



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

**ТВОЯТА АУДИТОРИЯ ТЕ ЧАКА!**



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

Външната реклама води началото си от преди 5000 години в древен Египет и със сигурност може да се каже, че тя е първата форма на реклама създадена от човека.

Още в древността хората са използвали знаци, за да обозначават значими за тях места.

Така и днес външната реклама е разположена навън, в различни форми, размери и цветове.





ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ



„Аутдорът“ е рекламирането, което заема пространствата извън дома и офисите. Външната реклама информира за продукти или услуги, поставена е на места с концентрация на движение на човешкия поток – пешеходци, транспортни средства, за да предизвика и установи контакт с потенциалните ползватели.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# FEPE: тенденции в Ooh-рекламата

Под мотото „Вашата аудитория чака“ през юни се проведе конгрес на FEPE за външна реклама – Будапеща 2015:

- лектори с уникални гледни точки по отношение на Ooh-бизнеса;
- Множество проучвания върху потребителското поведение и реакциите на аудиторията на ooh –медиите;
- Тенденцията – комбинирано ползване и респективно въздействие на дигиталните технологии и класическите оф-лайн медии.





ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# ВЪНШНАТА РЕКЛАМА

- **Външната реклама е неотменна част от медия микса!**
- Външната реклама е много повече от билбордове!
- Външната реклама работи!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама е неотменна част от медия микса

- Поради промяната в поведението на хората и динамичния начин на живот на съвременния човек, външната реклама заема все по-голяма част от неговия бит и е във все по-голям досег с него.
- Външната реклама не само увеличава директните продажби, но и увеличава ефективността на ТВ, радио, печатна и он-лайн реклама.
- Основните цели на външната реклама са:

**„ЗАТОПЛЯНЕ“ НА  
ПОТЕНЦИАЛНИ  
КЛИЕНТИ**

**АНГАЖИРАНЕ НА  
СЪЩЕСТВУВАЩИ  
КЛИЕНТИ**

**ПЕЧЕЛЕНЕ НА НОВА  
АУДИТОРИЯ**



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама – 24/7



Тя не подлежи на избор и не изисква усилия от аудиторията!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама – 24/7

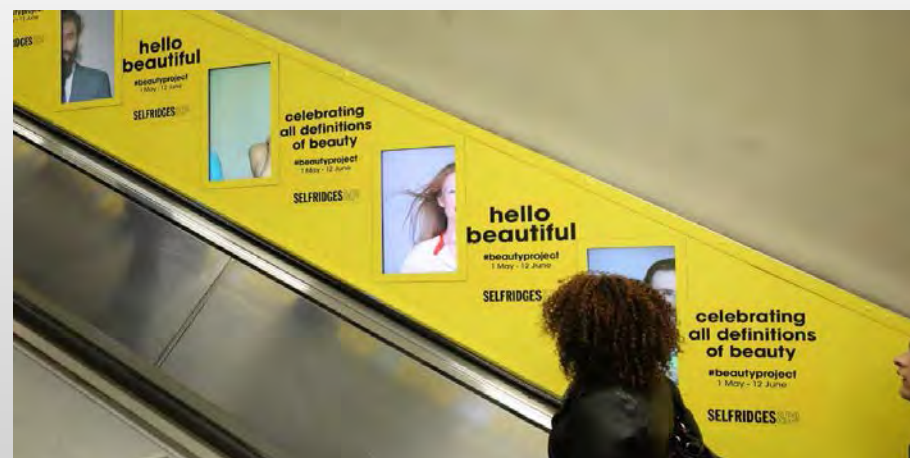


Тя не може да бъде избегната!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама – 24/7

