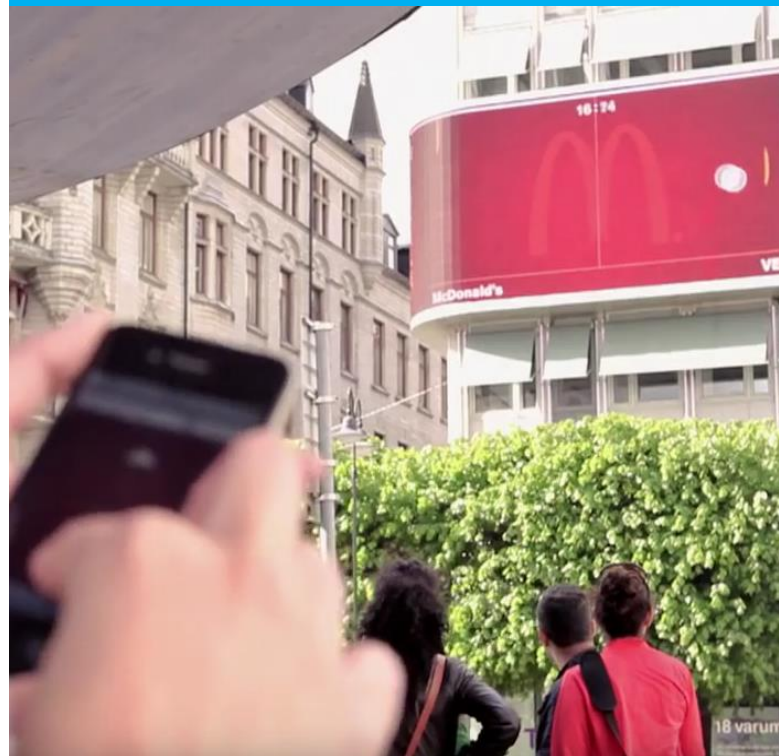


INTERAKTYWNY TELEBIM

Reklama Angażująca Odbiorcę

NOWOŚĆ NA RYNKU



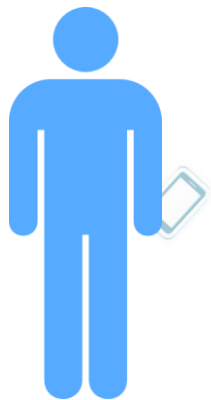


18 varumärken. En identitet.

CO TO JEST
INTERAKTYWNY
TELEBIM?

