outdoor

- ✚ najděte si pouze 1 téma
- ✚ buďte 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)**



# 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](http://www.istrategie.cz/pdf_files/outdoor_2001/STRVEN_24_25.pdf)