



Rodzaje reklamy zewnętrznej

Reklama zewnętrzna ma na celu zwrócenie uwagi potencjalnych klientów na ulicy, w środkach komunikacji miejskiej czy też w miejscach użyteczności publicznej.

Reklama zewnętrzna ma na celu zwrócenie uwagi potencjalnych klientów na ulicy, w środkach komunikacji miejskiej czy też w miejscach użyteczności publicznej.



Reklama zewnętrzna – definicja

Reklama zewnętrzna zwana również „outdoorem” to jeden z najstarszych sposobów komunikacji wizualnej firmy z klientami. Kojarzy się przede wszystkim z reklamą uliczną, dużym formatem, nowoczesnymi nośnikami i niestandardowymi rozwiązaniami. Reklama zewnętrzna jako forma reklamy różni się od pozostałych, między innymi np. od reklam zamieszczanych w mediach. Omawiany rodzaj reklamy nie dąży do przekazania jak największej ilości informacji i zwykle charakteryzuje się ograniczoną ilością słów. Nie używa się tu długich opisów, a zamiast tego stosuje się krótkie hasła. Przekaz reklamy ma zapaść w pamięć odbiorców, a hasło powinno kojarzyć się z daną marką. Z tych powodów firmy ograniczają się do podawania w swojej reklamie nawet do jednego słowa. Ten format reklamy wykorzystuje minimum słów, a więcej elementów plastycznych.

Rodzaje reklamy zewnętrznej

Reklama outdoorowa przyjmuje w Polsce wiele postaci. Do najpopularniejszych z nich można zaliczyć: billboardy, plakaty, afisze, city lighty, szyldy czy bannery. Reklama umieszczona na tych środkach przekazu powinna być dokładnie przemyślana, czytelna i budząca skojarzenia. Billboardy to najbardziej znana forma reklamy zewnętrznej i form promocji. Ich skuteczność często zależy od lokalizacji. Billboardy mogą być zarówno wolnostojące, jak i przytwierdzone do nieruchomości. Umieszcza się je głównie w miejscach ruchliwych i uczęszczanych.

Plakaty reklamowe mogą być wywieszane w różnych miejscach, jednak chyba najczęściej można znaleźć je na słupach czy też w środkach komunikacji miejskiej (pociągach, tramwajach czy autobusach).

City lighty to tablice ogłoszeniowe umieszczane w ruchliwych miejscach w mieście. Można spotkać je w pasażach handlowych, na dworcach kolejowych, przystankach autobusowych czy deptakach. Bywają nazywane również meblami miejskimi, ponieważ mogą stanowić element miejskiego krajobrazu.

Zalety reklamy zewnętrznej

Reklama „out-of-home” – OOH przez część osób uważana jest za mało inwazyjną, a niekiedy wpisuje się nawet w krajobraz miasta. Według innych szpeci krajobraz lub zasłania wartościowe zabytki i architekturę. Jednak reklama zewnętrzna daje firmom bezpośrednią łączność z klientami, jest zrozumiała i powszechna. Ma także długotrwały przekaz i stanowi nieduży wydatek dotarcia do odbiorców.

Artykuł napisany we współpracy z [The Bimax Group – drukarnia Krosno](#).