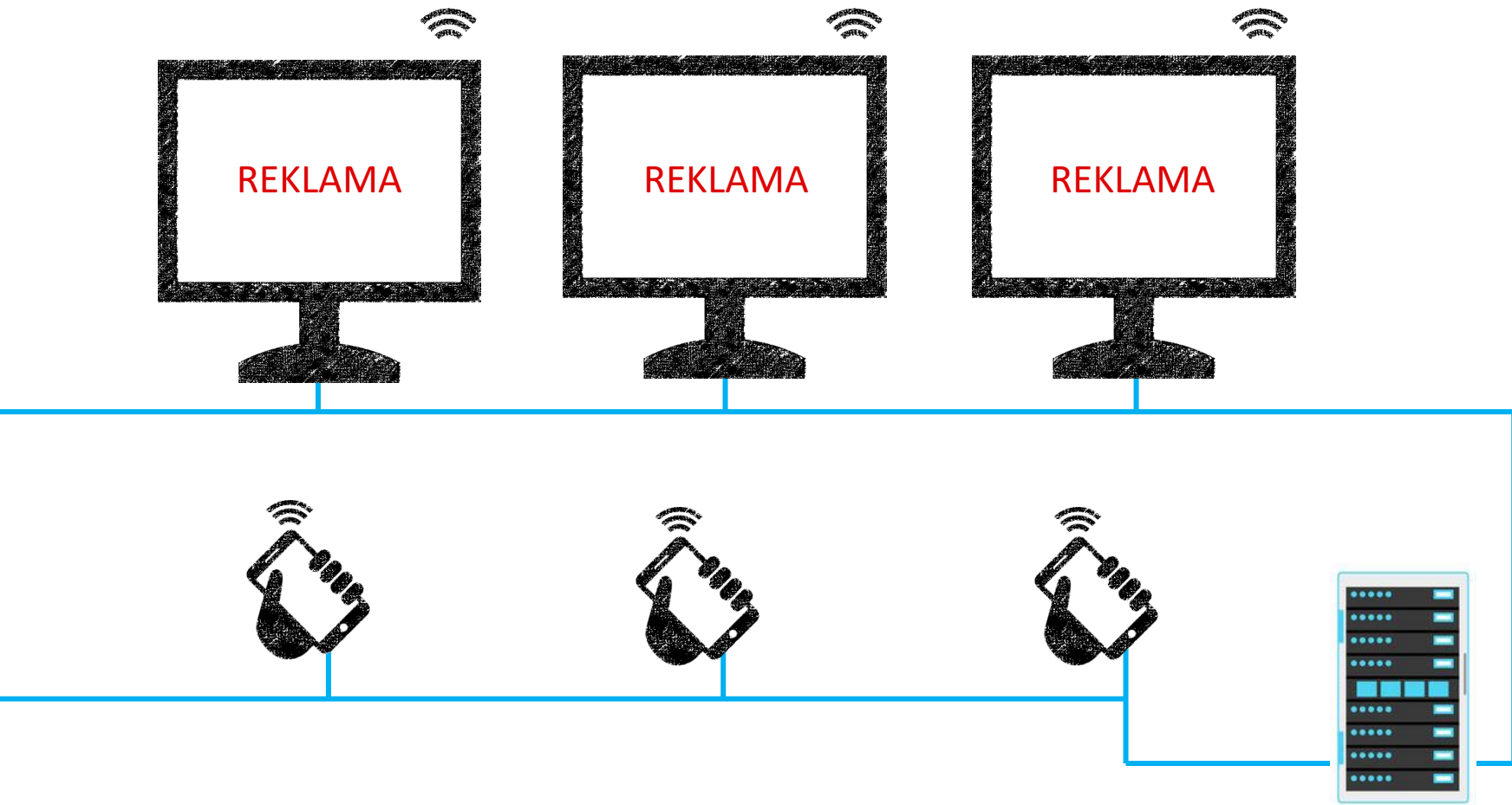
Interaktywny Telebim to usługa polegająca na wykorzystaniu ekranów typu Telebim do komunikacji marki z odbiorcami reklam posiadającymi urządzenia mobilne (smartfony, tablety).

Proponowany system **komunikuje urządzenia mobilne odbiorców reklam z ekranami** zlokalizowanymi różnych punktach miasta stwarzając **możliwość interakcji**.



JAKIE SĄ GŁÓWNE
KORZYŚCI
INTERAKTYWNEGO
TELEBIMU?

- Większe zaangażowanie odbiorców reklam w kampanię promocyjną wyniku użycia na telebimie różnorodnych form komunikacji np. quiz, gra połączonych z komunikacją w social media.
- Lepsze dotarcie do odbiorców reklam z przekazem reklamowym i wyższa postrzegalność przekazu reklamowego. Dotarcie do osób aktywnie uczestniczących w reklamie oraz dużego grona kibiców, obserwatorów działań osób aktywnych.
- Skłonienie odbiorców reklamy do wydania pieniędzy na oferowany im produkt lub usługę bezpośrednio po kontakcie z reklamą.



Jak to działa?

Przykład

1. Odbiorca reklamy znajduje się na przystanku, w galerii handlowej lub na imprezie plenerowej. Ma przy sobie telefon typu smartfon. W pobliżu **widzi ekran reklamowy**.

2. Treści widoczne **na ekranie zachęcają odbiorcę reklamy do wejścia w interakcję z reklamą**, czyli np. do rozpoczęcia gry.

3. Odbiorca reklamy wpisuje podany na telebimie adres strony www w przeglądarce smartfona i **przystępuje do gry** zapoznając się jednocześnie z promowaną ofertą produktową lub usługową. Zdobywa kolejne, wirtualne nagrody, które pozwalają mu na kupno wybranych produktów lub usług po niższej cenie w wybranych miejscach.

4. Wszystkie **informacje** na temat swojego statusu w grze, dostępnych nagród i miejsc, w których można skorzystać z promocji **odbiorca reklamy może uzyskać z poziomu przeglądarki internetowej w telefonie**.

P.S. Wynik osiągnięty przez odbiorcę reklamy podczas rozgrywki może zostać zapisany na indywidualnym koncie gracza na zintegrowanej z aplikacją platformie i bazą danych. Platforma pozwala na gromadzenie danych odbiorców reklam, nawiązanie z nimi kontaktów oraz zaoferowanie im kolejnych aktywności, korzyści rozrywkowych i produktowych.



