

Pilchowice, maj 2004 r.

Informacja o możliwościach zastosowania nośników reklamowych na kioskach handlowych.

Nieprzeszkłone powierzchnie ścian powinny zostać wykorzystane do celów reklamowych **dostarczających dodatkowych, niemalych dochodów**.

Proponujemy:

- **tablice „alu-klik”** zwane również OWZ: aluminiowe ramki zatrzaskowe do ekspozycji plakatów o formacie 60x80 cm umieszczane pod ladą,
- tablice „alu-klik” do ekspozycji plakatów o formacie 120x180 cm umieszczane na tylnej ścianie kiosku,
- **aluminiowy, podświetlany kaseton reklamowy** (zwany również „strip”) umieszczony na trzech elewacjach, ponad oknami (w przypadku występowania daszków kolistych, możliwe jest zastosowanie czterech kasetonów narożnych),
- **aluminiowa, podświetlana gabłota reklamowa** o formacie plakatu 120x180 cm, (zwana również „city light poster”, w skrócie CLP) umieszczane na wolnych powierzchniach ścian bocznych. Gabłota może zostać wyposażona w pochyłe półki aluminiowe do oświetlanej ekspozycji czasopism.

Dla dodatkowej, zewnętrznej ekspozycji prasy proponujemy przenośne stojaki „alu-klik prasowy” oraz podświetlane gabloty ekspozycyjne.

Kilka słów o reklamie zewnętrznej.

Reklama zewnętrzna na kioskach, to przede wszystkim zmienne plakaty eksponowane na zewnętrznych nośnikach reklamy: tablicach lub gablotach, stałe plansze reklamowe eksponowane w podświetlanych kasetonach oraz „multifacing” czasopism, czyli zwielokrotniona ekspozycja tego samego tytułu.

Reklamodawca, to firma zlecająca Firmie Reklamowej wyprodukowanie i wystawienie reklamy na widok publiczny. Do największych reklamodawców należą: wydawnictwa czasopism kobiecych, telefonia komórkowa z kartami „pre-paid”, producenci artykułów spożywczych: chipsów, gum do żucia itp.

Firma reklamowa przyjmująca zlecenie musi posiadać w swojej dyspozycji nośniki reklamy atrakcyjnie usytuowane. Nośniki mogą należeć do firmy reklamowej lub być przez nią dzierżawione.

Atrakcyjność lokalizacji to:

- duże nasilenie ruchu pieszego lub samochodowego (im większa liczba osób napotyka plakat, tym większa atrakcyjność),
- wielkość miasta: im większe, tym bardziej atrakcyjne,
- plakaty umieszczone prostopadle do kierunku ruchu są bardziej atrakcyjne od tych umieszczonych równolegle,
- duża odległość, z której można zauważyć plakat, tym lepiej (brak tablic drogowych, krzaków, innych przeszkód)
- lokalizacja przy dużych skupiskach potencjalnych klientów, o jednorodnym profilu; np.: młodzież w szkołach, klasa średnia przy centrach administracyjno-biurowych itp.
- podświetlana reklama jest droższa, bo jest lepiej widoczna po zmierzchu,

Najlepszą lokalizacją dla reklamy produktu jest jego miejsce sprzedaży. Reklama napędza sprzedaż, sprzedaż napędza reklamę.

Z badań przeprowadzonych przez RUCH S.A. wynika 70% wzrost sprzedaży czasopism, które jednocześnie były reklamowane plakatami wywieszonymi w gablocie na kiosku. Z niepublikowanych badań nad zastosowaniem multifacingu w potykaczu, alukliku prasowym wynikał wzrost sprzedaży rzędu 30 do 50%. Agent salonu prasowego w centrum handlowym w Bydgoszczy powiedział, że sprzedaje całą dostawę czasopisma, które wyeksponuje w alukliku.

Multifacing jest powszechnie stosowany przez wszystkich profesjonalnych dystrybutorów prasy.

