

přehled formátů

# METROZOOM



Jediná síť  
reklamy v metru

REKLAMA V METRU

DIGITÁLNÍ CLV

KREATIVNÍ ŘEŠENÍ

# REKLAMA V METRU

Jediná síť reklamy  
ve stanicích  
a vozech metra



## CITYLIGHTY

1,18 x 1,75 m **A** **B** **C**



## SAMOLEPICÍ FÓLIE

35 x 30 cm **A** **B** **C**



## RÁMEČKY

49 x 49 cm **A** **B**



## RÁMEČKY B1 U ESKALÁTORŮ

70 x 100 cm **A** **B** **C**



## PŘESTUPNÍ TUNELY / WALLBOARDS

10 až 181 m<sup>2</sup> **A** **B** **C**



## BALUSTRÁDY

3 až 169 m<sup>2</sup> **A** **B** **C**





## RÁMEČKY

106 x 19 cm **A** **B** **C**



## RÁMEČKY

78 x 19 cm **C**



## RÁMEČKY B1 VE VOZECH

70 x 100 cm **C**



## METROPOSTER

2 x 0,7 x 22 až 26 m **B**

# DIGITÁLNÍ CLV

Chytrá digitální  
online komunikace  
v prostředí metra



## DIGITÁLNÍ CITYLIGHTY

1,18 x 1,75 m **A** **B** **C**

# SHOWCASE CLV

Vystavte svůj produkt  
a vytvořte z CLV  
skutečnou výlohu



## TIC TAC

CLV jako krabička Tic Tac naplněná 350 kusy 3D bonbonů



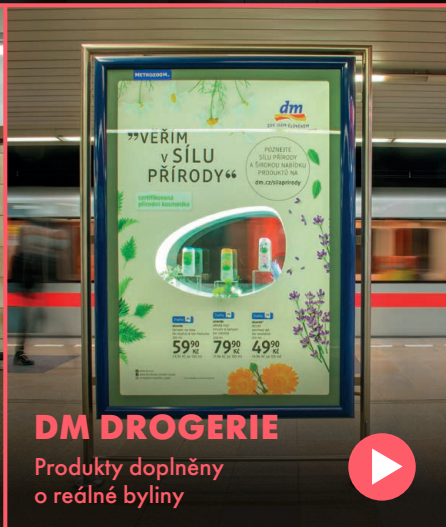
## PRINGLES

Plechovky plné brambůrků jako  
součást komunikovaného vizuálu



## SPORTOBCHOD

Antuka posetá více než  
stovkou tenisových míčků



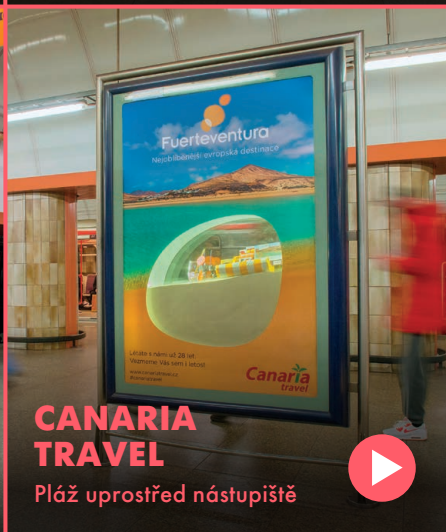
## DM DROGERIE

Produkty doplněny  
o reálné byliny



## APEROL

Láhev Aperolu, sklenice s namíchaným  
drinkem a ledem, to vše doplněné pomerančí



