

Nowy rok szkolny

TEKST TOMASZ RZEŹNIK

Czy osoby, które dopiero za kilka lat wkroczą w wiek produkcyjny stanowią ważną grupę docelową dla reklamodawców? Młodzi ludzie, szybko chłonący nowinki informacyjne stanowią atrakcyjny target dla telefonii komórkowych, banków czy producentów dóbr FMCG. W poszukiwaniu najlepszego dotarcia do tej grupy, marketerzy sięgają po Digital Signage.



tów zwraca uwagę na reklamy wyświetlane na kampusie. Raport wskazuje także pozytywny wydźwięk kampanii w postaci stworzenia efektu tzw. word of mouth. W środowisku dużych grup kampanie lub nawet same produkty bywają obiektem rozmów, komentarzy i wyrażania opinii na temat ich użytkowania. Założenie rachunku bankowego, podpisanie umowy z telefonią komórkową czy wybór określonych marek produktów spożywczych to decyzje podejmowane bardzo często na wiele lat. Marketerzy zdają sobie sprawę z tego, że ludzie uczący się choć dziś wydają niewiele, już za kilka-kilkanaście miesięcy będą stanowić motor napędowy wielu sektorów gospodarki. Przekonały się o tym także pozornie konserwatywne brytyjskie uczelnie. Uniwersytety takie jak Cambridge, Oxford czy Sheffield korzystają z tego kanału nie w celach reklamowych, ale jako środka wewnętrznej komunikacji. Jak podają statystyki dostawcy technologii – marki ONELAN, już blisko 60% brytyjskich uniwersytetów korzysta z Digital Signage.

Domy mediowe oferujące czas reklamowy na nośnikach Digital Signage, wprowadzają bloki tematyczne, ułatwiając dotarcie do hermetycznych grup docelowych. Jednym z nich jest pakiet „Student” przygotowany przez Platformę Mediową Point Group. Reklama na nośnikach cyfrowych stała się jednym z elementów wchodzącym w skład oferty obok prasy, Internetu i akcji outdoorowych. Co ważne, czas na monitorach nie jest wymieniany jako dodatek, ale jeden z filarów oferty. Kontent prezen-

towany w sieci zlokalizowanej w 16 prestiżowych uczelniach Polski, jest obecnie przygotowywany przez wydawców magazynu studenckiego „?Dlaczego?”. Przy zasięgu na poziomie 800 000 studentów, ta forma reklamy staje się jednym z najlepszych kanałów dotarcia do tej grupy docelowej.

INWESTYCJA NA LATA Jak wykazało badanie przeprowadzone w Sydney przez instytut Toluna, aż 78 procent tamtejszych studen-

A GDZIE NOWOŚĆ? Dotarcie do studentów za pośrednictwem dynamicznego przekazu reklamowego możliwe jest dzięki ekranom umieszczonym w holach, na korytarzach czy barach uczelnianych. Poziom akceptacji tej formy komunikacji wśród ludzi młodych jest bardzo wysoki, czemu z pewnością sprzyja upowszechnianie się technologii mobilnych. Szacunki przeprowadzone przez IDC wskazują, że w ciągu najbliższych 18 miesięcy sprzedaż urządzeń mobilnych, takich jak Smartfony czy IPADy przekroczy sprzedaż komputerów klasy PC. Po raz pierwszy od czasu wynalezienia komputerów klasy PC, ich sprzedaż



może zacząć spadać. "Powoli ważniejszy od samej technologii DS staje się sposób, w jaki można ją wykorzystać. Być może już niedługo śladem mediów społecznościowych w Internecie, powszechniejsze stanie się dzielenie się komunikatem w miejscach publicznych poprzez własny telefon komórkowy i wyświetlacz Digital Signage" – uważa Antoni Tarczanowski z firmy VMR, wdrażającej sieci DS.

Krok w stronę ludzi młodych zrobiły także sieci restauracji. Coraz więcej z nich, już nie tylko w Stanach Zjednoczonych wymienia tradycyjne papierowe karty na IPADy, zawierające załadowaną prezentację menu. Konieczność przeglądania dań na ekranie łączy się oczywiście z natychmiastową możliwością zamówienia, wezwaniem kelnera i innymi działaniami, których czasem brakuje w obsłudze restauracyjnej. Smaku dodaje fakt, że restauracje te nie są ekskluzywnymi lokalami, ale ekonomicznymi barami, których klientelę stanowią w głównej mierze ludzie młodzi. <<



POLSKI TEATR TAŃCA POLISH DANCE THEATRE

Miejsce wydarzeń:
AULA ARTIS
przy WSNIW
w Poznaniu



— reklama —

IV Festiwal Atelier Polskiego Teatru Tańca



24 lutego 2011, godz. 20.00

Nienasycenie
choreografia: Paweł Matysik
muzyka: Archiwum Fluxus, Archive

Secondhand (premiera)
choreografia: Paweł Małicki
muzyka: Jakub Królikowski

The Outline (premiera)
choreografia: Karolina Wyrwał
muzyka: Paul Tinsley

25 lutego 2011, godz. 15.00

Konferencja - powołanie Centrum Choreograficznego przy Polskim Teatrze Tańca

26 lutego 2011, godz. 20.00

Śląski Teatr Tańca - Laboratorium choreograficzne
Przelotnie
choreografia: Sylwia Hefczyńska-Lewandowska
muzyka: DJ Patrycja

27 lutego 2011, godz. 20.00

Coaching Project
pod kierunkiem Macieja Kuźmińskiego
we współpracy z Mumuki Company (Berlin)

Jam Session Improvisation
z udziałem widzów

24, 26, 27 lutego 2011, godz. 19.00

DanceBox - pod kierunkiem Daniela Stryckiego

www.ptt-poznan.pl

Rezerwacja i sprzedaż biletów: impresariat PTT (61) 852 42 42