

Intrebari

Publicitatea neconventionala si in mod special publicitatea in lift reprezinta un mediu nou de comunicare in Romania anului 2006, asa cum a fost de exemplu in Canada anului 1990. Publicitatea in lift reprezinta un mijloc de comunicare care aduce relevanta, impact si eficienta, folosindu-se de un spatiu inedit si generos pentru publicitate – liftul. Se poate spune ca aparitia publicitatii neconventionale are tot timpul la baza faptul ca interesul consumatorului pentru un anumit brand nu mai poate fi mentinut apelandu-se tot timpul la aceleasi medii. Dorinta de inovatie a publicitarilor poate fi considerata un factor pentru aparitia publicitatii neconventionale, dar cu siguranta este strans corelata cu dorinta tot mai mare a companiilor de a se pozitiona pe piata diferit de concurenta. Si in acest context, “diferit” inseamna publicitate neconventionala, publicitate de nisa.

Sunt doua elemente care fac ca publicitatea in lift sa fie considerata neconventionala si anume: timpul si noutatea. Cand zic timp ma refer la faptul este necesar sa treaca o perioada de timp pentru ca oamenii sa constientizeze importanta data de avantajele pe care le ofera acest mediu, iar noutatea vine din faptul ca metodele de abordare a consumatorului sunt inedite, confera prospetime si spectaculozitate brandurilor promovate.

Publicitatea in lift se poate folosi de mai multe tipuri de suporturi precum panourile din aluminiu, video screen-uri sau in unele cazuri direct sticker-e si asta in functie de aspecte ce tin de trafic, brand promovat etc.

Mijloc de promovare extrem de util, inedit si eficient, publicitatea in lift se adreseaza companiilor ce doresc sa isi consolideze imaginea, creand astfel notorietate pentru produsele sau serviciile lor sau pentru a face cunoscute promotii ce contribuie la cresterea vanzarilor. Acest mediu poate fi integrat in strategiile de marketing si utilizat cu succes de companii care activeaza in diverse domenii de activitate precum cel al asigurarilor, al serviciilor bancare, serviciilor de telefonie, retail sau auto. Dintre produsele sau serviciile promovate de catre Invent Media: echipamente IT, amenajari interioare (usi de interior, mobila), produse si servicii bancare, produse alimentare etc.

Publicul tinta este format din persoane care au un stil de viata activ, persoane receptive la nou, cu varste cuprinse intre 21 si 55 de ani cu venituri cuprinse intre 300 si 3500 de euro/luna in functie de zonele unde se desfasoara o campanie.

Audienta este cunoscuta prin intermediul datelor indirecte: costurile implicate de inchirierea sau detinerea unui apartament intr-o anumita zona ofera informatii despre venitul mediu lunar al celor ce locuiesc in acele apartamente. In plus, in blocurile unde exista lifturi inchiriate sunt si multe sedii de firme, ceea ce sporeste traficul de persoane. Luand in considerare si vizitatorii – firmelor sau familiilor ce locuiesc in acele blocuri – se poate constata ca exista o **audienta numeroasa** si mai ales **relevanta**.

Un spatiu inedit asadar, diferit de cele obisnuite, care ofera avantaje importante companiilor. Pe langa **flexibilitatea** in alegerea zonelor si a blocurilor in care se pot posta afise, se remarca **vizibilitatea** permanenta a mesajului – afisul se afla in liftul ce poate fi utilizat 24 de ore din 24, 7 zile pe saptamana. Campaniile au impact cu atat mai mare cu cat nu ruleaza in acelasi timp, in acelasi suport, mai multe reclame. **Costurile** sunt mai scazute fata de publicitatea “traditionala”. Totodata **rata de memorare** a mesajului este mult mai mare (peste 90%) decat cea inregistrata in alte medii outdoor, presa etc (30%).

Mai exista un avantaj ce poate aduce beneficii pentru imaginea companiilor care aleg sa foloseasca acest mijloc de promovare si anume posibilitatea de a avea campanie cu materiale unice

pentru acest suport – panoul publicitar din lift. Invent Media ofera de exemplu si acest serviciu, complementar, de creatie a conceptului grafic pentru acest mediu pus la dispozitia celor interesati.

Un dezavantaj pe care il are publicitatea in lift este acela ca fiind un mediu nou, oamenii nu apeleaza inca cu toata increderea.

