

polsat
media



polsat
media
adscreen



SCREEN
NETWORK



zaufali nam

SAMSUNG

GOODYEAR

PHILIPS

CANAL+

FOX

VISTULA

APART

YVES SAINT LAURENT

PARKER



VOGUE



Mercedes-Benz

GARMIN



Emirates



LEXUS



ORLEN



TAURON
POLSKA ENERGIA




T-Mobile



orange

plus





E jakie korzyści daje kampania
na digital out of home? **E**



OBEJRZYJ FILM

digital out of home

dla czego warto?



1. elastyczność

Kampanie Digital Out Of Home można realizować natychmiastowo na dowolnej liczbie nośników. W sieci Screen Network można modyfikować swój przekaz w kilka minut, niezależnie od miejsca, czasu a przede wszystkim niezależnie od budżetu czy grupy docelowej

ZOBACZ KAMPANIĘ



2. impaktowość

Dynamiczny kontent na Wielkoformatowych Ekranach przyciąga wzrok. Spektakularne lokalizacje dają olbrzymie możliwości wykorzystania kreatywnych i innowacyjnych form przekazu, dzięki czemu skutecznie przyciągamy uwagę widowni

ZOBACZ KAMPANIĘ



3. innowacyjność

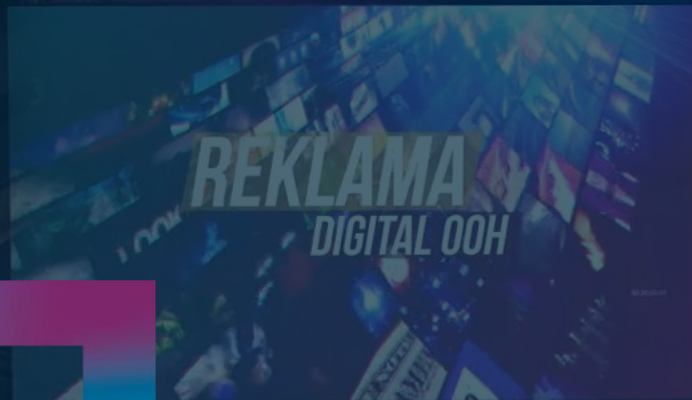
Digital Out Of Home wykorzystuje możliwość łączenia ekranów z Big Data, reklamą mobile oraz na tworzeniu zaawansowanego software-u "image recognition", służącego do rozpoznania dowolnych obiektów przed ekranami.

ZOBACZ KAMPANIĘ





badania



reklama DOOH angażuje bardziej



**kontent
dynamiczny**

VS



**kontent
statyczny**

Kontent dynamiczny powoduje wzrost zainteresowania.
2,5 x bardziej skuteczny jeśli chodzi o wzbudzenie emocji i
zapamiętywalność przekazu.

reklama DOOH jest efektywna

synergia mediów



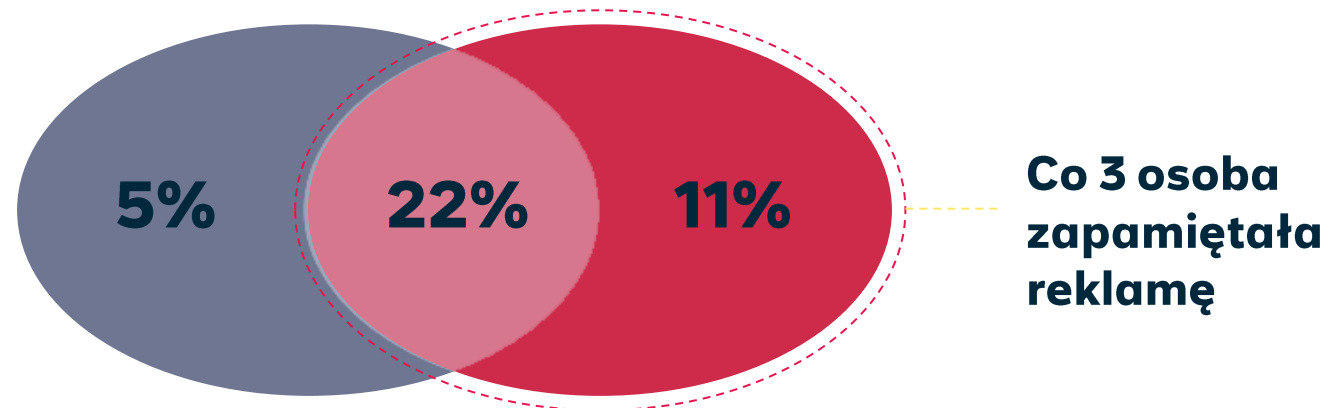
DOOH +



INTERNET

zasięg DOOH jest 2x większy niż zasięg tylko w Internecie

- Zobaczyli reklamę tylko w INTERNECIE
- Zobaczyli reklamę w DOOH i INTERNECIE
- Zobaczyli reklamę tylko w DOOH



reklama DOOH jest efektywna

synergia mediów



DOOH +



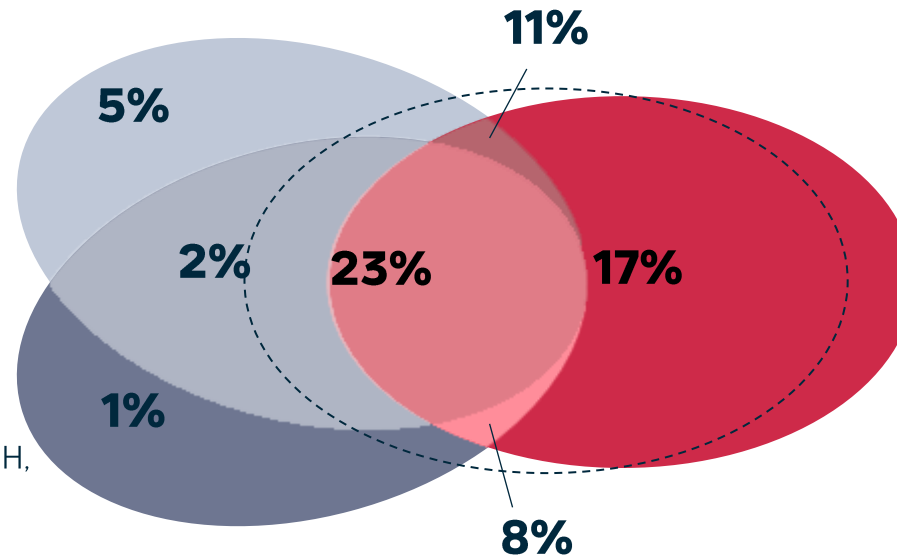
INTERNET +



TV

DOOH stanowi 88% całkowitego zasięgu efektywnego kampanii

- Zobaczyli reklamę tylko w TV
- Zobaczyli reklamę tylko w TV i INTERNECIE
- Zobaczyli reklamę tylko w INTERNECIE
- Zobaczyli reklamę tylko w DOOH i TV
- Zobaczyli reklamę tylko w DOOH i INTERNECIE
- Zobaczyli reklamę w DOOH, INTERNECIE i TV
- Zobaczyli reklamę tylko w DOOH



DOOH ma większy zasięg efektywny niż Internet i TV

reklama DOOH jest efektywna

synergia mediów

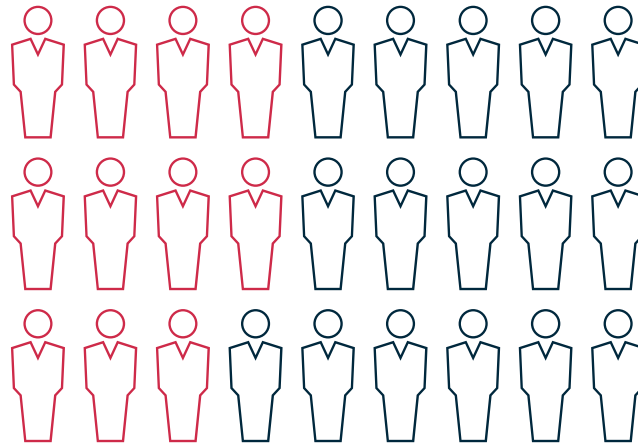
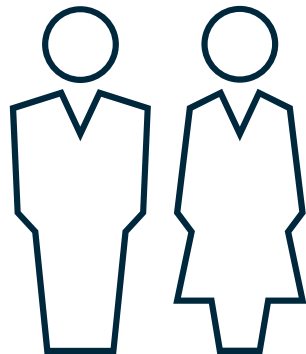