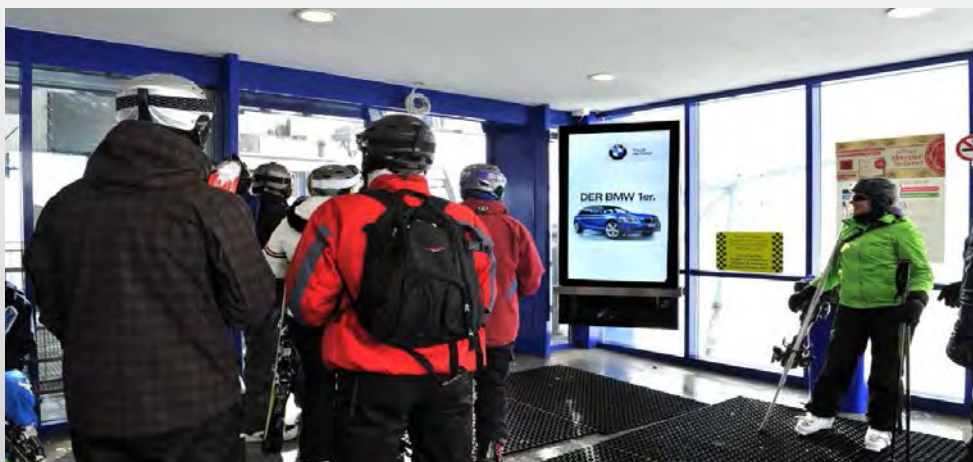


Тя не изисква инвестиции от потребителите – тя е просто около тях!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама – 24/7



Външната реклама и потребителите са физически реални в пространството, а не виртуални!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама - лидер сред оф-лайн медиите



По данни на компании от бранша, ръстът в обемите и оборотите за 2014 достига 20%.

Освен глобалните марки и компании все повече представители на малкия и среден бизнес се обръщат към Ooh.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ



Външната реклама ни дава най-нисък разход за достигане до желаната аудитория. Тя обаче не е лесна за планиране. Всеки който се обърне към външната реклама има нужда от „познавачите“ в бранша. За да не бъдат пропиляни излишни пари, а да бъде похарчена точната сума, трябва да се слуша гласа на професионалистите.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ



Едва **10%** от своето активно **време**, хората прекарват **у дома**. Така че, ако влиянието върху финалните им решения за покупки е важна цел, то единственият разумен ход е да бъде преместена точката на представяне на рекламата по-близо до техните портфейли.