## CANARIA TRAVEL

Pláž uprostřed nástupiště



## MANUFATURA

Představení kompletní řady přírodní kosmetiky



## FERRERO ROCHER

259 čokoládových FERRERO ROCHER téměř na dosah ruky cestujících



## COLUMBIA

Zimní bunda vystavená stejně jako ve výloze obchodu



## RITUALS

Výloha obchodu přímo uprostřed nástupiště



## SPORTISIMO

Zapichnuté lyže ve sněhu, rampouchy a namrzlé sklo citylightu



## COLUMBIA

Místo plakátu jen samotná bunda, doplněná o polep skla



## RITUALS

Vystavená kosmetika jako součást plakátu



## FERRERO ROCHER

Skutečná Ferrero Rocher poskládaná do kuželu ve výřezu plakátu

# LENTIKULÁRNÍ TISK

Měňte motiv přímo  
před očima cestujících  
dle úhlu jejich pohledu



Pohled  
zprava

**DM DROGERIE**

Představení dvou různých produktů



Pohled  
zleva

**SEMTEX**

Dynamická změna dvou neonových vizuálů



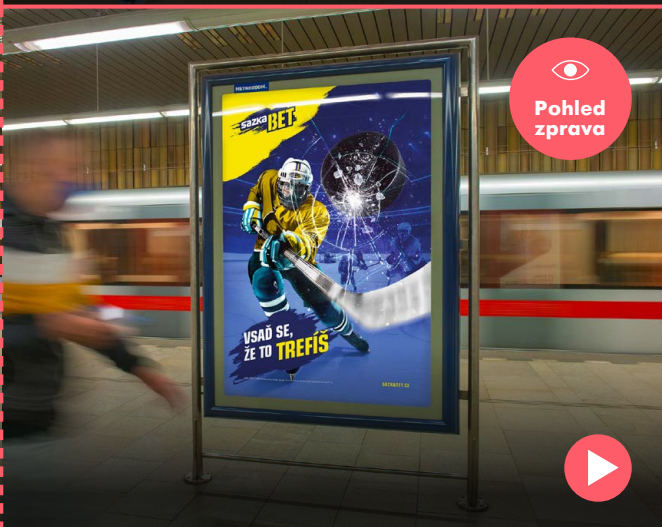
Pohled  
zprava



Pohled  
zleva

**SAZKABET**

Hokejista střílí puk přímo proti sklu



Pohled  
zprava



Využijte i v metru data a nejmodernější technologie pro chytré plánování, cílení a měření vašich kampaní. Náš nástroj BigPlan využívá anonymizovaná a agregovaná data z mobilní sítě O2 v kombinaci s data science a umělou inteligencí. Díky tomu s ním budete moci plánovat ty neefektivnější metro kampaně přesně zaměřené na vaši cílovou skupinu. Navíc získáte přehled o mediálním výkonu své komunikace.

## 1 Jak BigPlan funguje

# O<sub>2</sub>

BigPlan využívá **big data** z **chování, pohybu** a **zájmů** milionů uživatelů sítě O2 na základě souhlasu se zpracováním osobních údajů pro obchodní účely.



Tito uživatelé generují obrovské množství dat o své **poloze, mobilní komunikaci, aktivitě na internetu, při nákupu v e-shopech, při sledování TV** nebo při **běžné komunikaci se svým operátorem.**



Tato **anonymizovaná a agregovaná data** – přepočtena na celou populaci 8+ (9 585 960 osob) – jsou se souhlasem uživatelů využitelná marketingově pro **přesné cílení na konkrétní zákazníky = cílové skupiny.**



**Pohyb SIM karet** kolem našich **plach** během dne za práci, nákupy, sportem a zábavou nám poskytuje přesnou **znalost zásahu každého našeho nosiče** právě pro jednotlivé cílové skupiny,



na které poté **můžeme přesně plánovat kampaně v metru** a poskytnout vám standardní mediální ukazatele, na něž jste zvyklí u ostatních mediátypů (**Reach, Imprese, Frekvence, GRP, TRP**).

## 2 Vyberte si cílovou skupinu

Plánujte a měřte své kampaně podle pohlaví, věku, zájmů, lokality a socioekonomické skupiny cestujících:

Pohlaví	Věk	Zájmy	Lokalita	Socioekonomické skupiny
muži	18+	auto & moto / bydlení, domácnost, zahrada /	Praha	A + B
ženy	18–24	cestování, kultura / finance / foodies /	Praha + Středočeský kraj	C
	25–39	kariéra, vzdělávání, zdraví / nákupy, móda /		D + E
	40–49	rodiny s dětmi / sport, hry / telekomunikace /		
	50–59	pets / drobní podnikatelé		
	> 60			

## 3 Plánujte a vyhodnocujte

Zdarma tyto formáty: CITYLIGHTY, DIGITÁLNÍ CLV, TUNELY, METROPOSTERY a ESKALÁTORŮ.