DOOH +



INTERNET

DOOH trafia głównie do osób młodych



38%

osoby w wieku
24-35 lat

reklama DOOH jest efektywna

synergia mediów

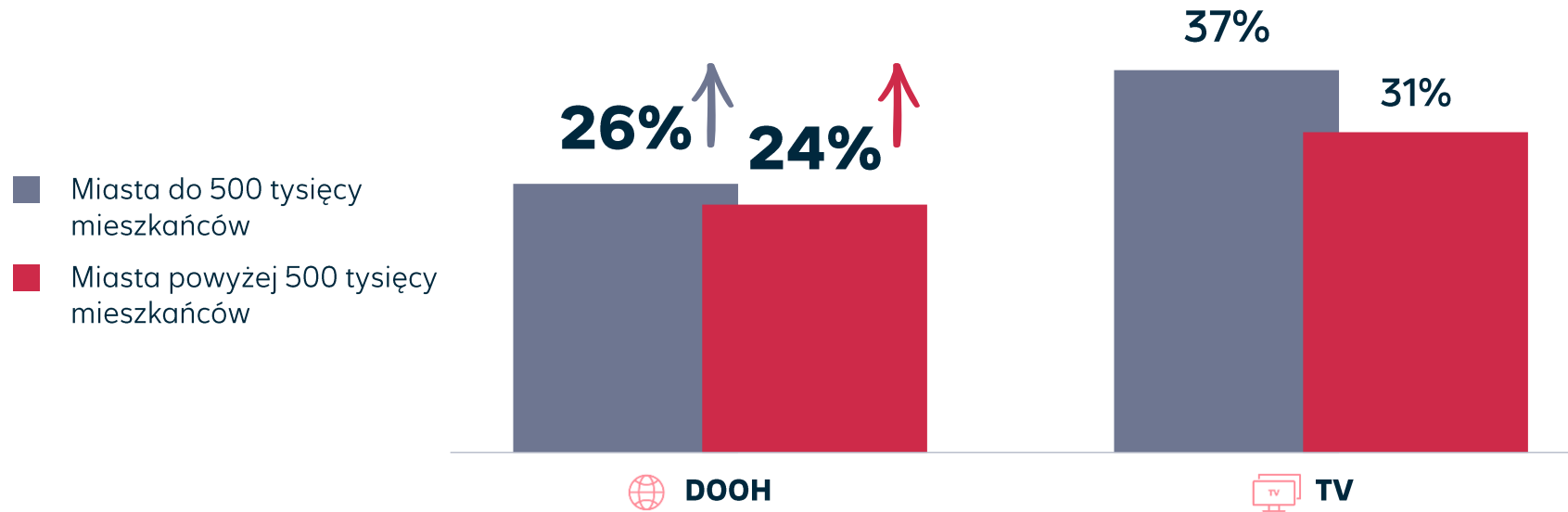


DOOH +



TV

zasięg efektywny DOOH jest zbliżony do zasięgu tv



reklama DOOH jest efektywna

synergia mediów



DOOH +



INTERNET +

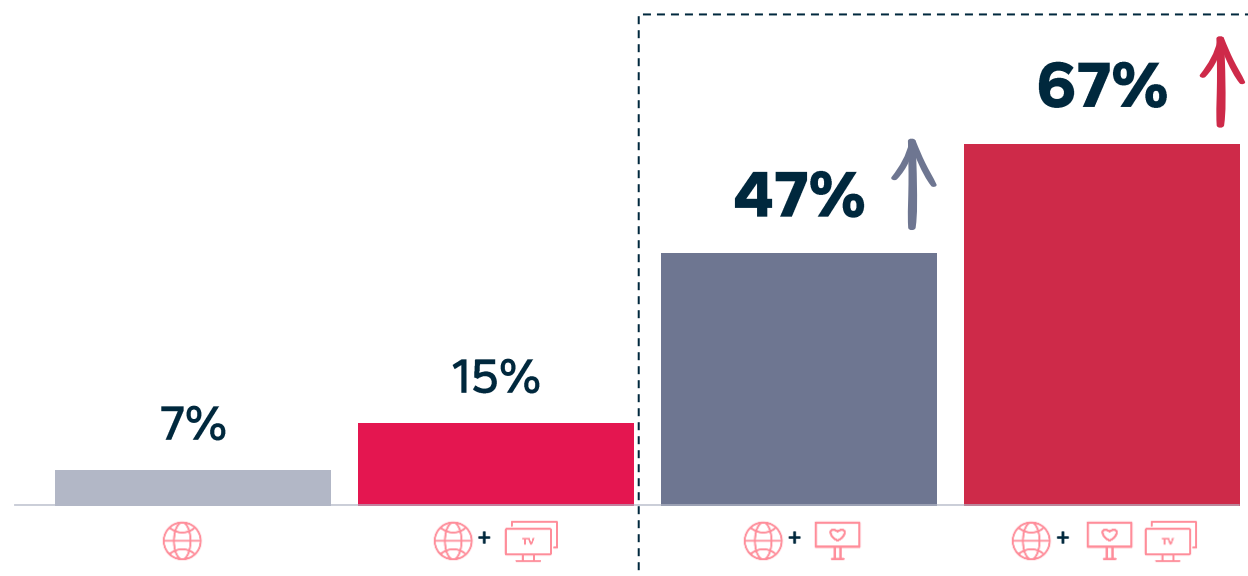


TV

synergia DOOH z Internetem i tv wpływa na lepsze zapamiętywanie reklamy

Widzieli komunikat w INTERNECIE, ale...

- nie widzieli komunikacji w TV i na DOOH
- widzieli komunikację w TV i nie widzieli na DOOH
- widzieli komunikację na DOOH i nie widzieli TV
- widzieli komunikację w TV i na DOOH



reklama DOOH jest efektywna

wniosek z badania:

digital out of home jest idealnym medium mainstreamowym



**generuje duże zasięgi
w stosunku do Internetu i TV**



**najlepiej dociera
do osób młodych**



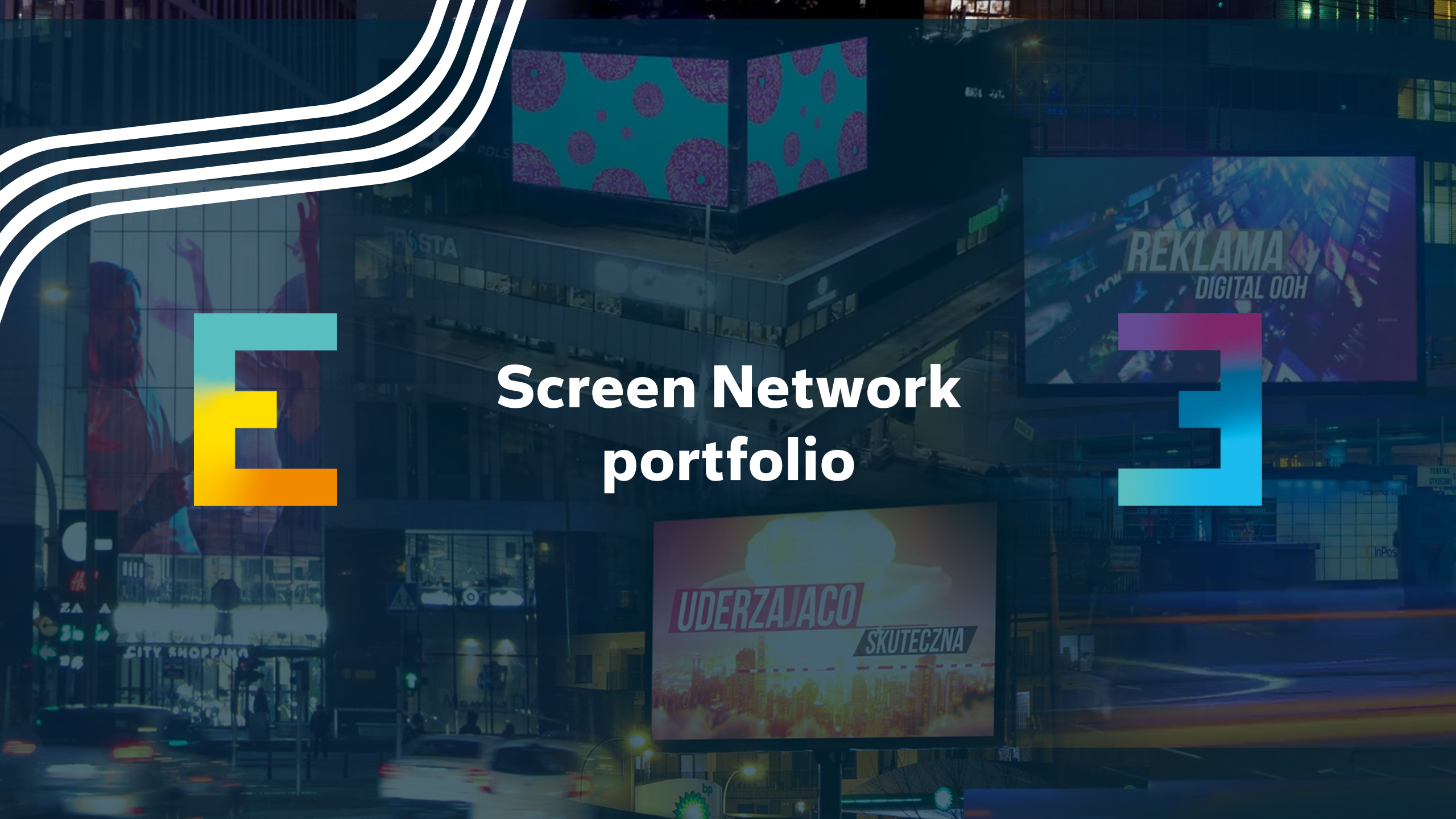
**podbija skojarzenia
marki z innowacyjnością**

oraz poprawia wizerunek marki

- marka idealna dla mnie
- marka, z którą chciałbym być widziany
- najlepsza marka z kategorii
- marka, za którą gotowy jestem zapłacić więcej
- innowacyjna marka



Screen Network portfolio



Screen Network portfolio



wielkoformatowe ekrany led outdoor

- prestiżowe lokalizacje
- główne arterie największych polskich miast

40

ekranów



ekrany lcd indoor

- zróżnicowane POS/POI
- 435 lokalizacji w całej Polsce

20 338

ekranów





E



SUPER SCREEN
PRODUKT PREMIUM



E



REKLAMA
DIGITAL OOH



UDERZAJACO
SKUTECZNA

Plac Unii

CITY SHOPPING



wielki format



prestżowa lokalizacja



165
m²



175 tys.

widownia
dobowa brutto





Marriott®

Warszawa

 **SUPER SCREEN**
PRODUKT PREMIUM

 wielki format

 prestiżowa lokalizacja

 **2**
ekrany

 **140**
m²

273 tys.
widownia
dobowa brutto każdy

 **OBEJRZYJ
FILM**



WARSZAWA WSCHODNIA

 **SUPER SCREEN**
PRODUKT PREMIUM



wielki format



prestżowa lokalizacja



24

m²



136 tys.

widownia
dobowa brutto





POZNAŃ GŁÓWNY

 **SUPER SCREEN**
PRODUKT PREMIUM



wielki format



prestiżowa lokalizacja



26
m2

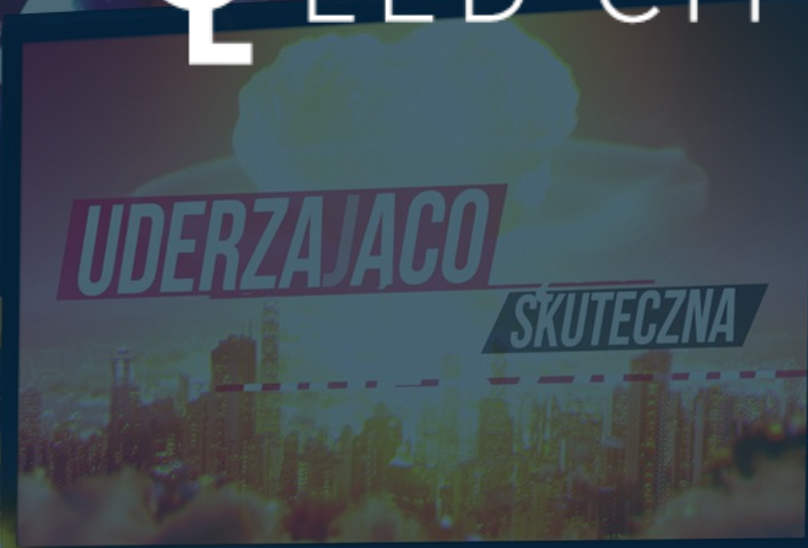
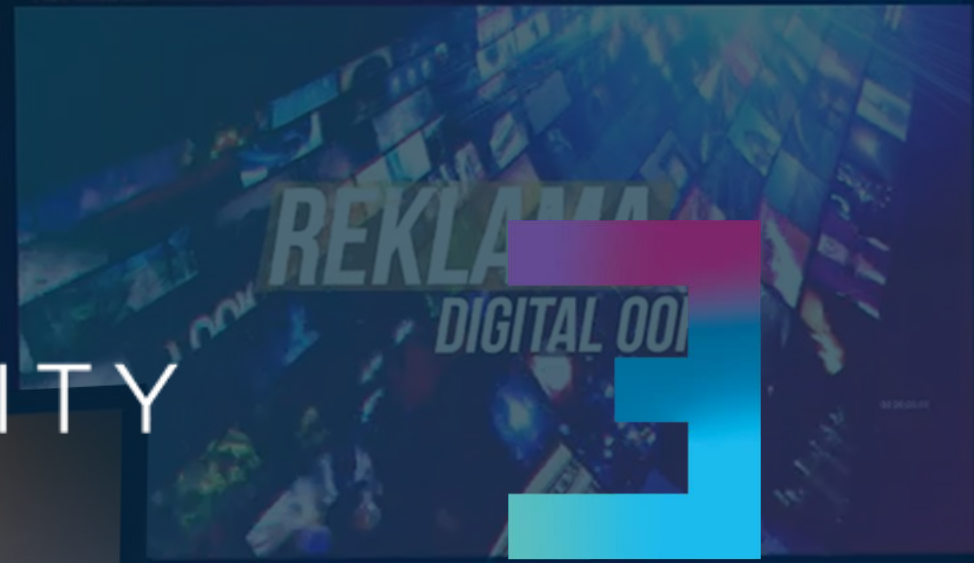
51 tys.

widownia
dobowa brutto każdy





LED CITY



LED CITY



wielki format



prestżowa lokalizacja

- wysokiej jakości ekrany LED
- główne arterie największych polskich miast



35

lokalizacji



50

m²

3,8 mln

widownia
dobowa brutto





15:55	Warszawa Zachodnia	Warszawa Zachodnia
16:00	Nodlin	
16:03	Warszawa Zachodnia	
16:04	Olsztyn Główny	
16:05	Szczecin Główny	
16:08	Warszawa Zachodnia	
16:12	Warszawa Zachodnia	
16:15	Kraków Główny	
16:16	Warszawa Zachodnia	
16:20	Warszawa Zachodnia	
16:20	Warszawa Zachodnia	
16:42	Bielsko-Biala Główna	
16:50	Kraków Główny	
16:55	Bielsko-Biala Główna	
16:55	Olsztyn Główny	
16:00	Nodlin	
16:01	Warszawa Zachodnia	
16:05	Jelenia Góra	
16:10	Bielsko Podlaska / Terespol	
16:10	Kraków Główny	
16:15	Raciborz	
16:20	Warszawa Zachodnia	

kasy tickets

6

7

8

10



dworce



Zestaw swój lunch

Zestaw swój lunch





WARSZAWA ŚRÓDMIEŚCIE



duży ruch pieszy



67% aktywni zawodowo



12

ekranów



5

m²



53 tys.

