

Для стимулирования продаж, поддержания имиджа и продвижения представленных Вами товаров и услуг, предлагаем разместить рекламу на различных поверхностях, расположенных в нашем городе.

## БРАНДМАУЭРЫ

Последние тенденции в мире рекламы показывают, что крупные федеральные сети, компании (МТС, Мерседес, SONY, Samsung, Reno, и т.д.), все чаще размещаются на больших поверхностях, расположенных на фасадах зданий. Ведущие маркетологи объясняют это 5 причинами:

- 1. Экономия бюджета.** Один брендмауэр по площади равноценен минимум 3 билбордам, а по цене – значительно дешевле.
- 2. Запоминание.** За счет эмоционального восприятия людей информации большого размера (правило психологии: "удивил - значит, запомнят" действует в полной мере).
- 3. Положительный имидж, доверие.** Компания, которая размещается на большом формате, воспринимается клиентами как серьезная, крупная, вызывающая доверие, статусная и достойная.
- 4. Качество и объем медиаконтакта.** Большая поверхность не уступает телевизионной рекламе, но по ценовой политике значительно ниже.
- 5. Привлечение внимания.** 83% людей «визуалы», именно поэтому большой формат идеально подходит как информационный носитель для этой группы людей (лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать).



## КРОНШТЕЙН-ПАНЕЛИ НА ОПОРАХ ОСВЕЩЕНИЯ

Навигационная реклама в Омске широка и многообразна. Чаще всего навигационная реклама встречается на дорогах, указывая путь потенциальным потребителям. Реклама на опорах освещения, столбах, торцах зданий, как правило, производится с помощью панель-кронштейнов.

Реклама на опорах освещения – проста, экономична и эффективна, позволяя использовать имеющиеся преимущества уличного освещения. При таком виде рекламы нет необходимости создания самостоятельной опоры и подсветки, то есть монтаж панель-кронштейнов осуществляется в идеальном для восприятия потребителем месте.

Поскольку реклама на опорах несколько отличается от стандартных, то мы даем рекомендации по выбору опор, на которых будет производиться размещение, а наличие карт и фотографий с прорисовкой рекламных объектов дает Вам наиболее полную картину о том месте, где будет размещена Ваша реклама. Преимущества:

1. **Привлечение внимания** целевой аудитории за счет нового формата наружной рекламы (стрит-баннер).
2. **Эффект кратности.** Высокий уровень запоминаемости рекламы за счет «эффекта кратности», когда одно и то же изображение повторяется несколько раз.
3. **Возможность проведения широкомасштабных акций.** Высокое попадание в аудиторию за счет количественного охвата города.
4. **Массовость.** Возможность размещения конструкций (панелей-кронштейнов, стрит-баннеров) в любых районах города.
5. **Указатель.** Возможность использования стрит-баннеров в качестве указателей расположения офисов, магазинов и т.д.





## РЕКЛАМА НА ОГРАЖДЕНИЯХ

По оценкам независимых экспертов у представителей омского бизнеса всё больше и больше набирает популярность размещение рекламы на ограждениях.

Функциональные преимущества:

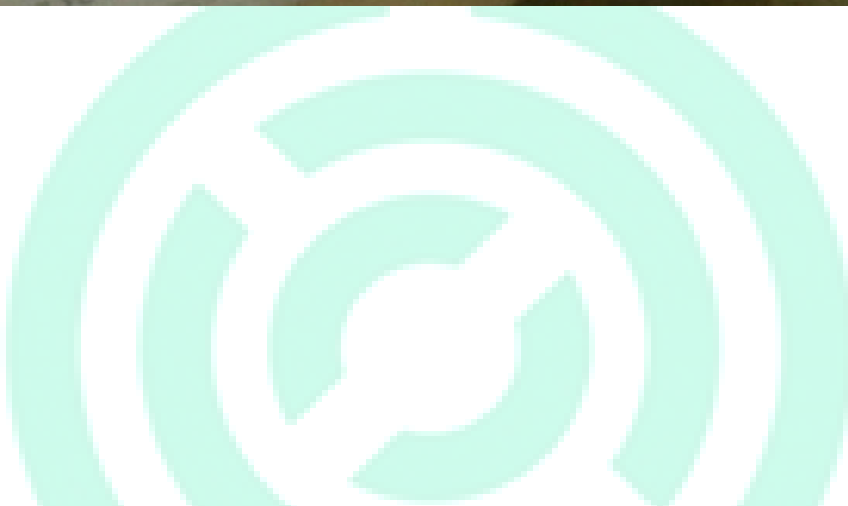
1. **Умеренная цена.** Стоимость размещения в разы ниже, чем другие рекламные носители.
2. **Широкий охват аудитории.** За счет размещения на центральных и оживленных магистралях города, данный вид рекламы активно привлекает внимание различных целевых групп.
3. **Высокая запоминаемость.**
4. **Нестандартность рекламного носителя.**



