

Az r-time bemutatja

A nap ajánlata

A hagyományos nézettség vagy darabszám alapon vásárolt szpot kampányok mellett, rengeteg olyan lehetőséget nyújt a televízió, mellyel a hirdető gyorsan és hatékonyan juttathatja el üzenetét a fogyasztókhöz. Ebben a rovatunkban egy olyan egyedi kommunikációs megoldással szeretnénk megismertetni Önt, mellyel garantált potenciális fogyasztójának gyors és magas elérése csupán egyetlen nap alatt is.

Mit tud „A nap ajánlata” ?

A nap ajánlata megoldás jelenleg az RTL Klubon és az r-time által értekesített kábelcsatornákon (Film+ Cool stb.) elérhető kommunikációs felület.

Kifejezetten olyan típusú kampányokra fejlesztettük ki, melyben a hirdető egy adott időszakban speciális promóciót nyújt vásárlói számára, és az akció előtti napon (vagy akár aznap) ezt az üzenetet minél gyorsabban szeretné eljuttatni a lehető legszélesebb körben.

A megjelenés egyedisége abban rejlik, hogy az akció kommunikációja a csatornával „közösen” történik. Az akciót beharangozó üzenet rendkívül egyszerű kell legyen, így a külön erre a kampányra készülő szpot és annak gyártási folyamata is lerövidül. Ugyanakkor A nap ajánlata szpot gyártásának költsége jóval kedvezőbb, mint a hagyományos reklámszpotok esetében.

Csak egy fiktív példa, hogy milyen típusú üzenetre alkalmas a megoldás. Az RTL Klub és a Minta Kft bemutatja: A Nap ajánlata! Holnap egy teljes napon át 70%-os leárazás a Minta Kft. üzleteiben! További információ: www.mintakft.hu

A kampány mindössze egyetlen napig tart, több, különböző napszakokban és műsorsávokban elhelyezett, változó darabszámú szóló szpot* megjelenésekkel, vagyis olyan reklámblokkokban, ahol egyedül A nap ajánlata hirdetőjének reklámszpotja jelenik meg.

A hatékonyság fokozása – online felületeken is!

Számos elemzés készült már arra vonatkozóan, hogy a kampányok folyamán a televíziót és az internetet együtt alkalmazva és egymásra építve, jelentősen növelhető a kipróbálási hajlandóság és a vásárlási kedv.

Ezen tapasztalatra alapozva, A nap ajánlata nem csak a kiválasztott televíziós csatornán jelenik meg az adott napon, hanem a televíziócsatorna saját internetes oldalán is.

Ezzel a kiegészítő megjelenéssel lehetőség nyílik az akcióval kapcsolatos további információk eljuttatására is. Az internetes hirdetés rendelkezhet navigációval, melynek segítségével átirányíthatjuk az érdeklődőt a hirdető saját weboldalára és természetesen az így generált látogatók száma mérhető is.

Kinek lehet hasznos „A nap ajánlata”?

Minden olyan cég számára, aki eladás- vagy fogyasztásösztönzésre egy különleges – rövid időszakra koncentrált – promócióban gondolkodik, amelynek népszerűsítésére gyors és széles tömegeket elérő kommunikációra van szüksége, melyben segítségére lehet a televízió-csatorna márkaereje is.

Azáltal, hogy a csatorna, mint az akció beharangozója, megjelenik az üzenetben, a kreatív anyag elkészítése is helyben történik, így a cégnek

nincs szüksége külön kreatív ügynökséget keresni erre a feladatra, az átfutási idők pedig ennek megfelelően jelentősen lerövidülnek.

Mik a várható eredmények? Lássunk néhány példát...

MALEV

Üzenet: A Nap ajánlata 23,400 Ft-os repülőjegyeket jelentett a Malév összes járatára, melyet a légitársaság kizárólag Mikulás napján hirdetett meg 10 mp-es szóló szpotokban.

Csatorna: RTL Klub, Cool, Film+, www.rtlklub.hu

Eredmény: Malév online jegyértékesítésének legjobb vasárnapja volt 2009. december 6-án, eddigi valaha volt legjobb vasárnapi jegyeladását több mint 20%-kal növelte a promóció

MCDONALD'S

Alkalom: Magyarországon a 100. étterem megnyitása

Üzenet: 2009. augusztus 28-án 100 étteremben 100 percen keresztül csak 100Ft-ba kerül a sajtburger

Csatorna: RTL Klub, Cool, www.rtlklub.hu

Eredmény: A 100. étterem megnyitását egy országos akció keretében vendégeivel közösen ünnepelte a McDonald's. Az akció közel 20%-os vendégszám növekedést eredményezett a promóció napján, míg PR oldalról kiemelkedő számú média megjelenést, valamint kimagasló PR értéket generált. (x)

*A szóló szpot visszaidézési valószínűsége magasabb, a nézők érzékelik a blokkhosszok közötti különbséget, a rövidebb reklámblokkot kevésbé tartják zavarónak. (forrás: az RTL Klub megbízásából a GfK Hungária által végzett kutatás: Televíziós reklámhatékonyság a blokkhosszok függvényében)

Regisztráljon elektronikus hírlevelünkre az info@r-time.hu címen, amelyben heti rendszerességgel számolunk be a televíziós piac nézettségi eredményeiről, új műsorokról, televíziós és online kutatásokról.