widownia
dobowa brutto



WARSZAWA CENTRALNA



duży ruch pieszy



67% aktywni zawodowo



16

ekranów



75

cali

41 tys.

widownia
dobowa brutto





KRAKÓW GŁÓWNY



duży ruch pieszy



67% aktywni zawodowo



8

ekranów



75

cali



44 tys.

widownia
dobowa brutto



WARSZAWA WSCHODNIA



duży ruch pieszy



67% aktywni zawodowo



5

ekranów



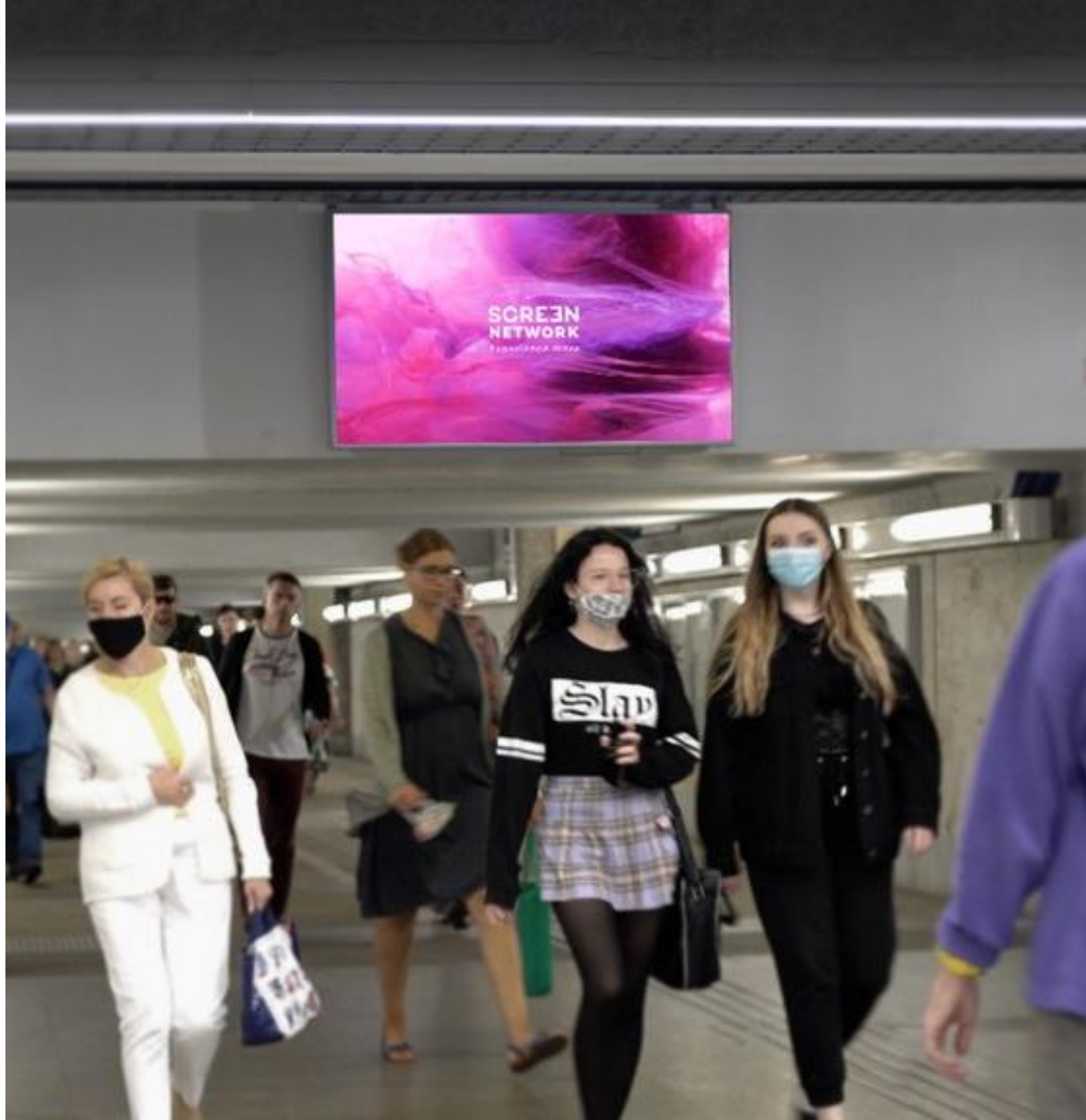
75

cali



45 tys.

widownia
dobowa brutto



ic PKP INTERCITY

kasy biletowe



ogólnopolski zasięg



POS/POI

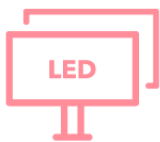


67% aktywni zawodowo



33

lokalizacji



136

ekranów

604 tys.

widownia
dobowa brutto





ekrany LCD indoor



Media Markt

discover hubiz RELAY
inmedio 1 minute Virgin

amic ENERGY

SIEĆ KLUBÓW FITNESS
CITYFIT

SCREEN NETWORK
Experience more

SCREEN NETWORK
Experience more

SCREEN NETWORK
Experience more

SCREEN NETWORK
Experience more

299 tys.

widownia
dobowa brutto



mężczyźni
impaktowość

62 tys.

widownia
dobowa brutto



kobiety
galerie handlowe
zakupy impulsowe

50 tys.

widownia
dobowa brutto



kierowcy
małe miejscowości

14 tys.

widownia
dobowa brutto



zasobny portfel
cykliczny kontakt

Media Markt



ogólnopolski zasięg



pos/poi



mężczyźni



impaktowość



81

lokalizacji



20 tys.

ekranów

299 tys.

widownia
dobowa brutto





discover hubiz RELAY
inmedio 1 minute Virgin

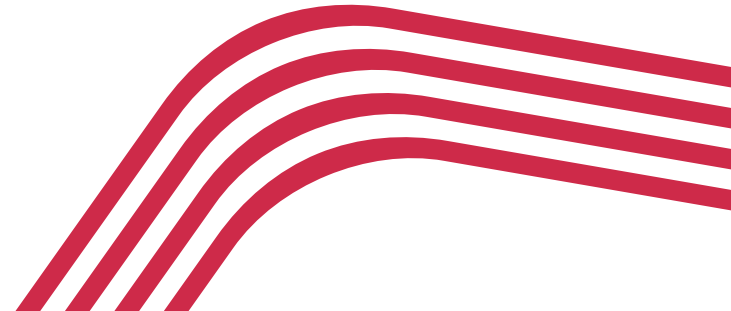
-  ogólnopolski zasięg
-  pos/poi
-  kobiety
-  galerie handlowe
-  zakupy impulsowe

93
lokalizacji

123
ekranów


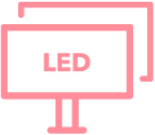
62 tys.
widownia
dobowa brutto

 OBEJRZY
FILM





-  ogólnopolski zasięg
-  pos/poi
-  kierowcy
-  małe miejscowości

-  **40**
lokalizacji
-  **40**
ekrany



50 tys.
widownia
dobowa brutto



ogólnopolski zasięg



pos/poi



zasobny portfel



cykliczny kontakt



22

lokalizacji



250

ekranów

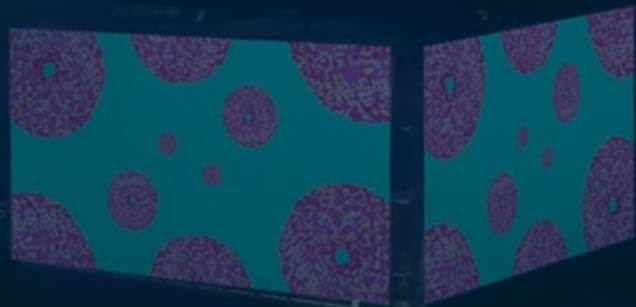
14 tys.