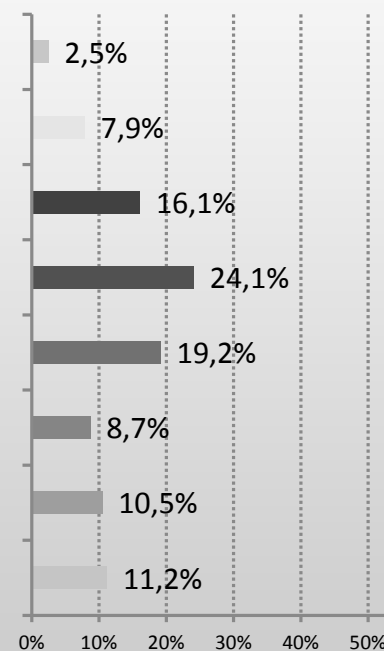


# Колко често посещавате...?

## Кино



## Театър

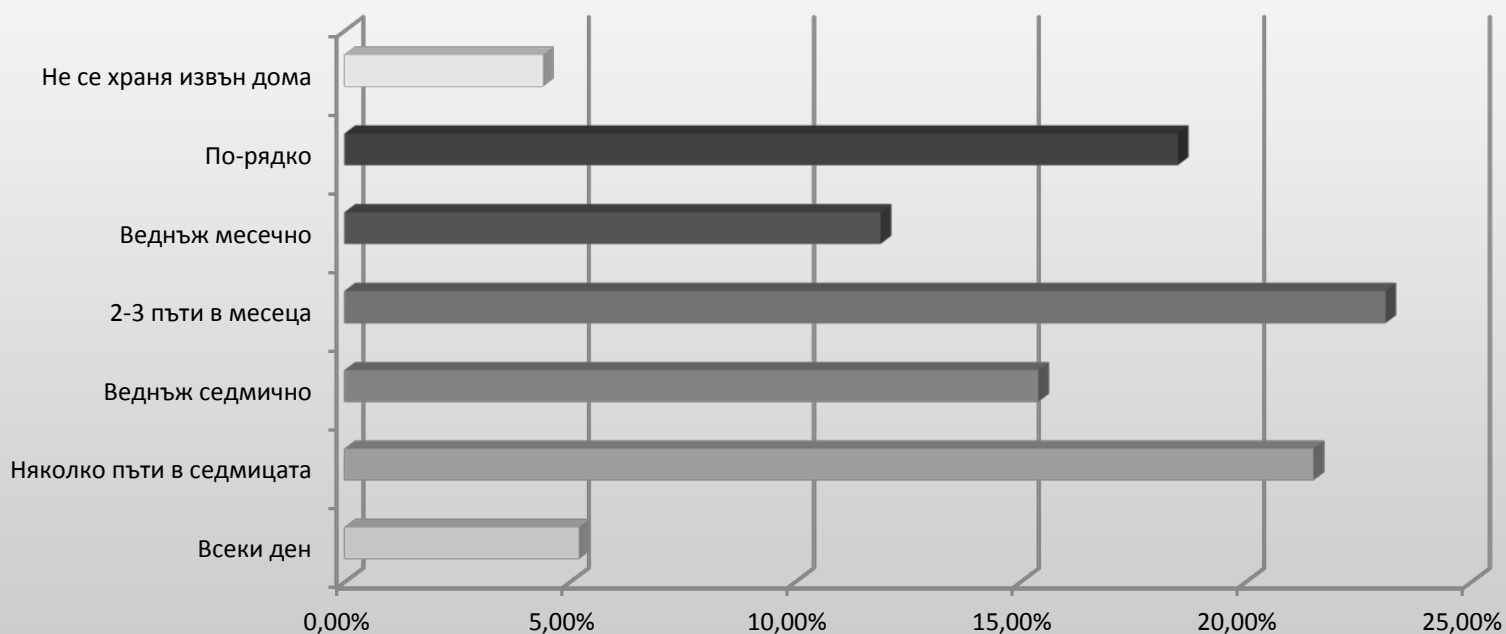


По направени изследвания за компании от бранша - над 35% от столичани ходят на кино веднъж в месеца или по-често, а над 26% от тях посещават театър по-често от веднъж месечно.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Колко често се храните в ресторант?



Над 65% от аудиторията се храни в ресторант повече от 3 пъти в месеца. Това е силен показател колко активен социален живот води съвременния човек в големия град.