Przykład zastosowania systemu Interactive Telebim – kampania McDonald's (cz.1)

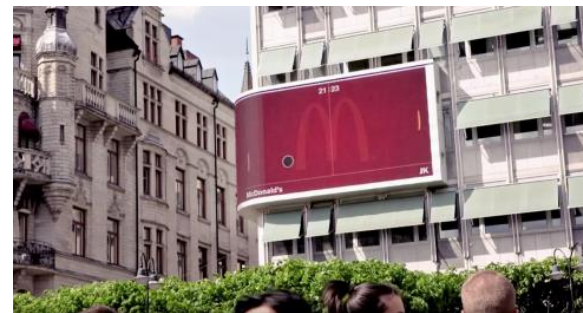
W prezentowanym przypadku celem gry jest zwrócenie uwagi klientów na markę McDonald's i jej produkty oraz umożliwienie im otrzymania kuponów rabatowych lub kuponów na bezpłatne produkty do odebrania w punkcie sprzedaży.



Przebywający na ulicy potencjalni klienci za pomocą własnych smartfonów łączą się z ekranem typu Telebim i grają w udostępnioną im przez reklamodawcę grę...

Kliknij na link. Obejrzyj film na Youtube

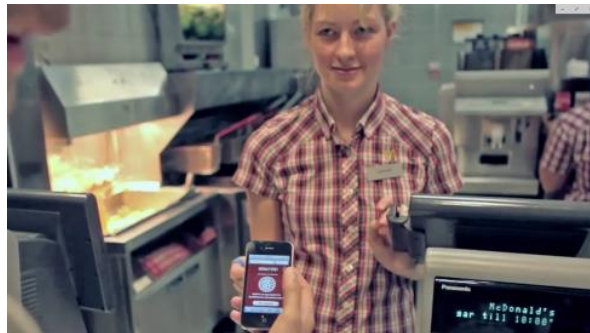
<https://www.youtube.com/watch?v=7u0ij9D5S4Y>



Przykład zastosowanie systemu Interactive Telebim – kampania McDonald's (cz.2)



Po wygranej ...



...klient dostaje produkt ze zniżką...



...bądź bezpłatnie.



Przykłady zastosowania Interaktywnych Telebimów w komunikacji marketingowej



GRY ZRĘCZNOŚCIOWE

Łapanie butelek, piłek, odbijanie piłek, pokonywanie labiryntu, strzelanie, jeżdżenie terenówką itp. Granie w trybie singleplayer lub multiplayer. Gra może być powiązana z produktem bezpośrednio np. łapiemy butelki z piwem, gramy piłką (którą można kupić w pewnym sklepie) lub pośrednio łapiemy piłkę bramkarzem reprezentacji, której sponsorem jest dana firma.

Nick'i najlepszych graczy wraz z ich wynikami mogą być stale widoczne na ekranie. Gra może być toczona dla przyjemności lub w celu zdobycia kuponu, nagrody itp.



Kontent aplikacji wykorzystywany na Telebimach dla zwiększenia skuteczności powinien być powiązany z szerszą akcją marketingową, promocja w sklepach itp.



Instrukcja



STATYSTYKI / RANKINGI

Wskaż produkt, który chcesz by był w przyszłym miesiącu dostępny w promocji (np. produkty odzieżowe pokazywane w formie stylizacji na modelkach). Wskaż osobę, której poglądy popierasz (np. reklama tytułu prasowego). Bieżąca statystyka głosów jest widoczna na ekranie. Po wygraniu rankingu dnia, tygodnia np. dany produkt jest w sklepach przez określony czas sprzedawany w niższej cenie, z danym politykiem przeprowadzany jest wywiad publikowany w tytule prasowym itp.)



KONKURSY

Podaj hasło reklamowe, 10 najlepszych haseł dostanie nagrodę taką sobie, najlepsze hasło dostanie super nagrodę.

Z dostępnych słów ułóż wiersz. Najlepsze wiersze zostaną wyeksponowane w sieci sklepów z książkami.



KOCHAM CIĘ MARIOLA!
GRZESIEK



Instrukcja

ŻYCZENIA / WYZNANIA

Ekran na którym wyświetlają się zatwierdzone przez administratora nadsyłane przez ludzi komunikaty opracowane w grafice reklamodawcy, komunikaty typu wyznanie „Kocham Cię Bożena. Stefan”, „Czy wyjdiesz za mnie Wojtek”, złote myśli, apele itp.