widownia
dobowa brutto



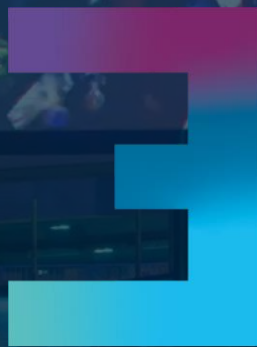
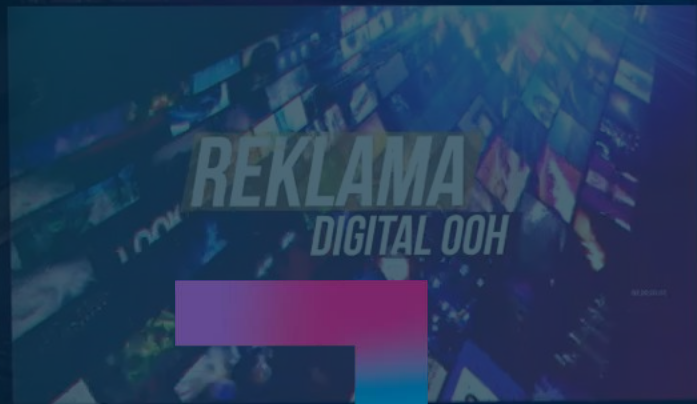
OBEJRZYJ
FILM





LOT POLS

STA



analiza post buy



UDERZAJACO

SKUTECZNA

CITY SHOPPING

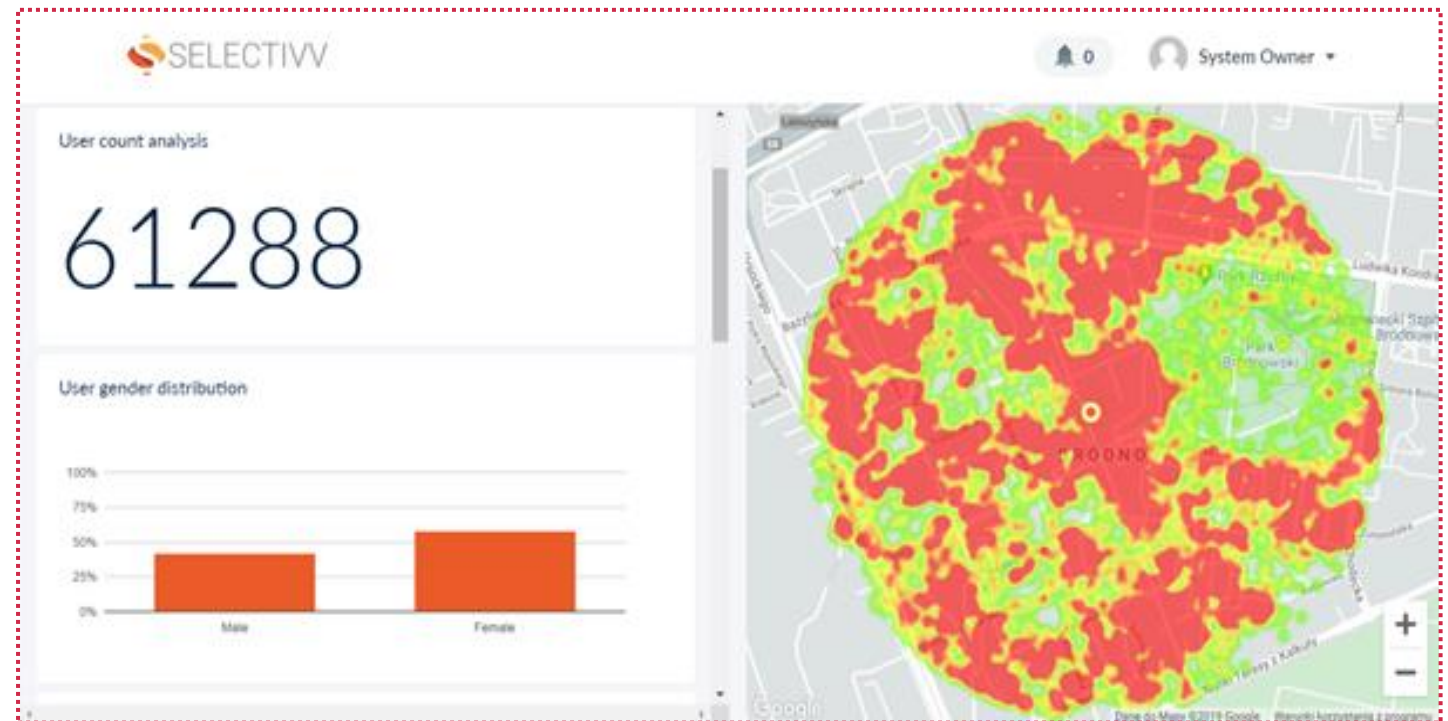
InPost

analiza postbuy

Analiza przeprowadzona na podstawie danych gromadzonych w bazach danych typu BIG DATA
(dane o charakterze obserwacyjnym, rejestrujące rzeczywiste zachowania na urządzeniach mobilnych).

Przedmiot analizy:

- liczba osób przemieszczających się przy ekranach w trakcie kampanii + Unikalni Użytkownicy
- do 10 lokalizacji LED CITY i/lub SUPER SCREEN
- płeć
- wiek
- 4 wybrane profile behawioralne





