



**3DR, outdoor, indoor**

# 3D reklama

## ✚ Asociace třídimenzionální reklamy (A3DR)

<http://www.a3dr.cz/mapa.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

✚ Česká asociace pro venkovní reklamu

<http://www.cavr.cz/cz/onas.php>

✚ 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.cz/>

# 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 Dis
- 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

Univer Magnet

S



Promo

Roll&Sho

W



# POP a POS

## Rollaw



## regálová čela



## stojany s testerem



## dekorované palety



# Výzkum POPAI

## ✚ POPAI (Point of Purchase Advertising

<b>International) Typ nákupu</b>	<b>Supermark et</b>	<b>Obchodní dům</b>
<b>konkrétně plánovaný</b>	<b>30</b>	<b>26</b>
<b>obecně plánovaný</b>	<b>6</b>	<b>18</b>
<b>náhradní</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>neplánovaný</b>	<b>60</b>	<b>53</b>

**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)**