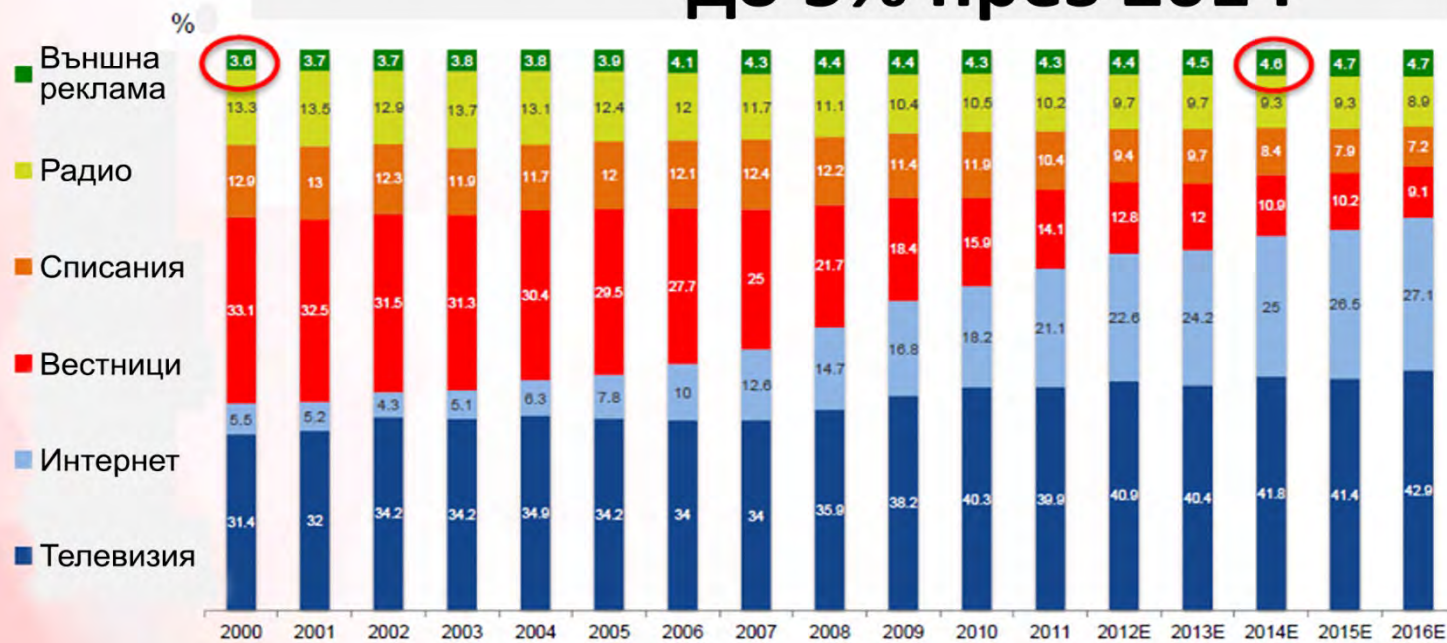


ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама в световен мащаб

От 3% през 2000

до 5% през 2014



Източник: JCDecaux



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

## Външната реклама затвърждава своите позиции



Измерванията във външната реклама – факт!

Работи платформа за Трафик-анализ на АПИ.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ



24 часа в денонощието и 365 дни в годината ще се брои трафикът по автомагистралите и пътищата от I клас, част от Трансевропейската транспортна мрежа.

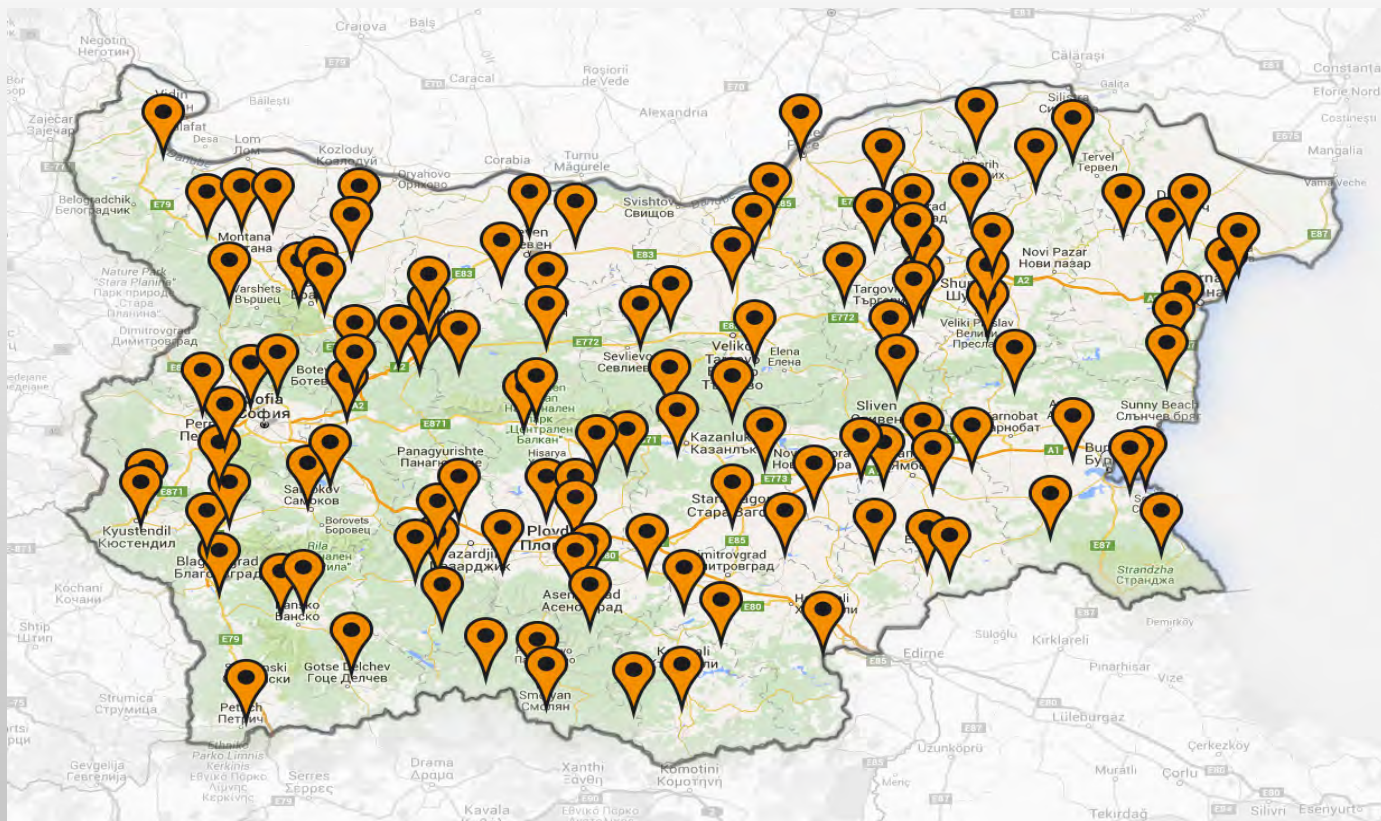
Монтирани са 100 броя преброителни пункта, които ще следят за интензивността на трафика, чрез броячи инсталирани на автомагистралите „Тракия“, „Хемус“, „Люлин“, „Марица“ и „Струма“, както и на първокласни пътища от републиканската пътна мрежа.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ



