



# EFEKTIVNĚ V MÍSTĚ PRODEJE

## Příručka zadavatelům reklamy II.



# ÚČINKUJÍ



**Michaela Löblová**  
Key Account Manager  
POS Media CR



**Michal Šiml**  
Creative Director  
Euro RSCG 4D



**Jana Brassányová**  
Redaktorka  
Strategie

**Vít Smékal**  
Research Director  
OmnicomMediaGroup



**Daniela Krofiánová**  
General Manager  
POPAI CE



**Otakar Plundr**  
Marketing & PR Manager  
POS Media Europe



# CO FUNGUJE A PROČ?



Reklamní poutač umístěný na nákupním vozíku (**Shopping Trolley Advertisement / STA**) se již čtvrtým rokem objevuje na předních příčkách prodejnosti. V letech 2007 – 2009 představoval tento POS nosič téměř **20 % veškerých tržeb v místě prodeje.**

## Jaké jsou výhody?

- jediný nosič, který provází zákazníka celým procesem nákupu
- oslovuje nejen „mne“, ale také kolemjdoucí
- jednoduchá, ale nepřehlédnutelná reklamní plocha
- možnost vytvoření „WOW efektu“ díky počtu vozíků na prodejně
- vhodný prostředek k imagové kampani
- lze použít na jakýkoliv výrobek prodejný v konkrétním místě
- ideální také k nabídce služeb či produktů dostupných poblíž prodejny
- jeden z „nejodolnějších“ POS nosičů
- 1 ks se dá pořídit již za 230,- Kč/měs.

„Když má tahle reklama zářivou a mně osobně příjemnou barvu, tak si toho určitě všimnu. Nelíbí se mi, když je to přeplácané, to ji většinou přehlížím. Pokud vidím třeba soutěž o hezkou cenu, a není to zrovna auto, které určitě nemám šanci získat, rozhodně se půjdu podívat, jak ji můžu vyhrát.“

***Nakupující : Martina, 27 let, Praha, Tesco Smíchov***







# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 1) V jednoduchosti je krása

*Tato zdánlivě malá reklamní plocha může fungovat opravdu nádherně, pokud dokážete využít její přednosti.*



Klient Mars použil výrazné barevné provedení s jednoduchou a velmi líbivou kreativou, která je identická designem jako produkt. Množství textu je přiměřené formátu nosiče. Dle mého názoru vizuál zákazníky na první pohled rozhodně zaujme!

# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 2) Vtip v košíku?

*Pokud se vám podaří nacpat humor do vozíčku a zachovat přitom pointu celé reklamní kampaně, patří vám náš obdiv!*



Tady se z kreativního hlediska nedá téměř nic vytknout. Televizní nápad s mladíkem, který se vetře kamkoli, se autorům podařilo ztvárnit v nákupním košíku s citem a vtipem. Mladík se navíc koukal psíma očima na zákaznici i z vnitřní strany vozíku, nebylo tedy úniku. Zdařilá mediální kreativita!



# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 3) Veselí a hrají

*Všichni rádi soutěžíme, ale nemusíme hned vědět všechno. Stačí navnadit výhrou, zobrazit výrobek a odkaz na webovky. Nebojte, i tak se o vás poperou ;)*



Umístit vizuál Metaxy na nákupní vozíky byl dobrý tah. Impulz k nákupu tak dostávají i zákazníci, kteří neměli v plánu zastavit se u regálu s alkoholem. Spojení držadla a sloganu „Dotkni se slunce“ se samo nabízí a je dobře, že tenhle fórek zadavatel udělal. Kromě barevnosti vizuálu oceňuji práci textařů. Přesně takovouhle dávku informací zákazník „potřebuje“.

# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 4) Až na dno...

*Nebrzděte své nápady. S námi můžete být na čele, nahoře, na boku, na držadle, když budete chtít, tak i na dně, nebo vás můžeme „omotat“ kolem dokola :)*



Vzhledem k tomu, že nikdo nevěnuje dlouhý čas rozpoznáváním motivu reklamy, je potřeba produkt zobrazit jednoduše a v dostatečné velikosti - tak, jak to udělal Budvar. „Obalení“ nákupního vozíku je sice náročné na kvalitu materiálu, ale je dobré v tom, že nakupující neobtěžuje a nekomplikuje jim manipulaci s vozíkem. Nákupní vozík je určitě výborným nosičem pro připomenutí produktu!





# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 5) Tam , kde je to třeba

*K zvýraznění služby v konkrétním místě je vozíček ideální. I restaurace, či speciální prodejna v nákupním centru tak má možnost zazářit!*

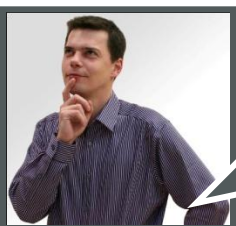
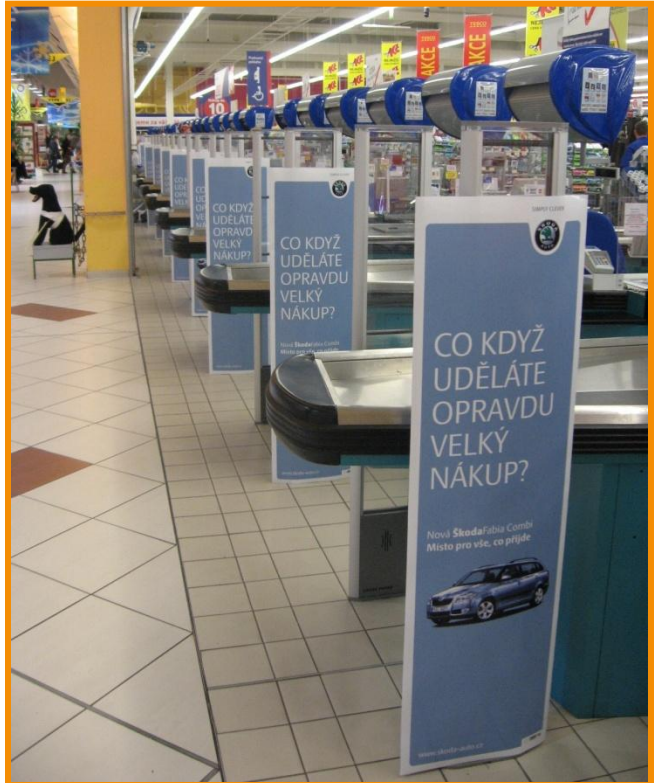


Umístění reklamního sdělení je na velmi viditelném místě! Přední strana vozíku nabízí možnost zapůsobit reklamou na nakupující během celé doby jejich návštěvy v prodejně, a tedy i tam, kde je inzerovaný produkt dostupný. Vizuál je jednoduchý, ale výstižný, reklamní text a výrazná kombinace kontrastních barev prostě nemůže oko zákazníka minout.

# VZORNÁ PRÁCE MARKETINGU

## 6) Dokonalé spojení

*Takto oslnit dokáže jen opravdu málokdo...*



Využití prostoru nákupního centra je srozumitelné a vtipné zároveň, nepůsobí násilně, velmi dobře komunikuje a ilustruje výhodu produktu. Příklad skvělého umístění pro dané sdělení – tady někdo přemýšlel : )



# PRO KVALITNÍ POS REKLAMU LOBUJÍ



[www.posmedia.cz](http://www.posmedia.cz)



[www.popai.cz](http://www.popai.cz)



[www.strategie.cz](http://www.strategie.cz)



[www.ombd.cz](http://www.ombd.cz)



[www.eurorscg4d.cz](http://www.eurorscg4d.cz)