Ilość jednorodnych nośników reklamy jest bardzo ważna. Duże kampanie reklamowe można przeprowadzać tylko przy użyciu dużej liczby takich samych plakatów i o tym samym formacie. Powszechnie przyjętym formatem plakatu jest 120x180cm. Bardzo korzystne jest powielenie ekspozycji plakatu w gablocie umieszczonej na wiacie przystankowej i kiosku położonego w pobliżu. Plakaty trzeba przywieźć do miejsca ekspozycji, rozwiesić je, sfotografować, a po zakończeniu kampanii zdjąć. W przypadku czasopism, które ukazują się w konkretnym dniu tygodnia, kampanie reklamowe trwają 2 tygodnie i mają tendencje do skracania czasokresu ekspozycji do 1 tygodnia. Dlatego bardzo ważne jest terminowe wywieszenie plakatu i jego zdjęcie.

Reklama w gablotach tzw. City Light Poster (CLP).

Duże kampanie reklamowe można przeprowadzać tylko przy użyciu dużej liczby takich samych plakatów i o tym samym formacie. Powszechnie przyjętą umowny format plakatu 120x180cm. Bardzo korzystne jest powielenie ekspozycji plakatu w gablocie umieszczonej na wiacie przystankowej i kiosku położonego w pobliżu. Plakaty trzeba przywieźć do miejsca ekspozycji, rozwiesić je, sfotografować, a po zakończeniu kampanii zdjąć. W przypadku czasopism, które ukazują się w konkretnym dniu tygodnia, kampanie reklamowe trwają 2 tygodnie i mają tendencję do skracania czasokresu ekspozycji do 1 tygodnia. Dlatego bardzo ważne jest terminowe wywieszenie plakatu i jego zdjęcie.

Gabloty BUDOTECHNIKI są dwufunkcyjne, mogą służyć jako reklamowe lub prasowe: po wyjęciu matówki można założyć półki do ekspozycji czasopism.

Gablotę można dzierżawić Firmie Reklamowej na 2 sposoby:

- na określony, dłuższy okres czasu, niezależnie od tego, czy Firma będzie miała zlecenia na ekspozycję plakatów. Stawka dzierżawy jest niższa.
- na okres kampanii reklamowej, tzn Firma płaci wyższą stawkę, ale tylko za czas ekspozycji plakatu. Jest to bardzo atrakcyjna forma dzierżawy dla Firmy reklamowej, bo pozbawiona ryzyka. W okresach braku reklamy plakatowej, gablota jest wykorzystywana przez kioskarkę do ekspozycji czasopism jako „multifacing”

Inną formą wykorzystania gabloty jest ekspozycja stałej reklamy lokalnej firmy, którą należy pozyskać we własnym zakresie. Stała reklama powinna być wykonana w formie wyklejanki na matówce. Projekt i wykonanie zapewniają lokalne firmy reklamowe na zlecenie reklamodawcy. Zaletą tej formy jest wysoka cena i długi okres wykorzystania gabloty, min. 3 miesiące, przeważnie cały rok.

Multifacing

To wielokrotniona ekspozycja tego samego czasopisma. W gablocie reklamowo prasowej można wyeksponować 36 egzemplarzy czasopisma: 6 w poziomie i 6 w pionie. Tą ilość czasopism można dzielić oferując np. 6 wydawcom po 1 półce. Za tego rodzaju ekspozycję płacą bezpośrednio wydawcy czasopism, z którymi należy zawrzeć odpowiednią umowę. Adresy wydawców znajdują się na wewnętrznej stronie okładki czasopisma.

Do ekspozycji typu Multifacing służy również ALU KLIK prasowy. Jest to stojak reklamowy z odpowiednio wyprofilowanymi plecami i podpórkami dla czasopism zamykany aluminiowymi ramkami zatraskowymi i folią antyrefleksyjną. Standardowy stojak jest podwójny i posiada 2 tablice mieszczące 12 czasopism: 3 w poziomie i 4 w pionie.