# Пунктовете на АПИ – измервания във външната реклама у нас





**Технологията**, по която се осъществява броенето на трафика, е комбинация от камери, които разпознават преминаващите моторни превозни средства и по софтуерен път определят направлението на движение. Чрез индуктивни рамки, разположени в пътната настилка, се извършва класификация на видовете превозни средства – леки автомобили, камиони, автобуси и т. н.

Дори ако бъде заложен минимален брой от двама пасажери за превозно средство, ще се получи една много сериозна аудитория за външната реклама.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

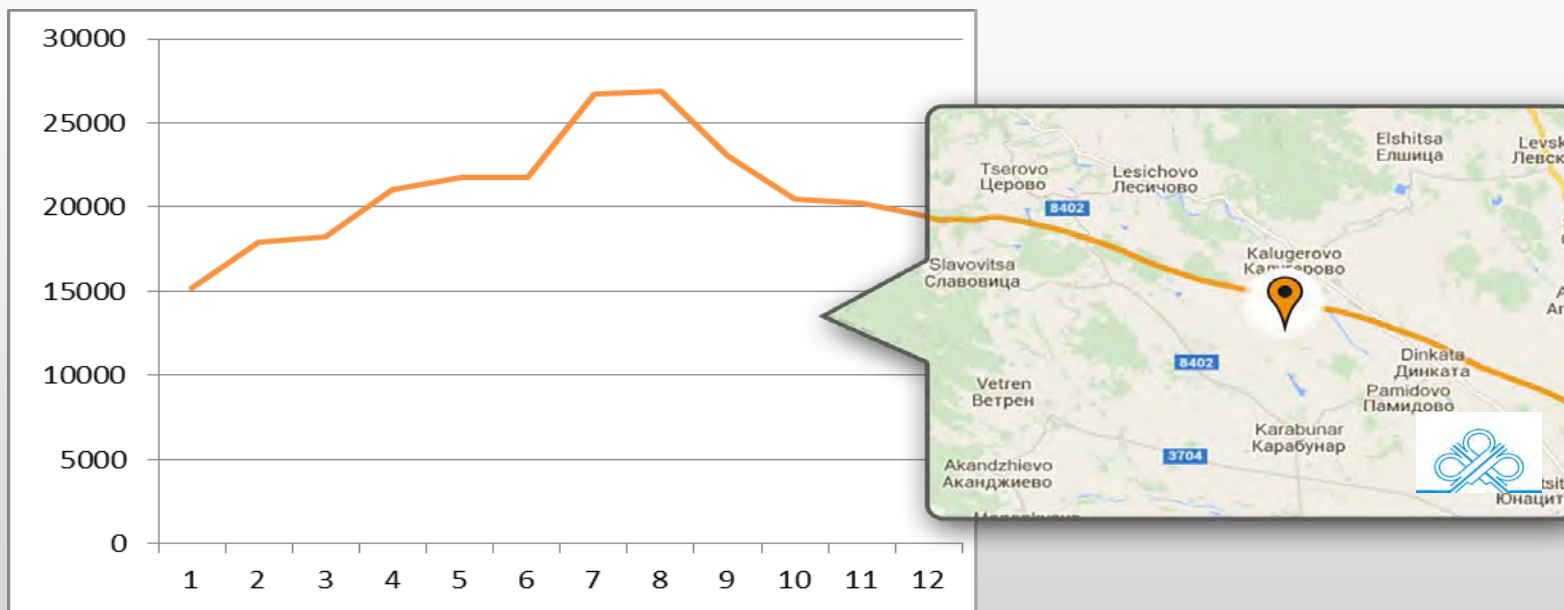