potencjał rynku

digital out of home



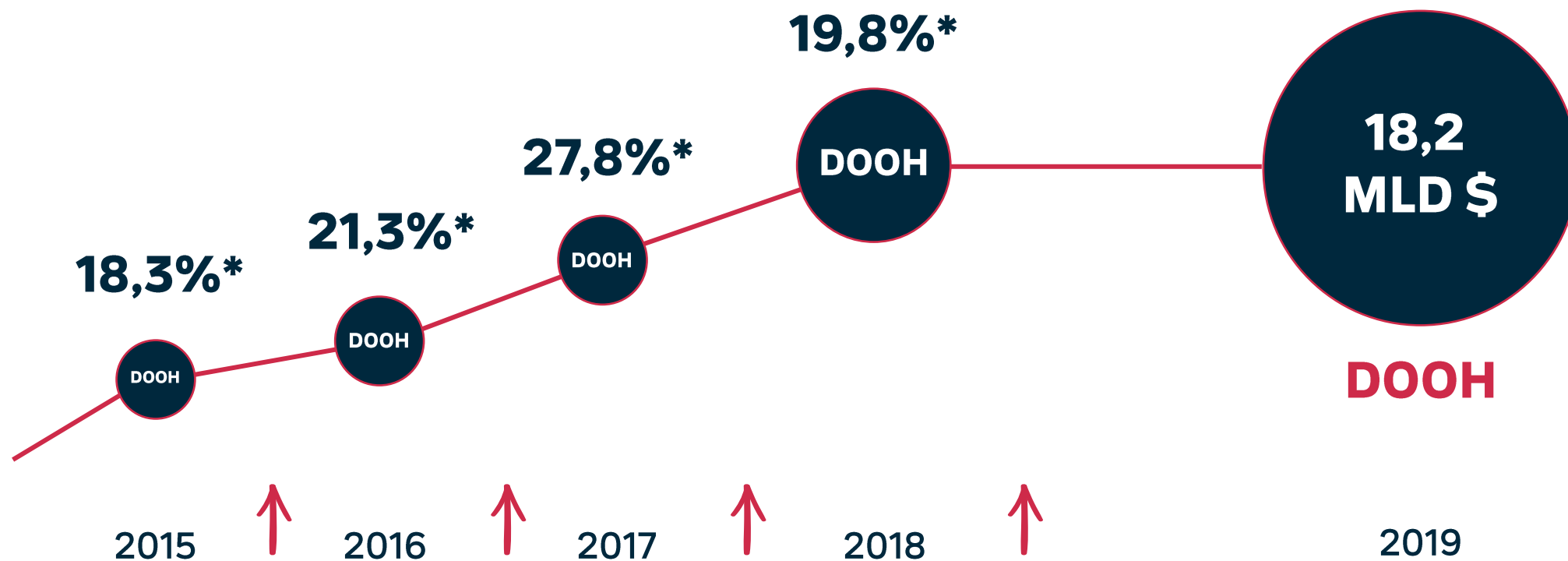
REKLAMA
DIGITAL OOH

UDERZAJĄCO
SKUTECZNA



dynamiczny wzrost

DOOH rośnie na świecie



Wydatki 2019

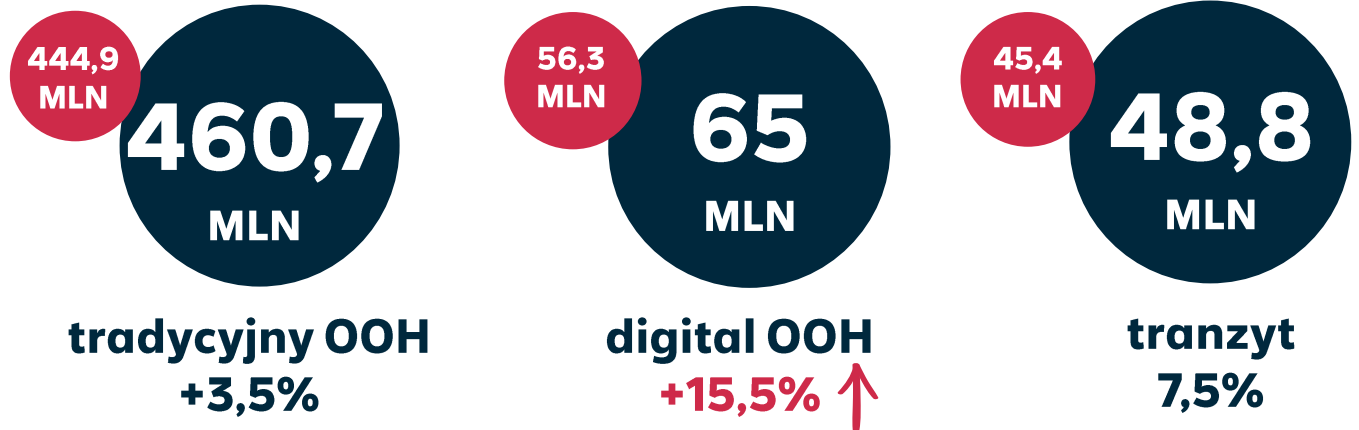
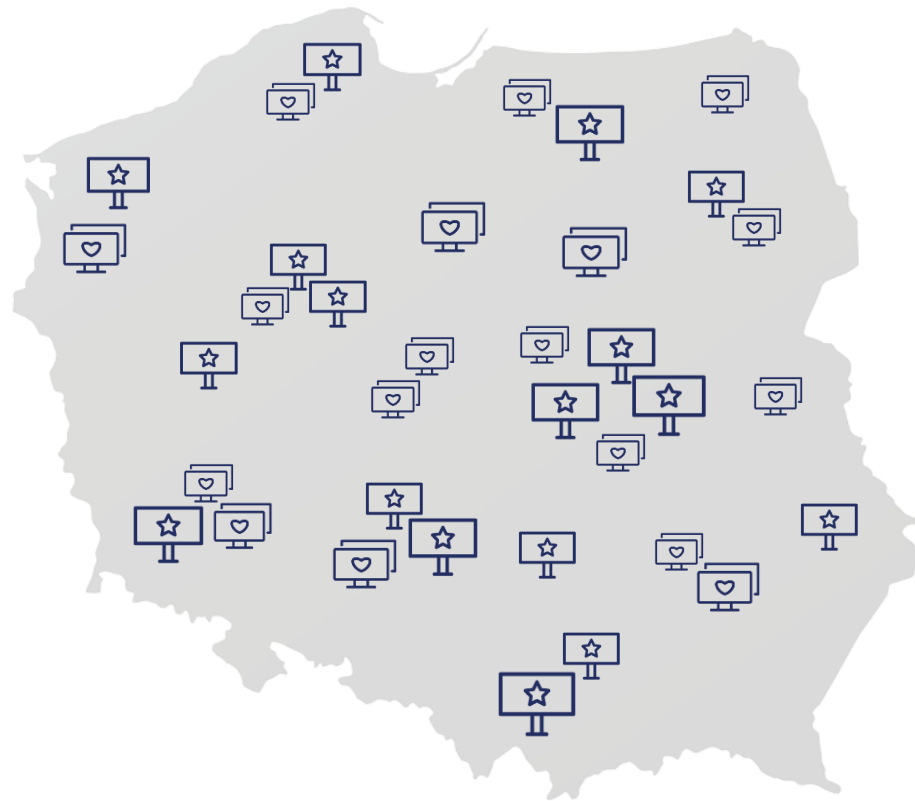
18,2
MLD \$

DOOH

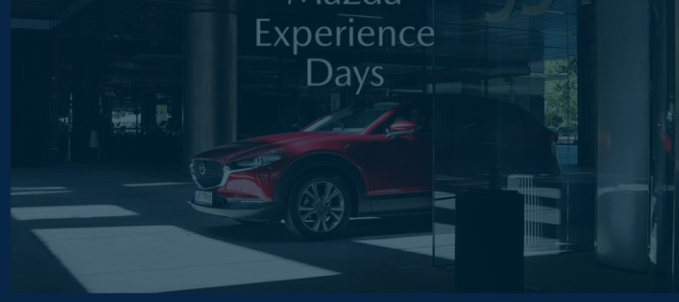
* pq media digital out-of-home media worldwide 2019 survey, global entertainment and media outlook 2019 – 2020, pwc