Stojak ustawia się na chodniku w pobliżu kiosku. Stojak należy chronić przed deszczem. Jeżeli miejsce wystawienia należy do gminy, to urzędy miejskie mogą pobierać opłatę targową lub za reklamę w pasie drogowym.

Reklama na podświetlanych, górnych kasetonach tzw. „Strip”.

Na kasetonach wyklejamy reklamy stałe, których okres ekspozycji przewidziany jest na min 6 miesięcy. Kiosk może posiadać 3 kasetony, każdy przeznaczony dla innego reklamodawcy. Wyspecjalizowaną agencją reklamową operującą na stripach jest Clear Chanel Communication.

Gdzie szukać reklamodawców na stałą reklamę?

- lokalnych reklamodawców najlepiej szukać wśród lokalnych ogłoszeń. Firmy, które wydają pieniądze na reklamę prasową są przekonane o potrzebie reklamy.
- ponadregionalnych reklamodawców można szukać wśród producentów towarów, które są sprzedawane w kiosku: artykuły chemiczne, parafarmaceutyki, wydawcy gazet, producenci filmów fotograficznych itd.

Listę ogólnopolskich agencji reklamowych załączamy w dalszej części.

Oferta na dzierżawę powierzchni reklamowej, kierowana do szefa działu marketingu, powinna zawierać:

- dane adresowe kiosku, można dołączyć ksero fragmentu mapy miasta pokazujące atrakcyjność lokalizacji,
- typ nośnika reklamowego, jego opis, wymiary powierzchni reklamowej,
- fotografie nośnika reklamowego na kiosku z odległości ok. 50m i 20m (fotografie pokazują widoczność nośnika i ruch na ulicy),
- proponowany okres dzierżawy oraz cenę netto za 1 miesiąc + VAT 22%, formę i częstotliwość płatności (z góry lub z dołu, miesięcznie, kwartalnie, rocznie),
- zobowiązanie do utrzymania reklamy oraz kiosku w należytych stanie technicznym i estetycznym (reklama podświetlona po zmroku, okresowo czyszczona, zadbane kiosk i otoczenie uporządkowane),
- zobowiązanie do okresowego przysyłania fotografii dokumentujących istnienie reklamy i jej stan.

- zobowiązanie do uzyskania pozwolenia na ekspozycję reklamy w pasie drogowym. (jeżeli jest wymagane).

Reklama umieszczona na kiosku zlokalizowanym w pasie drogowym może podlegać przepisom o drogach publicznych. Przepisy te nakazują uzyskanie zezwolenia na umieszczenie reklamy oraz dokonania opłaty. Zezwolenia wydają administratorzy drogi, którymi mogą być Zarządy Dróg krajowych, wojewódzkich lub gminnych. Opłaty są zmienne i uzależnione od czasu ekspozycji reklamy i rodzaju drogi; wyższe dla dróg krajowych, niższe dla gminnych.

Niektóre instytucje przyjęły zasadę, że nie pobiera się opłat od reklamy umieszczonej na nośnikach reklamowych, które nie wychodzą poza obrys obiektu, tzn. kiosku. BUDOTECHNIKA opracowała gablotę wbudowaną w kiosk, co powinno skutkować niepobieraniem opłaty.

Aktualnych informacji udzielają lokalne Zarządy Dróg.

Przychody i koszty.

Za ekspozycję reklamy płaci reklamodawca lub pośrednik, firma reklamowa. Płaci tym więcej, im większego spodziewa się wzrostu sprzedaży. Warto dokumentować wzrost sprzedaży reklamowanego produktu. Przy przedłużeniu umowy lub zmianie kontrahenta można uzyskać lepszą cenę wykazując istotny wzrost sprzedaży. Dokumentami mogą być faktury zakupu danego towaru z dłuższego okresu sprzed i w trakcie ekspozycji reklamy.