## АФИШИ И БАННЕРЫ В ПОДЗЕМНЫХ ПЕРЕХОДАХ

**Размещение наружной рекламы** в подземках сегодня стало одним из самых популярных вариантов за счет того, что дает возможность известить о маркетинговом предложении наибольшее число прохожих, а кроме того обозначить ближайший пункт торговли, в котором можно купить продвигаемый продукт. Преимущества:

1. Охват огромной аудитории потенциальных клиентов – медийность рекламоносителя;
2. Возможность охватить большую территорию (исторический центр города и спальные микрорайоны);
3. Усиление воздействия благодаря постоянству маршрутов пешеходов и правильно выбранного места размещения рекламы.



## РЕКЛАМА НА АЗС

Автозаправочная станция является местом постоянной проходимости потребительской аудитории. Реклама, расположенная в зоне видимости клиента, (в месте въезда на заправку автомобиля, в зонах заправки, оплаты и покупки сопутствующих товаров), является наиболее эффективным способом представления торговых марок и услуг для конкретной ЦА, так как у клиентов достаточно времени, чтобы обратить внимание на рекламу.

### Преимущества:

- 1. Четко выделенная ЦА.** Вашу рекламу увидят люди, у которых есть автомобиль, т.е. изначально обладающие определенным уровнем достатка.
- 2. Многократность и длительность контакта.** Учитывая, что каждый автомобилист несколько раз в неделю бывает на АЗС, реклама достигает немаловажной цели - внедрение в сознание потребителя за счет четкой периодичности случайного или преднамеренного просмотра рекламного сообщения.
- 3. Качество контакта.** В процессе заправки внимание водителя не приковано к дороге, а значит он больше расположен к положительному восприятию информации.
- 4. Стоимость.** Реклама на АЗС дешевле других видов рекламы и позволяет провести широкомасштабную рекламную кампанию в рамках ограниченного бюджета.





## РЕКЛАМА В КИНОТЕАТРАХ

Главным преимуществом рекламы в кинотеатрах является охват аудитории. Ее смотрят все посетители кинотеатра. К тому же, рекламу в кинотеатре смотрят довольно внимательно. Реклама в кинотеатрах также эффективна благодаря положительному эмоциональному настроению зрителей.

Рекламный пилларс или пиллар - это динамическая конструкция нового поколения, изготовленная по уникальной технологии, имеющая 4 грани, равномерно подсвечивающаяся и плавно вращающаяся. Размер рекламного поля каждой грани пилларса - 199,5 x 75,5 см.

1. **Внешний вид.** Реклама на пилларсах явно выигрывает перед обычными рекламными стойками, которые теряются на фоне торгового центра, не привлекая к себе необходимого внимания.
2. **Аудитория.** Расположение в пилларса в кинотеатрах, имеющих большую посещаемость, дает возможность рекламодателю привлечь большой поток людей.
3. **Подсветка.** Встроенная подсветка повышает зрительный эффект, мягко подсвечивая все грани конструкции пилларса.
4. **Привлечение внимание боковым зрением.** Пилларс медленно вращается, делает один-полтора оборота в минуту, позволяя прохожим хорошо ознакомиться с рекламой.