### Plánujte



- Na požadovaný **BUDGET** (max. zásah cílové skupiny za požadovaný budget)
- Na požadované **MNOŽSTVÍ NOSIČŮ** (max. zásah cílové skupiny požadovaným množstvím plach)



- Vámi preferované plochy BigPlan umí doplnit tak, aby daná kombinace vždy generovala maximální zásah vaší cílové skupiny

### Vyhodnocujte



- Získejte po kampani „post-buy“ přehled o mediálním výkonu vaší kampaně – kolik cestujících jste oslovili

## 4 Získejte přehled

### REACH

- Celkový počet unikátních kontaktů s kampaní
- Zásah cílové skupiny

### IMPRESA

- Celkový počet všech kontaktů s kampaní

### FREKVENCE

- Kolikrát průměrně jsou vaší kampaní osloveni osoby v cílové skupině

### TRP

- (Target Rating Point) – celkový počet kontaktů s kampaní v % v konkrétní cílové skupině (jednotlivec může být započítán vícekrát)

# Metro nabízí jedinečný prostor pro vaše reklamní sdělení

## Ideální cílová skupina



### Přes milion cestujících za den

Pražské metro denně přepraví až 1,1 milionu cestujících, které můžete opakovaně oslovit vaší komunikací. Během měsíční kampaně můžete zasáhnout až přes 27 milionů cestujících. Za celý rok 2023 metro přepravilo téměř 300 milionů cestujících. (Zdroj: PID)



### Nejbonitnější cílová skupina

Celých 85 % všech cestujících v metru spadá do nejvyšší a pro většinu klientů nejzásadnější socioekonomické třídy ABC. Metro je tak silně afinitní k oslovení této nejbonitnější a pro většinu značek nejdůležitější cílové skupiny. (Zdroj: O2 Media)



### Chytré plánování, cílení a měření podle dat

Díky našemu nástroji BigPlan můžete i v metru plánovat nejefektivnější kampaně přesně zaměřené na vaši cílovou skupinu a získat přehled o mediálním výkonu vaší komunikace. Kolik cestujících ji vidělo, jak často se s ní setkali nebo kolik procent vaší cílové skupiny jste oslovili.



### V metru oslovíte největší počet cestujících v MHD

V metru skončí většina cest, které cestující v Praze vykonají městskou hromadnou dopravou. Máte tak jistotu, že právě reklamou v metru oslovíte nejvíce cestujících v MHD. (Zdroj: PID)

## Podpora značky a prodeje



### Podpora prodeje

Reklama v metru silně ovlivňuje nákupní chování oslovených. Denně můžete oslovit až 1,1 milionu cestujících a i díky blízkosti obchodních a nákupních center, trafik, obchodů a restaurací komunikujete v metru své produkty téměř v místě prodeje. Zároveň i v čase, kdy se cestující o nákupu rozhodují a chtějí nakupovat. Získejte tak výhodu před konkurencí.



### Podpora online kampaní

Reklama v metru silně podporuje i následnou online aktivitu spotřebitelů. Na internet přivede zákazník nejefektivněji právě venkovní reklama a reklama v metru tomuto efektu značně napomáhá.



### Reklamou v metru lidé vidí dlouho, pravidelně a opakovaně

Cestující v metru vaši reklamu vidí dlouho a setkávají se s ní opakovaně a ve velmi krátkých intervalech. A to i jen během jedné jediné jízdy. To značně napomáhá efektu vaší komunikace a zvyšuje její zapamatovatelnost a účinnost.

## Flexibilní komunikace



### Maximálně flexibilní komunikace

Komunikujte s námi 14 dní, celý měsíc nebo díky digitálním citylightům flexibilně již od jednoho dne. Objednejte si třeba jen jeden kus některého z našich nosičů nebo využijte některou z našich sítí či výhodnějších balíčků.



### Všude tam, kde potřebujete být vidět

Oslovujte s námi cestující po celou dobu, kdy se pohybují v metru. U vstupu do metra, ve vestibulech, na eskalátorech, na nástupišcích, v přestupních koridorech, ve vozech i na výstupu. Komunikujte na všech linkách A, B i C nebo třeba jen na vybrané z nich. Přesně tam, kde potřebujete být vidět.



### Po celé Praze včetně centra města

Díky reklamě v metru můžete efektivně komunikovat po celé Praze včetně nejužšího centra města. Plánovat s námi můžete jak velké kampaně pokrývající celé metro a doslova tak i celou Prahu, tak i úzce zaměřenou navigační komunikaci na podporu vašich provozoven v blízkosti některé ze stanic metra.



### Digitální CLV – nová dimenze reklamy v metru

Digitální CLV vám poskytují zcela nové možnosti komunikace. Představte si chytré online digitální nosiče, které vám díky technologiím a datům umožňují nejmodernější prezentaci vašich produktů a značek, a s tím spojené nové možnosti pro plánování, cílení a kreativní řešení vašich kampaní.