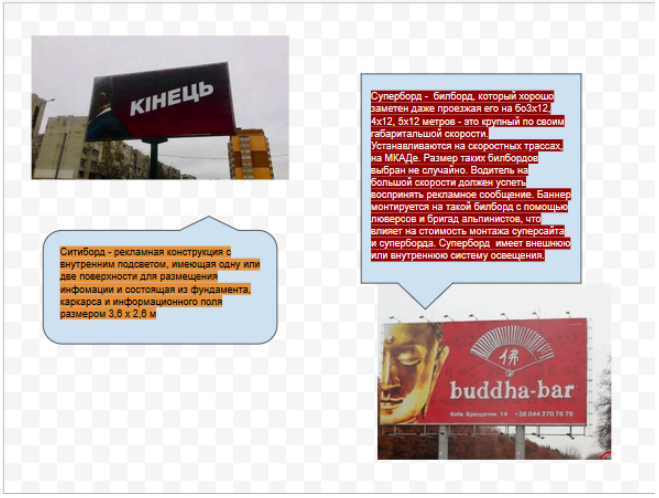
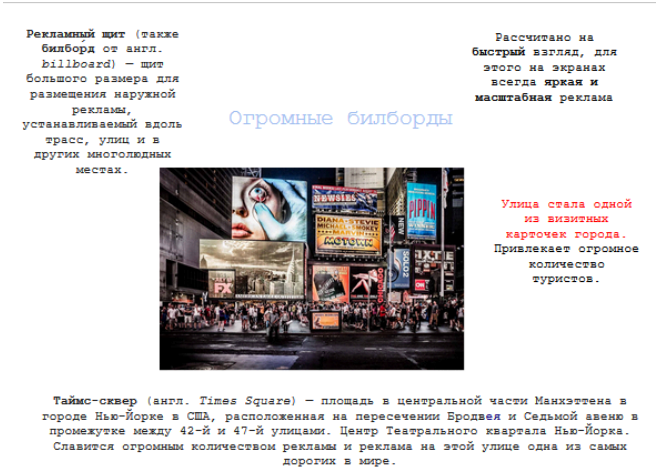
Основные способы графической рекламы в городской среде, принципы оформления витрин.