Pierwsza oferta powinna być promocyjna z niską ceną i na krótki okres czasu: 3 do 6 miesięcy. Należy pamiętać, że najtrudniej jest pozyskać nowego klienta. Klient raz pozyskany i usatysfakcjonowany będzie przedłużał umowy automatycznie godząc się na stopniowe, umiarkowane podwyżki ceny. Jednocześnie mając zapewnione już przychody z reklamy, możemy prowadzić dalszą akcję pozyskiwania nowych klientów rozsyłając nowe oferty z wyższymi cenami.

Uzyskiwane ceny za dzierżawę powierzchni reklamowej są bardzo zróżnicowane i zależą głównie od lokalizacji, miasta i podświetlenia.

Znane nam ceny dzierżawy wahają się od 100 do 300 zł miesięcznie za 1 m² podświetlonej powierzchni reklamowej i 30 do 150 zł miesięcznie za 1m² niepodświetlonej reklamy.

Możliwą do uzyskania cenę można określić badając i odpowiednio korygując:

- cenę za 1m² ściany budynków dzierżawionej pod nośniki reklamowe przez lokalne jednostki komunalne; np MZBM, Spółdzielnie Mieszkaniowe itd.
- cenę za ekspozycję reklamy na tablicach reklamowych, których właścicielami są osoby wynajmujące te tablice,

W kalkulacji miesięcznych kosztów należy przewidzieć:

I.p.	Koszty dla gabloty reklamowo-prasowej	Koszt (zł)	
	amortyzację nośnika (należy przewidzieć zakup nowego nośnika za 10 lat, stąd cena nośnika podzielona przez 120 miesięcy):	18,75	
	koszt ubezpieczenia przed wandalizmem (można przyjąć 12% wartości szyby, plexi, części elektrycznych, wykonania nowej reklamy podzielone przez 12 miesięcy)	9,00	
	Zużycie energii elektrycznej (gabloty: 6 świetlówek po 36 W świeci średniorocznie 8 godz na dobę)	19,00	
	Mycie, czyszczenie 1 raz w miesiącu	10,00	
	Razem miesięczny koszt eksploatacji gabloty	56,75	
	Opłata za pas drogowy do ustalenia w Zarządzie Dróg		

Uwaga: podane w tabeli kwoty są aktualne na dzień opracowania i muszą być zweryfikowane przez Zamawiającego przed dokonaniem zakupu.

Opis techniczny zewnętrznych nośników reklamy

ZESTAWIENIE DANYCH dla nośników reklamy i ekspozycji

Typ nośnika	format ekspozycji	Format widoczny	wymiar zewnętrzny	grubość mm	Podświetlenie	Powierzchnia reklamowa
	Szerokość x wysokość w mm	Szerokość x wysokość w mm	Szerokość x wysokość w mm			m2
ALIU KLIKI						
120x180	1200x1800	1190x1790	1210x1810	16	Nie	2,05
70x100	707x1000	697x990	763x1010			0,70
60x80 (publiprox)	600x800	590x790	610x810			0,48
GABLOTY EKSPOZYCYJNO – REKLAMOWE						
120x180	1200x1800	1150x1785	1286x1920	170	Tak	2,16
70x100	700x1000	730x1030	865x1165			0,70
KASETONY REKLAMOWE (nie mogą występować, jeżeli jest daszek)						
Boczny 257x45 tylko dla serii EURO	2560x450		2600x490	160	Tak	1,15
Frontowy, 362x45 Euro/Euro1	3580x450		3620x490			1,61
Frontowy, 445x45 Euro2	4450x450 dzielony		4490x490			2,00
półokrągły Alaska/Alaska 1	Okolo 1400x700					
Zamiennie do kasetonów można zastosować tablice Alu-klik o wymiarach zewnętrznych jak w kasetonach					Nie	

Gabloty wykonane są z systemowych profili aluminiowych BUDOTECHNIKI, lakierowanych proszkowo w kolorach wg palety RAL lub anodowanych na kolor naturalnego aluminium. System kompletują profile wykończeniowe, łączniki, uszczelki, zawiasy i zamki.