Тестовото преброяване показва, че началото на АМ „Тракия“ – при изхода на София, е най-натовареният участък от републиканската пътна мрежа. Средно на денонощие през него преминават между 35 000-47 000 моторни превозни средства. В края на работната седмица и при събирането на няколко почивни дни интензивността достига около 48 000-50 000 МПС за 24 часа.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Среднодневен трафик по месеци при пункт ПП 112 при АМ 1



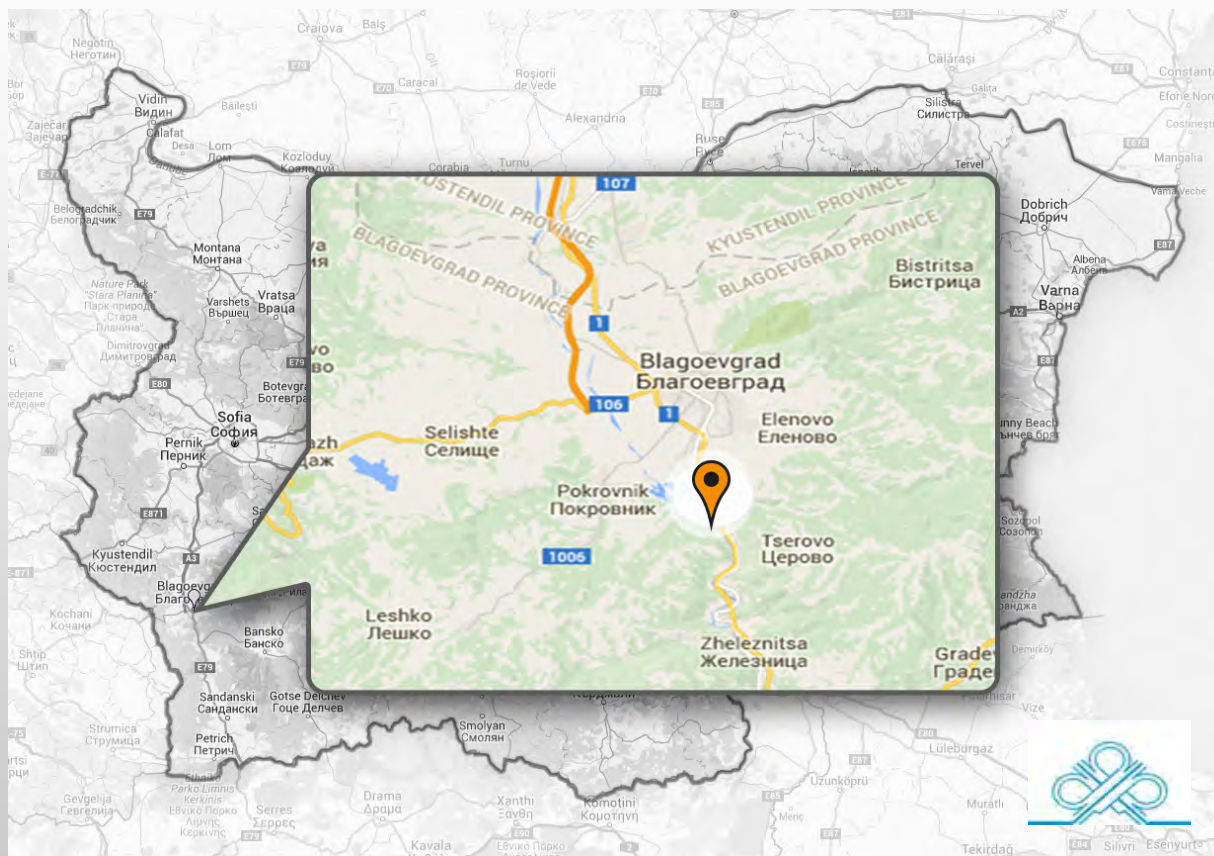
От графиката виждаме, че вариациите в трафика не са така силно изразени, както преди години и няма сезонност при пътуванията, което е предпоставка за използване на външната реклама целогодишно.