Ratecardurile practicate se situeaza intre 30 si 40 de euro/luna per panou in functie de zona, durata campaniei sau numarul de locatii contractate.

Agentiile de creatie au inteles liftul ca pe un mediu foarte ofertant, pe langa printurile clasice cabina si spatiul din jurul liftului mai poate primi diversi alti stimuli olfactivi sau auditivi. Cred ca este singurul mediu indoor unde se poate creea o relatie intima intre mesajul publicitar si consumator.

Liftul este singurul mediu in care **impactul, relevanta si creativitatea** contribuie impreuna la desfasurarea campaniilor publicitare eficiente si memorabile.

Acest gen de publicitate se adreseaza in principal companiilor care au ca target consumatorul final (B2C), mesajul fiind aproape de consumator si vizibil exact in momentele cheie cand acesta pleaca la cumparaturi sau pentru a petrece seara, momente decisive in alegerea produselor sau serviciilor potrivite pentru ei.

Publicitatea traditionala este in crestere continua, previzibila datorata intrarii pe piata romaneasca a companiilor multinationale si va urma acest trend atata vreme cat vor aparea si aici imbunatatiri ale serviciilor oferite.

Privind in ansamblu cu cat in industria de publicitate isi fac aparitia tot mai multe canale de comunicare (traditionale sau neconventionale) cu atat eficienta fiecarui canal luat in parte se diminueaza, iar pentru a se mentine eficienta. companiile si agentii de publicitate alcatuiesc strategiile avand la baza mixul de comunicare care presupune folosirea intr-o campanie a mai multor medii (presa, radio, indoor, tv, internet etc).

Studiu de caz

Publicitatea in lift: success garantat

Invent Media, companie ce promoveaza publicitatea in lift, a desfasurat cu succes o campanie de promovare pentru Euro House Intertrade, firma ce are ca obiect de activitate comercializarea de usi, ferestre si copertine.

Alegerea acestui mediu a fost bazata pe impactul foarte puternic pe care publicitatea in lift il ofera dar si pe flexibilitatea oferita in alegerea locatiilor.

Campania a fost conceputa pentru o luna de zile, numarul locatiilor incluse in campanie fiind aproximativ 100. Acestea au fost selectate de client in urma consultarii cu echipa Invent Media. Criteriile care au determinat alegerea locatiilor au fost: zona in care se afla blocurile de apartamente, zona care determina intr-o masura destul de importanta puterea de cumparare a publicului tinta precum si traficul de persoane din lifturile acelor blocuri.

Din gama de produse comercializate, produsul ales spre promovare a fost reprezentat de usile de interior pentru locuinte si birouri, alegerea apartinand in totalitate clientului. Promovarea s-a

desfasurat pe print (format A3, introdus in panouri special concepute pentru lift), afisele avand in prim plan produsul si in plan secundar compania care il comercializeaza.

Prevenirea deteriorarii afiselor se face odata cu selectatia locatiilor. Cu toate acestea exista o rata de aproximativ 6% (din numarul total de panouri) de vandalizare a panourilor, exista un program de monitorizare, in colaborare cu asociatiile blocurilor, care are ca scop detectarea oricaror daune produse panourilor si remedierea acestora in termen de maxim 48 de ore.

Masurarea feedback-ului s-a facut direct de client (care a desfasurat in acelasi timp o comunicare pe mai multe medii, si anume: publicitate in lift, publicitate outdoor si direct mailing) si s-a constatat ca publicitatea in lift are o eficienta mai ridicata decat publicitatea outdoor, fiind foarte aproape ca eficienta de marketingul direct. Impact mult mai mare pe care il ofera publicitatea in lift aduce pe termen mediu si lung la o consolidare a brandului si o crestere a notorietatii acestuia.

Publicitatea in lift este unul din putinele mijloace prin care Euro House Intertrade a putut transmite in mod original si relevant mesajul dorit.

Despre Invent Media

Invent Media poate fi definita simplu prin publicitate in lift si creativitate. Punem la dispozitia celor interesati un spatiu inedit si generos pentru publicitate – liftul. Sunt oferite de asemenea si servicii complete de creatie pentru diversele campanii pe care clientii doresc sa le desfasoare in lifturi.

Eduard Petrescu