Skrzynka gabloty (dwustronna ościeżnica + drzwi) służy do zabudowy odpowiedniego wyposażenia: instalacji elektrycznej, matówki, półek ekspozycyjnych itp. Ościeżnica wykonana jest z trójkomorowego profilu z odpowiednimi przylgami i wypustami do mocowania uszczelki oraz tzw. „zabkami” do ustalania położenia profili obudowy. Dzięki podwójnym ściankom komór, łączniki mocujące wyposażenie wewnętrzne gablot są niewidoczne na zewnątrz.

W gablotach jednostronnych, naściennych lub do zabudowania, tylna ściana wykonana jest z blachy ocynkowanej.

Drzwi gabloty zamontowane są do ościeżnicy za pomocą specjalnych zawiasów wewnętrznych ze stali nierdzewnej. Standardowo, każde drzwi posiadają specjalne zamki na wkłęsły klucz trójkątny. Języka zamka nie można podważyć od strony zewnętrznej gabloty. Możliwe jest zastosowanie zamków patentowych, a przy większych ilościach gablot zastosowanie wszystkich zamków patentowych z jednym kluczem pasującym do wszystkich zamków.

Drzwi w gablotach są przeszklone szybą hartowaną o grubości 5 mm osadzoną na uszczelkach. Poliwęglan lity można zastosować we wszystkich przypadkach, w których chcemy obniżyć ciężar gabloty, np. gabloty naścienna, która musi być przymocowana do słabego podłoża. Ciężar gabloty z szybą wynosi około 75 kg.

W gablotach o wymiarach niestandardowych przeszklenie wykonywane jest ze szkła klejonego 3.3.1 grubości 6 mm lub poliwęglanu litego o grubości 5 mm.

Gabloty reklamowe wyposażone są w górne passpartout: szary lub czarny pasek folii szerokości 40mm naklejony od wewnętrznej strony szyby, na całej górnej jej krawędzi. Passpartout zakrywa uchwyty plakatu, służy również jako miejsce do umieszczenia logo, nazwy właściciela gabloty lub innych stałych informacji. **Passpartout zmniejsza format widoczny gabloty.**

W szczególnych przypadkach passpartout odpowiedniej szerokości można wykleić wokół ramy drzwi ograniczając format widoczny gabloty.

Systemowe uszczelki w drzwiach i ościeżnicy chronią wnętrze gabloty przed przedostawaniem się pyłów i wody, a otwory wentylacyjne zapobiegają parowaniu.

Drzwi wyposażone są w zabezpieczenie wykonane ze stali nierdzewnej, które chroni otwarte drzwi przed wrywaniem przez podmuchy wiatru.

Matówka. Gabloty reklamowe wyposażone są standardowo w matówkę rozpraszającą światło grubości 4 mm, która służy jako tło dla eksponowanych plakatów i do rozproszenia światła świetlówek.

Matówka jest zawieszana na uchwytych, które pozwalają na szybki jej demontaż (np. w celu wymiany świetlówki). Matówka posiada specjalnie wyprofilowane otwory na włożenie dłoni. Na matówce zamontowane są rolkowo-grawitacyjne uchwyty plakatu pozwalające na wielokrotne, szybkie zawieszanie plakatu bez jego uszkodzenia. Nasze uchwyty pozwalają na wielokrotną wymianę plakatu oraz poprawienie jego położenia.

Matówka jest również doskonałym podkładem do wyklejenia grafiki –reklamy przeznaczonej do okresowej, dłuższej ekspozycji.

Półki wystawiennicze

W gablotach ekspozycyjnych można zastosować różne typy ekspozycji: poziome półki szklane oparte na ściankach bocznych gabloty i/lub podwieszane na stalowych linkach lub oparte na wewnętrznych słupkach. Standard obejmuje półki szklane o szerokości 80mm w ilości i grubości odpowiedniej do typu gabloty. Półki oparte są na ściankach bocznych.

Zastosowanie innych półek i ich podparcia wymaga dokonania odpowiednich uzgodnień.