Също така не трябва да се подценяват първите месеци от годината за сметка на последните и биха могли да се използват много по-активно за реклама.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Трафик анализите и външната реклама

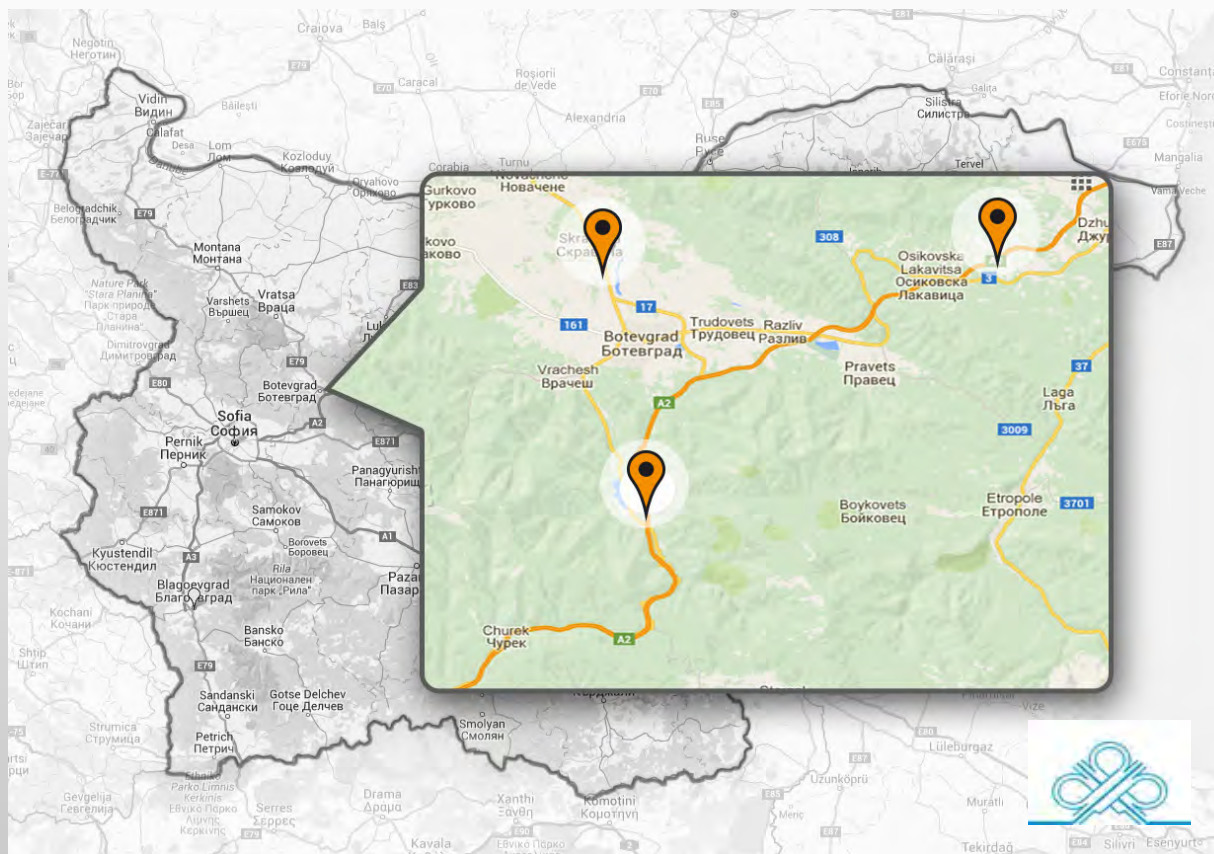


По данни на АПИ през ПП11 на път E79 през месец януари за денонощие преминават средно по 10997 автомобиля.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Трафик анализите и външната реклама



Рекордър по достигнат трафик на денонощие е ПП на път АМ2, преди Ботевград, през месец септември с 38 682 автомобиля.