Do wyboru mogą być również elementy graficzne.

Na e-mail osoba zgłaszająca hasło dostaje informacje w jakich godzinach, na którym telebimie będzie widoczny jej wpis.



QUIZY

Różne pytania, zaloguj się i odpowiedź na pytania związanych np. z Naszym Miastem, Sportem, Filmami reklamowanej grupy medialnej itp. (w grafice reklamodawcy). Wybierz właściwe odpowiedzi. Dla zwycięzców nagroda np. dekodery telewizji, widoczność na liście rankingowej najlepszych itp.

Nagroda w postaci informacji o tym gdzie odbędzie się „tajna wyprzedaż” itp.

Instrukcja

"A jeśli będziesz kwiatem
zakwitniesz mi w dłoni
Pragnieniem jeśli -
poszukam strumienia
Jeżeli ptakiem
ubłagam wszystkie czarne koty
A jeśli ciszą będziesz
i słów się wyrzeknę."

INFORMACJE NA ŻYCZENIE

Kilka newsów do wyboru. Kilka przepisów do wyboru.
Kilka porad do wyboru. Kilka wierszy do wyboru. itp.

Oprócz informacji, którą od razu można „skonsumować” klient widzi na ekranie nazwę tytułu, z którego pochodzi dany fragment, wydawcę, sieć która sprzedaje dany tytuł itp. dostaje też na telefon link za pomocą, którego może wejść do sklepu internetowego i kupić sobie książkę z przepisami kucharskimi czy wierszami lub inną książkę, albo zapisać się do systemu lojalnościowego pewnej sieci sprzedaży książek.



FILMY INTERAKTYWNE

Reklama w formie, krótkiego filmu np. z napisami, o przebiegu akcji decydują kolejni widzowie wybierając jedną z dostępnych możliwości rozwoju akcji np. Do sedesu wchodzi banda baterii, czy zapaskudzą cały sedes czy przyczają się na desce? Przyczaili się na desce. Do łazienki wchodzi dziecko co robi, pójdzie w kierunku umywalki czy sedesu. Sedesu. Dziecko chce usiąść na desce, już prawie siada, ale w porę do łazienki wchodzi mama. Co robi mama? Zaatakuj bakterie tradycyjnymi środkami czy superbzikim itd.

Może być też film w ogóle nie związany z produktem, ale promujący pewną wartość istotną dla marki. Może być film pośrednio związany z produktem np. różne wersje skeczu (napisy) o tym jak to można wpaść w kłopoty związane z ubezpieczeniami komunikacyjnymi. Gdy tymczasem reklamodawca oferuje ubezpieczenia wolne od absurdów.



BADANIA OPINII

Na ekranie produkt np. butelka napoju energetycznego i prośba o wyrażenie swojej opinii. Jeżeli opinia jest dobra produkt lub pijąca dany napój postać robi coś zabawnego jeżeli nie też robi coś zabawnego.

Formularze badań opinii i zgód na przetwarzanie danych mogą być dodawane do innych rodzajów aplikacji np. gier i być warunkiem uzyskania nagrody.

Na ekranach telefonów formularze z danymi - zbieramy dane do baz marketingowych klienta.

Za wypełnienie formularza badania opinii można dostać lepszą lub dodatkową nagrodę, kupon rabatowy, kupon na darmowy produkt itp.



ZŁAP MNIE!!!

Instrukcja

KOLEKCJONOWANIE

Łapanie na ekranie (lub kilku ekranach, w dłuższym okresie czasu, w określonych godzinach) kolejnych postaci lub przedmiotów do kolekcji np. Świeżaków, różnych czekoladek marki Wedel, kart z piłkarzami itp. Po zebraniu kolekcji odbiorca reklamy może wymienić kolekcję na nagrodę.



LOSOWANIE NAGRÓD

Odrywanie nagród na ekranie w celu znalezienia atrakcyjnej nagrody np. otwieranie kinder niespodzianek, pudełek, butelek itp. o wyglądzie nawiązującym do produktu lub marki, aby zdobyć sztabkę złota, wyjazd, tablety itp. Po otwarciu opakowania (na ekranie) przez odbiorcę reklamy za każdym razem wyskakuje zaskakujący przedmiot, rozgrywa zabawna scena, sporadycznie lub tylko raz jest to nagroda do odebrania.