Screen Network portfolio

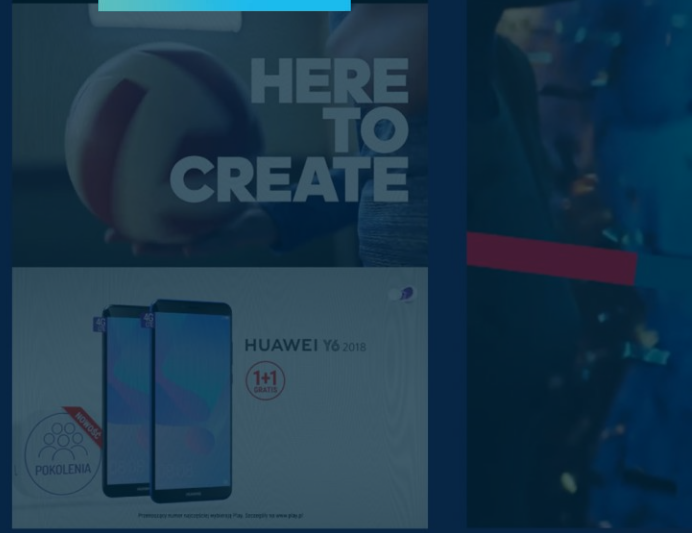
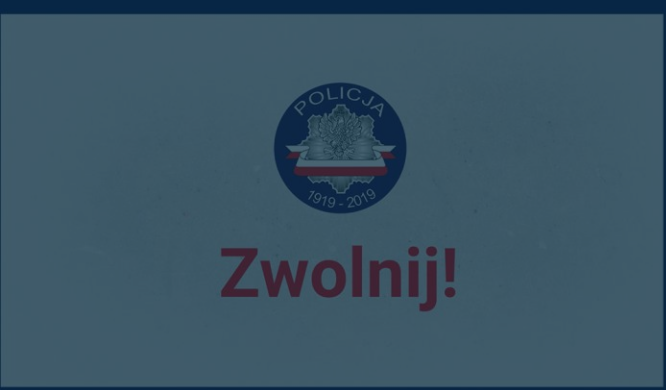
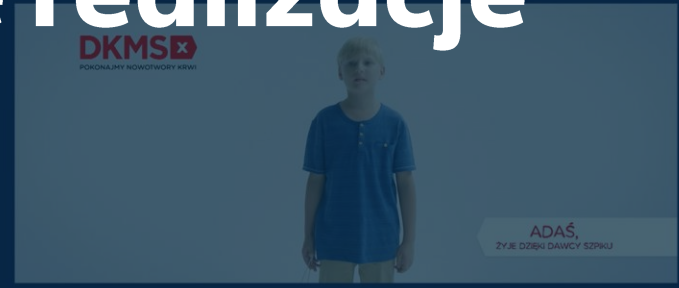
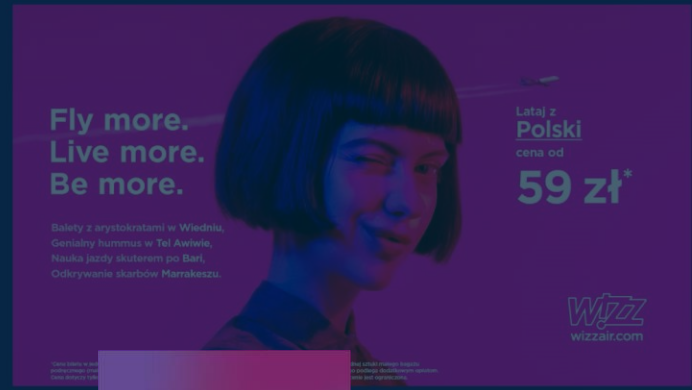
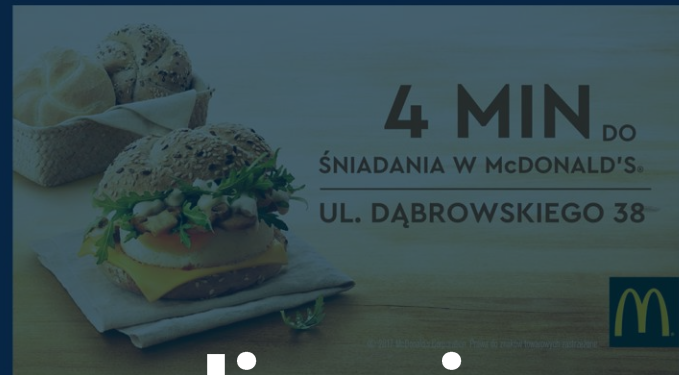
W Polsce DOOH dynamicznie rośnie z roku na rok



11% udziału digital ooh w rynku reklamowym w 2019 roku



nasze realizacje

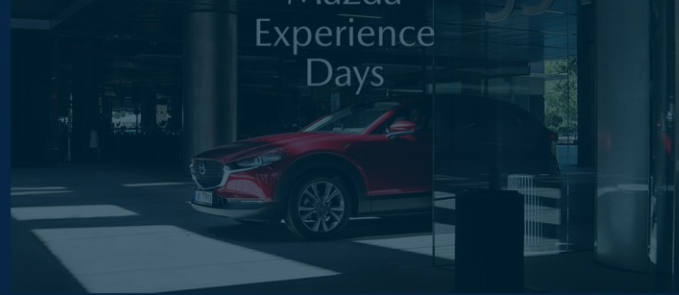


symulakra

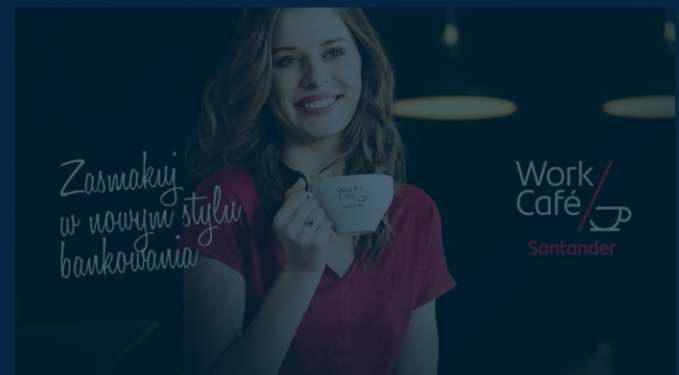
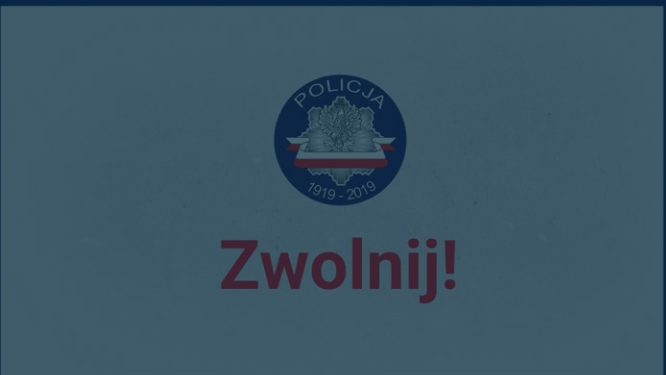
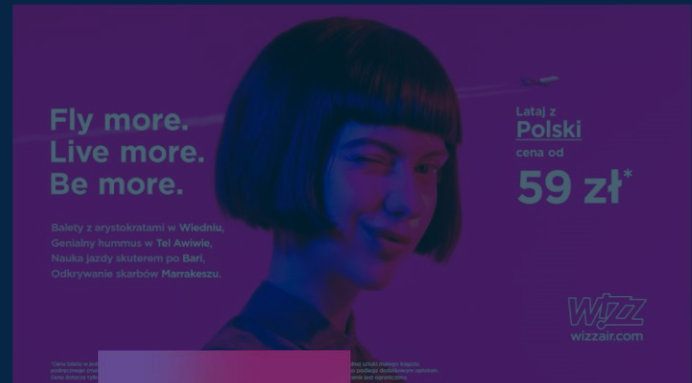
To cyfrowa rzeźba miejska, która codziennie powstawała dzięki siłom miasta. Kształtował ją ruch samochodowy i dane z telefonów komórkowych. Na rzeźbę można było również wpływać za pomocą aplikacji, a także dzięki wykorzystaniu najnowszej technologii, m.in. computer vision i creative coding, przybliżyliśmy mieszkańcom Warszawy możliwości ekranów digitalowych.

Pokazaliśmy, że nośniki cyfrowe mogą przekazywać także wartościowe treści o wysokiej jakości estetycznej, pozwalają angażować publiczność i dynamicznie reagować na życie miasta.





kampanie społeczne

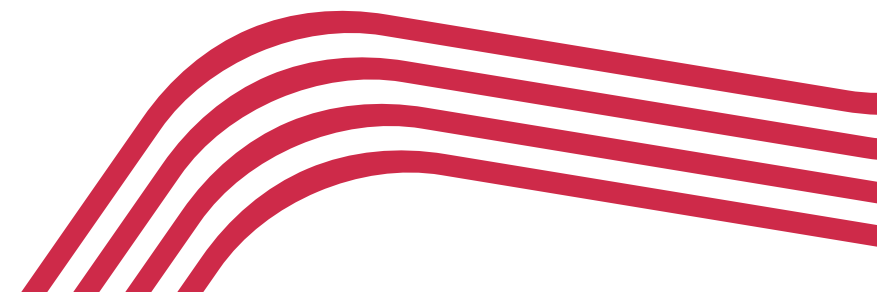




SOS wioski dziecięce

Przemoc rówieśnicza, jakiej doświadczają dzieci w Internecie, to problem XXI wieku. Aby zachęcić do przeciwdziałania temu zjawisku połączyliśmy Wielkoformatową Kurtynę LED z monitoringiem sieci Brand24, co dało możliwość monitorowania zasobów Internetu w czasie rzeczywistym.

Interaktywna kreacja połączona z systemem reagowała na wsparcie odbiorców poprzez skanowanie wpisów na Instagramie z hashtagami #jestemzsos, #soswioskidzieciece – im więcej oznaczeń i wyrazów wsparcia, tym bohaterowie spotów odnosili mniejsze „cyfrowe obrażenia”.



