

přehled formátů

METROZOOM

Jediná síť
reklamy v metru

REKLAMA V METRU

DIGITÁLNÍ PLOCHY

KREATIVNÍ ŘEŠENÍ

REKLAMA V METRU

Jediná síť reklamy
ve stanicích
a vozech metra



CITYLIGHTY

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



SAMOLEPÍCÍ 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 / WALLBOARDY

10 až 181 m² **A B C**



ESKALÁTORY

3 až 169 m² **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**



METROPOSTERY

2 x 0,7 x 22 až 26 m **B**

DIGITÁLNÍ REKLAMA V METRU

Největší síť digitální
venkovní reklamy
v 51 stanicích metra



DIGITÁLNÍ CITYLIGHTY

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



DIGITÁLNÍ TUNELY

8 synchronních digi CLV tvořící
digitální tunel **A** **C**

SHOWCASE CLV

Vystavte svůj produkt
a vytvořte z CLV
skutečnou výlohu



TIC TAC

CLV jako krabička Tic Tac naplněná 350 kusy 3D bonbonů



ADIDAS

Tenisky doplňují stejnobarevné
květiny připravené na míru floristkou



SPORTOBCHOD

Antuka posetá více než
stovkou tenisových míčků



PHILIPS

Zastříhl i plakát CLV,
kde vystavil své holičí strojky



APEROL

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



PHILIPS

Obří maketa zubů a kartáčku v CLV



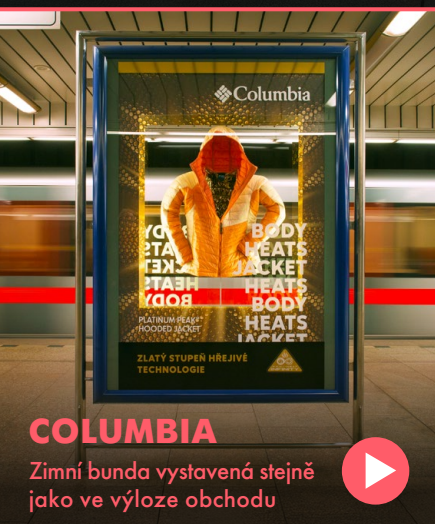
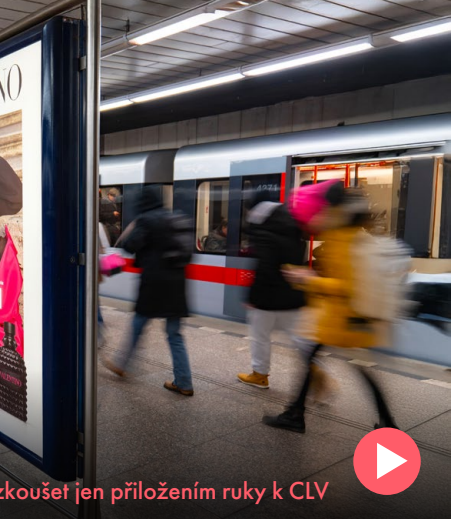
COCA COLA

Díky zrcadlu v CLV
se každý mohl stát Santou



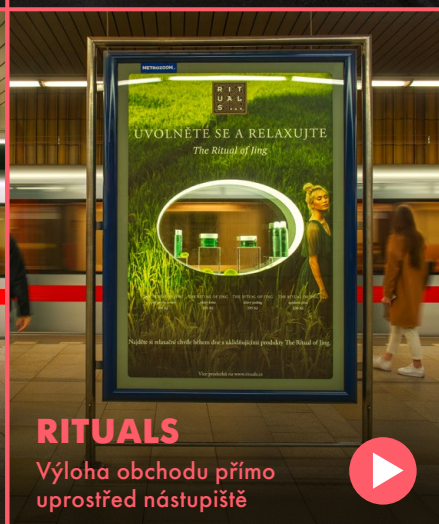
PARFÉM VALENTINO

Jak voní nový parfém, si mohl každý vyzkoušet jen přiložením ruky k CLV



COLUMBIA

Zimní bunda vystavená stejně
jako ve výloze obchodu



RITUALS

Výloha obchodu přímo
uprostřed nástupiště



SPORTISIMO

Zapáchnuté lyže ve sněhu,
rampouchy a namrzlé sklo citylightu



COLUMBIA

Místo plakátu jen samotná bunda,
doplňená 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



DM DROGERIE

Představení dvou různých produktů

Pohled
zprava



Pohled
zleva

SEMTEX

Dynamická změna dvou neonových vizuálů



Pohled
zprava



Pohled
zleva

SAZKABET

Hokejista střílí puk přímo proti sklu



Pohled
zprava





BigPlan

smart OOH planning

I reklamu v metru můžete přesně měřit.

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 nejeфекtivnější metro kampaně přesně zaměřené na vaši cílovou skupinu. Navíc získáte přehled o mediálním výkonu své komunikace.

1 Jak BigPlan funguje

O₂

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, **mobilitě 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 **plachů během dne** za prací, 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 medií (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	Zájem	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 podnikatele		
	> 60			

3 Plánujte a vyhodnocujte

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

Plánujte



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



- Vámí 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

IMPRESE

- Celkový počet všech kontaktů s kampaní

FREKVENCE

- Kolikrát průměrně jsou vaši 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 1,19 milionu cestujících, které můžete opakovaně oslovit vaší komunikací. Během měsíční kampaně můžete zasáhnout až přes 28,4 milionu cestujících. Za celý rok 2024 metro přepravilo přes 311 milionů cestujících. (Zdroj: PID)

ABC



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)



Oslovíte cestující z celé Prahy i okolí

Reklamou v metru efektivně oslovíte cestující po celé Praze včetně centra města. Účinně zasáhnete i ty, kteří do Prahy přijíždějí za prací, studiem, nákupy či zábavou.

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 zákazníci nejefektivněji právě venkovní reklama a reklama v metru tomuto efektu značně napomáhá.



Reklamu 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 zvýhodněných 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 nástupištích, 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.