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# ВЪНШНАТА РЕКЛАМА

- Външната реклама е неотменна част от медия микса!
- **Външната реклама е много повече от билбордове!**
- Външната реклама работи!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Интегрирани комуникации в Оох

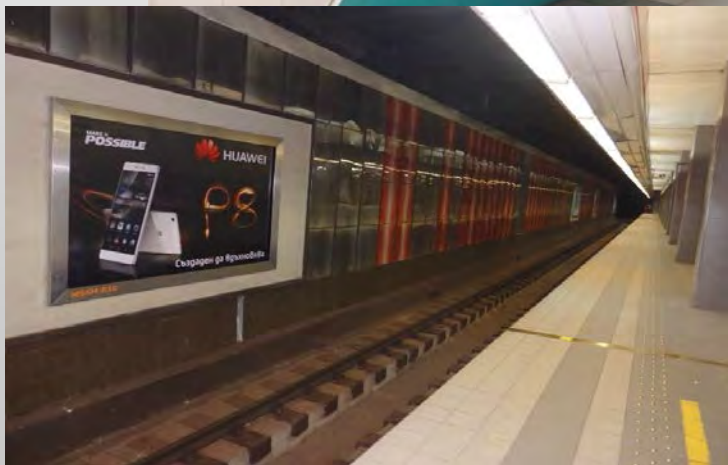
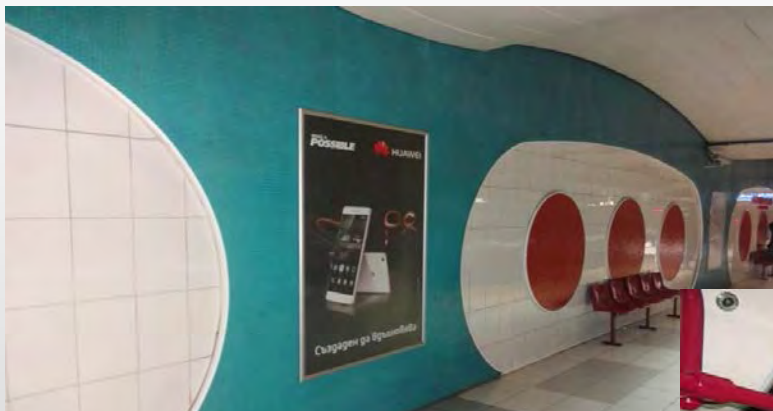


Оох кампания Huawei ноември-декември 2015



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Интегрирани комуникации в Оох



Оох кампания Huawei ноември-декември 2015



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Интегрирани комуникации в ОоН



кампания Huawei ноември-декември 2015



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Интегрирани комуникации в Оох



Оох кампания Huawei ноември-декември 2015



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# Интегрирани комуникации в Оох



Оох кампания Загорка АД юли-октомври 2015



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# ВЪНШНАТА РЕКЛАМА

- Външната реклама е неотменна част от медия микса!
- Външната реклама е много повече от билбордове!
- **Външната реклама работи!**



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# ВЪНШНАТА РЕКЛАМА РАБОТИ

- Ооh – въздейства все повече върху поведението на хората!
- Ооh работи, за да работи вашият бизнес!
- Ооh се позиционира като лидер сред медиите!



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

# ВЪНШНАТА РЕКЛАМА РАБОТИ

Аутдорът дава своя сериозен принос към икономиката на България и вероятно е браншът с най-висока добавена стойност. По естествен път следи поведението на бизнеса. Значим е по няколко причини:

- малките и средни предприятия са сочени като основа на икономическата система, заради огромния брой работещи в тях;
- външната реклама се явява единствения по-достъпен комуникационен канал за популяризиране на дейността;
- покрива регионалния обхват на бизнеса и гарантира ефективност.

Затова аутодарът е български бизнес за българския бизнес – дава тласък на развитието на вътрешния пазар, създава и обезпечата работни места; данъците и печалбите остават в България. Това на практика доказва:

**КОГАТО РЕКЛАМАТА СИ ВЪРШИ РАБОТАТА, ДРУГИТЕ ЗАПАЗВАТ СВОЯТА!**



ТРАНСПОРТНА  
ИНДООР И  
АУТДООР  
РЕКЛАМНА  
АСОЦИАЦИЯ

Благодаря на всички, че отделихте от своето време и се запознахте с презентацията. Нека данните, представени тук ни дават увереност, че делът на външната реклама ще продължава да расте, използвайки всички възможни форми на интегрирани комуникационни решения за постигане на все по-добри резултати!

09.12.2015 г.

Зарина Генчева,  
Председател на ТИАРА