



3DR, outdoor, indoor

3D reklama

- ✦ **Asociace třídímenzionální 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/citylighty.html>

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

-lavičky

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

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

Promo stolky

Univers

Roll&Show



POP a POS

Rollaway



regálová čela



stojany s testerem



dekorované palety



Výzkum POPAI

POP AI (Point of Purchase Advertising International)

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

POP AI 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