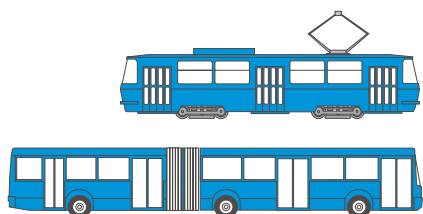


# Megabusboard - polovica vozidla



Branding na polovici zvoleného prostriedku hromadnej dopravy je ďalšou z efektívnych ciest, ako priniesť mobilnú reklamu veľkému počtu cestujúcich a vodičov. Možnosti nasadenia sú podobné ako pri celoplošnej reklame.



**Rozmer:** individuálne od typu vozidla

**Obdobie:** min. 1 mesiac

## Výhody a odporúčania:

### ■ Široké pokrytie

Zasahuje pešiu aj cestnú dopravu zo všetkých strán a na rôznych miestach. Premáva počas dňa po obytných aj obchodných zónach v rámci mesta. Viditeľná polovica vozidla býva spravidla obrátená smerom k autobusovým zastávkam pre zlepšenie zásahu chodcov aj cestujúcich čakajúcich na zástavkách.

### ■ Dlhodobý zásah

Má vysoký stupeň zapamätateľnosti a spravidla sa aplikuje na dlhšie časové obdobia.

### ■ Teritoriálne cielenie

Umožňuje zasiahnuť cieľovú skupinu podľa vopred zadaných demografických znakov. Môže ísť o plošné nasadenie na pokrytie čo najväčšej časti mesta, alebo o zameranie na konkrétnu vozovňu, čo znamená nasadenie vo vyhradených častiach mesta.

### ■ Nízke náklady na 1000 oslovení

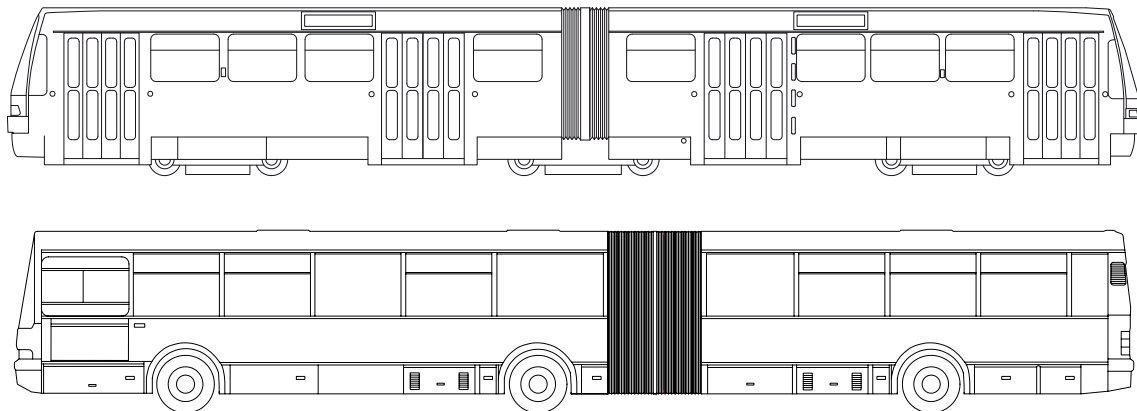
Vysoký zásah a penetrácia trhu zasahuje vybrané publikum pri nižších nákladoch v porovnaní s ostatnými médiami. Pre svoju dlhodobú použiteľnosť je táto forma reklamy vynikajúca na budovanie znalosti značky.

# Megabusboard - polovica vozidla

## Technická špecifikácia

### Nákres:

Technické nákresy sú individuálne, v závislosti od vybraného typu a druhu dopravného prostriedku.  
V prípade záujmu o tento produkt, dostanete od našich obchodníkov nákras vzťahujúci sa na vami vybrané vozidlo.



**Celkový rozmer:** individuálne, v závislosti od typu vozidla

### Materiál:

- semipermanentná fólia
- cez okná dierkovaná typ Orajet 3635
- karoséria krycia typ Orajet 3162
- 4+0

### Tlačové podklady:

- tlačové pdf CMYK
- rozlíšenie 300 DPI
- mierka 1:10
- grafika musí presahovať obrys vozidla min. 15 cm z každej strany
- dodať v plnom rozlíšení (okná v grafike nevyrezávať)  
+ náhľadový vizuál s obťahmi vozidla

### Zásady efektívnej kreativity:

Humorný alebo netradičný prístup, využitie tvaru vozidla a jeho charakteru v symbióze s vašou prezentáciou môžu vynikajúco podporiť výsledok vašej kampane.

Texty a grafika by mali byť výrazné, čisté a v kontraste s pozadím návrhu. Aj napriek veľkej dostupnej ploche sa treba sústrediť na menšie množstvo výstižného textu. Vhodné na kombinovanie s interiérovou reklamou, ktorá môže priniesť podrobnejšie informácie.

Opýtajte sa obchodníkov v Bigmedii na viac informácií o efektívnom OOH dizajne.