Gabloty ekspozycyjne można poszerzyć w głąb do szerokości półki 144 mm. Całkowita głębokość gabloty wynosi wówczas 214 mm (234mm z występnem drzwi). Oświetlenie półek wykonujemy z opraw halogenowych w ilości uzależnionej od rodzaju gabloty.

Półki prasowe (do ekspozycji czasopism lub innych płaskich towarów) w **gablotach reklamowo-prasowych**, wykonane są z odpowiednio profilowanej blachy w kolorze białym lub kremowym. Półki są odchylone do tyłu, dzięki czemu czasopisma nie zsuwają się i nie załamują. Pod każdą półką umieszczona jest świetlówka doskonale oświetlająca czasopisma znajdujące się na niższej półce. Ukryte świetlówki nie olśniewają czytelnika. Wysokość półki wynosi 315mm. Półki prasowe są lekkie i łatwe do wyjmowania. Po wyjęciu półek i zawieszeniu matówki, ta sama gablota służy jako gablota reklamowa.

Instalacja elektryczna

Wewnętrzna instalacja elektryczna gabloty o napięciu 220V służy do podświetlenia. Do oświetlenia przewidziano świetlówki o mocy 18W, 36W lub 58W w zależności od rodzaju i wielkości gabloty. Standardowo, gabloty wyposażane są w świetlówki o dziennej barwie światła.

Wyłącznik różnicowo-prądowy jest montowany standardowo do gablot zewnętrznych, wolnostojących. Prosimy o każdorazowe uzgodnienie wyposażenia gabloty w wyłącznik. Przyłącze energetyczne gabloty podłączanej do istniejącej instalacji wewnętrznej budynku musi być zabezpieczone odpowiednim wyłącznikiem i wykonane przez osobę do tego uprawnioną.

Transport

Wykonane gabloty dostarczane są do klienta firmami spedycyjnymi, transportem własnym lub Zamawiającego. W zależności od rodzaju gablot, ich ilości, środka transportu i możliwości rozładunku prosimy określić rodzaj opakowania: paleta zbiorcza, skrzynia drewniana, doraźne zabezpieczenie styropianem / folią bąbelkową i taśmą. Prosimy o zapoznanie się z gabarytami transportowymi oraz ciężarem gablot ujętych w tabeli. Za opakowania zwrotne pobierana jest kaucja.

Posadowienie, montaż

Zamawiający powinien zbadać i określić miejsce mocowania gabloty: rodzaj ściany (suchy tynk +..., cegła pełna, dziurawka, PGS, ...), rodzaj posadzki i warstwy podposadzki (styropian, beton klasy ... i grubości), nawierzchnię i warstwy chodnika lub parkingu. Badanie miejsca montażu powinna dokonać osoba fachowa.

Konserwacja, środki czyszczące.

Do konserwacji i czyszczenia gablot należy używać łagodnych środków czyszczących: np.:

Aluminium anodowane lub lakierowane: woda z mydłem, płatkami mydlanymi, pasty i mlecza do konserwacji karoserii samochodowych, benzyna ekstrakcyjna.

Poliwęglan i/lub matówka rozpraszająca światło: woda z mydłem; płyn Plasti Clean firmy Thyssen Schulte; **nie używać rozpuszczalników, ani innych środków reagujących z tworzywami sztucznymi.**

Uszczelki: woda z mydłem; W czasie mrozów przesmarować uszczelkę drzwi gliceryną lub innym środkiem do gum zapobiegającym przymarzaniu uszczelki do drzwi.

Zawiasy: okresowo smarować smarem grafitowym. Nie używać środków reagujących z aluminium.

Instalacja elektryczna wymaga okresowych przeglądów i badań skuteczności zerowania.

Innych agencji szukaj w serwisach branżowych, np. ONET/ KATALOG FIRM/ REKLAMA ZEWNĘTRZNA
Szczegółowych informacji udzielamy telefonicznie lub osobiście