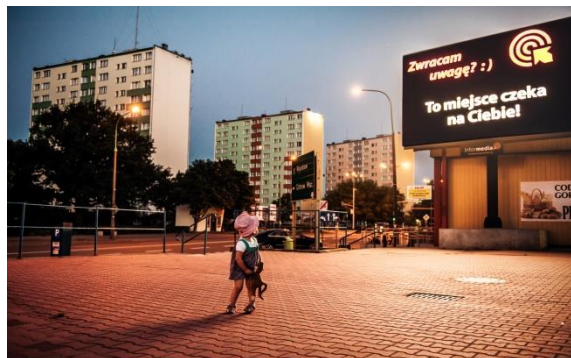
Możliwe jest też (po podaniu swoich danych przez gracza) losowanie głównej nagrody po realizacji całej kampanii. W takim przypadku odbiorcy reklamy dostają na swoje telefony numery, które później biorą udział w losowaniu.

Po wygraniu nagroda jest wydawana w podanym na telefonie wygrywającego miejscu i czasie.

Zaletą rozwiązania jest możliwy krótki czas emisji reklamy np. 30sek.



Gdzie można zastosować Interactive Telebim?



NA ULICY



NA IMPREZIE



NA TARGACH



NA KONFERENCJI



W CENTRUM HANDLOWYM



NA PRZYSTANKU AUTOBUSOWYM,
TRAMWAJOWYM



W SKLEPIE



W BARZE



W POCIĄGU, TRAMWAJU, METRZE

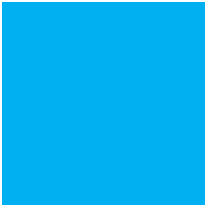
...I WIELU INNYCH MIEJSCACH

KORZYŚCI
DLA
REKLAMODAWCY

-

INTERAKTYWNY
TELEBIM

- **Większe zaangażowanie klientów** w kształtowanie biznesu, marki np. udział klienta w decyzji w jakiej butelce będzie sprzedawany napój, lub o jakim smaku.
- **Efekt pierwszeństwa – NOWOŚĆ NA RYNKU REKLAMY W POLSCE!**
- **Pozyskanie nowych klientów**, za pomocą nowego kanału dotarcia.
- Stymulowania u klientów impulsu do **szybkiego odwiedzenia sklepu**, nabyci produktu, usługi itp.
- **Pozyskanie danych** nt. klientów, ich preferencjach konsumenckich etc.
- Nawiązanie przez reklamodawcę kontaktu z odbiorcą reklamy np. **wprowadzenie klientów do programów lojalnościowych**.
- **Wzmocnienie akcji** marketingowych prowadzonych **w innych mediach**, w sklepach, bezpośrednio podlinkowanie do akcji prowadzonych w social media, sklepach internetowych itp.
- **Wywołanie dyskusji o marce** w przestrzeni publicznej, mediach.
- Przypomnienie o istnieniu marki i **wzmocnienie jej wizerunku**.
- Ożywienie reklamy, zwrócenie na nią uwagi odbiorcy, **radikalne zwiększenie skuteczności reklamy** przez włączenie do jej kreacji klientów (np. graczy) oraz zwiększenie zainteresowania i skupienie uwagi osób obserwujących (np. osób obserwujących grę lub pojawiające się informacje na telebimie).
- **Prowadzenie** nieszablonowych, oryginalnych **akcji** marketingowych **wyróżniających markę na rynku**.
- Realizacja celów innych niż stricte reklamowe.



Nasza propozycja. Proponujemy obsługę akcji marketingowych za pomocą systemu interaktywnej reklamy wykorzystującego tablice typu TELEBIM i smartfony klientów.

Oferowana usługa obejmuje:

- ✓ Kreację dedykowanej Klientowi koncepcji interakcji marketingowych wykorzystujących Telebimy i Smartfony.
- ✓ Opracowanie dedykowanej aplikacji (np. gra w szacie graficznej promowanego produktu, „pobieracz” kuponów rabatowych w szacie produktu, formularz do zbierania tzw. leadów itp.), narzędzi promocyjnych, przystosowanie środowiska serwerowego i bazodanowego do potrzeb akcji.
- ✓ Obsługę systemu podczas realizacji akcji marketingowej.



Zapraszamy do współpracy

Michał Rębecki

Prezes Zarządu GlobalFun

608 431 454

michal.rebecki@globalfun24.com

www.globalfun24.com