

CLEAR CHANNEL POLAND ROZWIJA SWOJĄ OFERTE

W roku 2006 Clear Channel Poland nie tylko zdobywał nagrody, ale również intensywnie pracował nad poszerzeniem oferty produktowej.



SuperNet 6x3

SUPERNET 6x3 – sieć nośników w segmencie 18 m²

Rozpoczęta jeszcze w 2005 r. budowa I etapu sieci SuperNet, oparta głównie o lokalizacje parkingowe i wokół centrów handlowych, zakończyła się lauchem sieci w styczniu 2006 r. Na powstały pakiet składało się 550 powierzchni reklamowych w 15 głównych aglomeracjach Polski, zlokalizowanych w pobliżu ponad 100 największych centrów handlowych. W kolejnych miesiącach sieć została rozbudowana. Jej zasięg rozszerzył się o lokalizacje miejskie, w centrach miast oraz wzdłuż tras dojazdowych do centrów handlowych. Pod koniec 2006 r. sieć SuperNet 6x3 liczyła już 1000 nośników. W styczniu 2007 r. Clear Channel Poland rozpoczął III etap rozbudowy tej prestiżowej sieci, kładąc szczególny nacisk na lokalizacje miejskie. Ten etap przewiduje osiągnięcie 1500 powierzchni reklamowych do końca pierwszego kwartału 2007 r.

SUPERNET 6x3 to:

- 1 500 prestiżowych powierzchni reklamowych zlokalizowanych w 15 aglomeracjach: Białystok, Bydgoszcz, Częstochowa, GOP, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Radom, Szczecin, Toruń, Trójmiasto, Warszawa i Wrocław.
- 92% powierzchni miejskich.
- 97% powierzchni oświetlonych.
- 88% powierzchni wolnostojących.

PAKIET DEDYKOWANY DLA BRANŻY FINANSOWEJ W CENTRACH BIZNESU

W połowie 2006 r. powstała wyspecjalizowana sieć nośników reklamowych dla branży finansowej – pakiet dedykowany w Centrach Biznesu. Sieć, zlokalizowana w największych centrach biurowych w 8 głównych aglomeracjach miejskich, oferuje 120 powierzchni reklamowych i zapewnia dotarcie do 17 000 odbiorców dziennie. Dodatkową wartością tego pakietu jest wyłączenie lokalizacyjna, gwarantująca brak konkurencyjnych powierzchni reklamowych w poszczególnych lokalizacjach.

POS – reklama w miejscu sprzedaży

Dzięki przejęciu spółki Mensa w marcu 2006 r. Clear Channel Poland poszerzył swoją ofertę POS o nośniki w sieciach Kaufland i Lidl, pozyskując 329 dodatkowych punktów. W sieci Kaufland Clear Channel Poland oferuje kilkanaście rodzajów nośników w miejscu sprzedaży, które stanowią komplementarne rozwiązania reklamowe

w różnych strefach punktów sprzedaży. W sieci Lidl oferta obejmuje reklamę w miejscu sprzedaży, m. in.: reklamę na wózkach oraz innych rodzajach nośników, zaś w zakresie reklamy zewnętrznej – tablice reklamowe wolnostojące i naścienne.

- Kaufland to:
 - 89 hipermarketów.
 - dotarcie z przekazem do 4,8 mln Polaków, ze średnią częstotliwością 3,4 razy, co oznacza 17 mln kontaktów z reklamą miesięcznie.
- Lidl to:
 - 240 sklepów.
 - dotarcie z przekazem do 6 mln Polaków, ze średnią częstotliwością 3,2 razy, co oznacza ponad 18 mln kontaktów z reklamą miesięcznie.

BACKLITY – sieć ekskluzywnych, prestiżowych nośników 4x8 m

Jesienią 2006 r. Clear Channel Poland rozpoczął inwestycję w prestiżowy segment nośników Super Premium o powierzchni 32 m². Prace nad nową ofertą – siecią Backlity – zaowocowały powstaniem 41 nowych nośników w styczniu 2007 r., a do końca I kwartału br. sieć będzie oferować 56 ekskluzywnych powierzchni reklamowych. Backlity są nośnikami zapewniającymi doskonałą ekspozycję i maksymalną widoczność reklamy, usytuowanymi w miejscach największego natężenia ruchu ulicznego.



Backlity