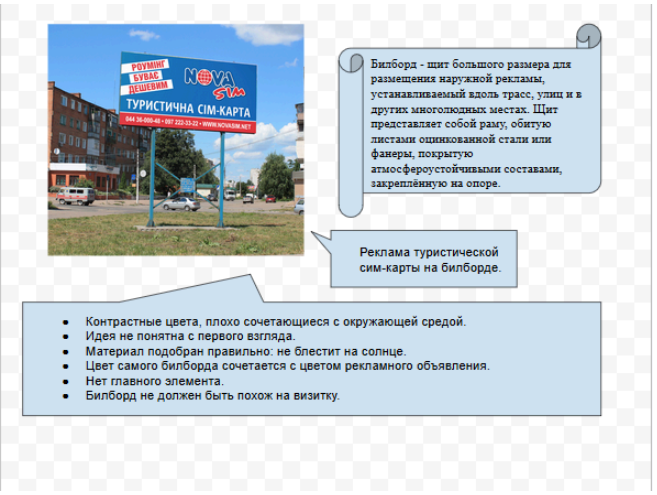
Призматрон для Luxaflex



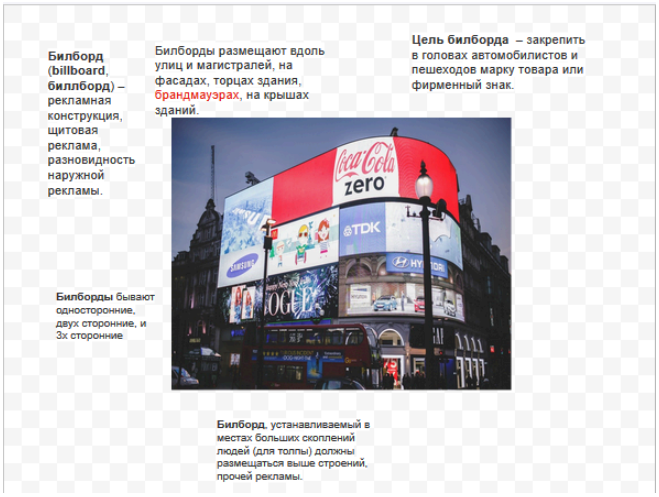
Разновидность билборда



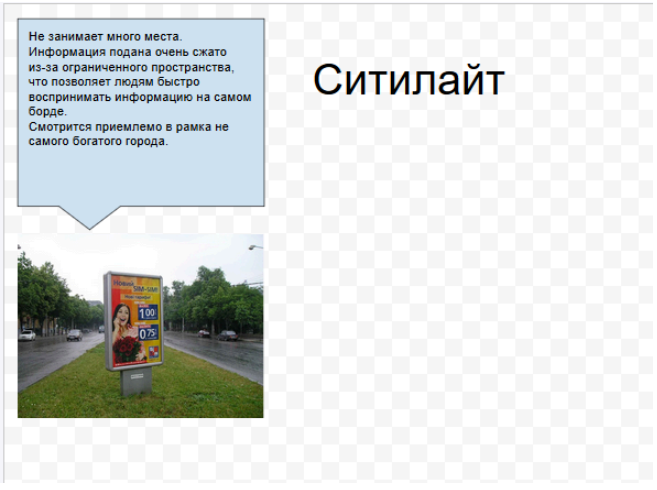
Реклама на Таймс-сквер



Билборд



Билборд



Ситилайт



Ситилайт– это рекламная конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части в местах интенсивного пешеходного движения (так называемое «тротуарное панно»). City – это по-английски город (центр города), light – свет, т.е. сити-лайт – это носитель, размещаемый в центре города (где имеется большое количество людей) и подсвечиваемый изнутри.

[Ситилайт]

Билборд



Билборд (*также рекламный щит*) - рекламная конструкция, щитовая реклама, разновидность наружной рекламы. Билборды размещают вдоль улиц и магистралей, на фасадах, торцах здания, брандмауэрах, на крышах зданий.

Требования к билбордам (на печать):

- формат TIF;
- разрешение для печати – 75 dpi;
- размер макета – 3000x6000 мм, рабочее поле – 2800x5800 мм (фон делайте навылет);
- слои сведены в один;
- превью в формате JPEG либо PNG до 1 Мб.



[Билборд]

Сити-форматы (также встречаются названия Лайтпостер (LightPoster) и СитиЛайт (CityLight)) — отдельно стоящие конструкции наружной рекламы, павильоны ожидания транспорта. Стандартный размер рекламного поля — 120 см x 180 см (также встречаются 118,5 см x 175 см). Представляют собой так называемый световой короб с двумя рекламными поверхностями с внутренней подсветкой.



Преимущества: Ярко освещенные рекламные панели привлекают особенное внимание вечером и ночью, что дает высокий рекламный эффект, поскольку рекламный плакат работает 24 часа в сутки.

Широкий охват. Так как сити-форматы чаще всего устанавливаются на оживленных улицах, с их помощью можно охватить очень большую аудиторию.

Прямая видимость. Изображения на сити-форматах находятся на уровне глаз, что делает их более заметными для пешеходов, чем билборды. К тому же к ним можно подойти поближе, чтобы рассмотреть ту или иную деталь.

Расположение. В отличие от масштабных рекламных конструкций, небольшие по размеру сити-форматы можно устанавливать даже в исторических районах городов.

Доступность для краткосрочной рекламы. Билборды, суперборды и суперсайты выгоднее использовать для долгосрочных рекламных кампаний, так как замена изображений на них технически сложна. Сити-форматы лишены этого недостатка, а значит, они универсальны и вполне подойдут даже для информирования о кратковременной рекламной акции.

[Сити-формат]