Policja światła

Kierowcy, którzy mają niesprawne jedno ze świateł w pojeździe bądź wyłączone oświetlenie stwarzają zagrożenie dla siebie i innych uczestników ruchu drogowego.

Dzięki technologii computer vision wykrywaliśmy takie pojazdy podczas ich postoiu na czerwonym świetle i ostrzegaliśmy kierowców.





Policja zwolnij

Wakacje to okres częstych podróży, a co za tym idzie natężenia wypadków drogowych. Wraz z Komendą Główną Policji zaprezentowaliśmy kierowcom Interaktywną Mapę Wypadków Drogowych.

Celem kampanii było ostrzeżenie przed przekraczaniem dozwolonej prędkości, co jest jedną z podstawowych przyczyn wypadków drogowych w Polsce.



child alert

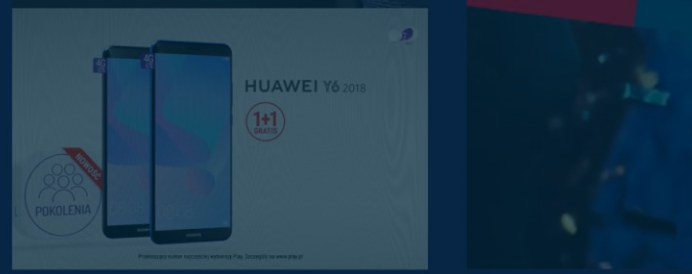
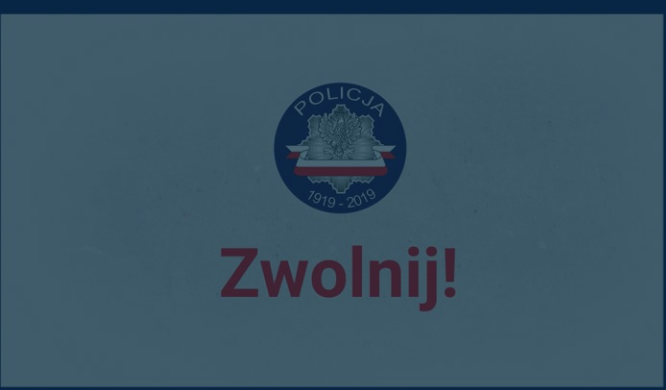
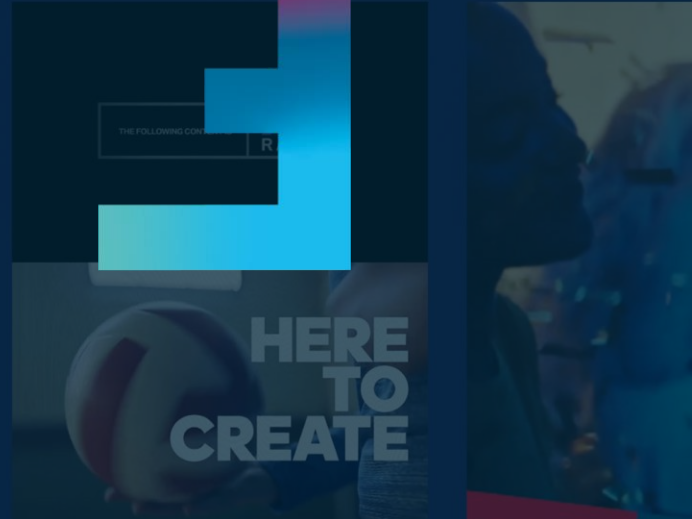
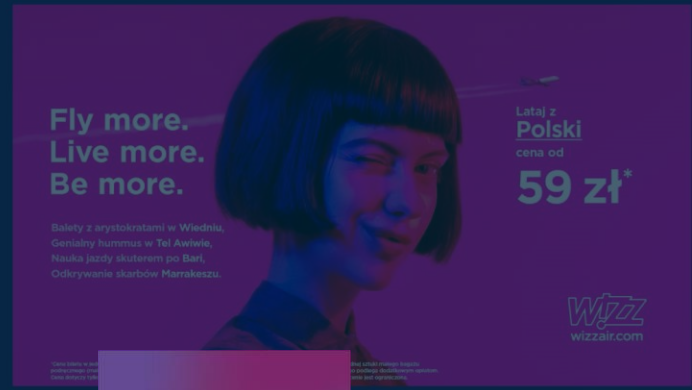
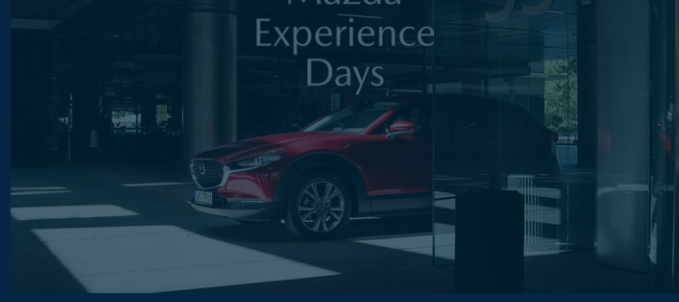
„Child Alert” to alarm, który ma na celu zawiadomienie jak największej liczby osób w celu czynnego zaangażowania ich do ekspresowych poszukiwań.

„Child Alert” umożliwia błyskawiczne upublicznienie konkretnego ogłoszenia na temat zaginięcia lub uprowadzenia dziecka we wszystkich dostępnych mediach.

Korzystając z natychmiastowości medium Digital Out Of Home, od wielu lat emitujemy komunikaty Komendy Głównej Policji na ponad 20 000 ekranach w całej Polsce.



kampanie komercyjne





Samsung

LIVE Stream z konferencji #SamsungUnpacked 2021, na Wielkoformatowym Ekranie LED zamontowanym na Hotelu Marriott w samym centrum Warszawy.

Podczas streamingu można było zobaczyć najnowsze premiery Samsunga na rok 2021 w czasie rzeczywistym.





Plac Unii city shopping

Na potrzeby akcji „Eco Święta z życzeniami”, stworzyliśmy dedykowany „Panel kampanii”, który umożliwił klientom dodawanie i aktualizowanie treści kreacji oraz wyświetlenie ich na spektakularnej, Wielkoformatowej Kurtynie LED w czasie rzeczywistym.



Fox TV

Na kurtynie LED o powierzchni 165 m², zamontowanej na Placu Unii zorganizowaliśmy nietypową akcję promocyjną serialu o tematyce ratowniczo-medycznej w TV Fox.

Każdorazowo, kiedy w okolicy przejeżdżała karetka nasz ekran odbierał sygnały świetlno-dźwiękowe, co uruchamiało emisję reklamy w/w serialu.

Prawdziwe emocje tylko w TV Fox.





Philips

Ekrany biorące udział w akcji były precyzyjnie wyselekcjonowane pod kątem ruchu miejskiego i znajdowały się w najbardziej ruchliwych arteriach, w największych polskich miastach. Kreacja została podłączona do bazy danych Airly, wskazującej jakość powietrza w przestrzeni miejskiej.

Specjalnie napisany algorytm umieszczony w spocie zaciągał dane z najbliższych stacji pomiarowych, co skutkowało dynamicznym wyświetleniem komunikatu o aktualnym stanie i zanieczyszczeniu powietrza w okolicy danego ekranu.



McDonald's

Podłączyliśmy dynamiczną kreację do bazy danych monitorującej natężenie ruchu na odcinku między ekranem, a najbliższą restauracją McDonald's.

Kreacja wskazywała rzeczywisty czas dojazdu do wskazanej restauracji. Kampania została nagrodzona nagrodą MIXX Awards 2017 w kategorii Offline Digitizing.





Burger King

Połączyliśmy technologię odczytywania temperatury wraz z dynamiczną kreacją Burger King. Im bardziej rosła temperatura, tym niżej spadała cena orzeźwiających Oreo Shakes. Wszystko działo się w czasie rzeczywistym.

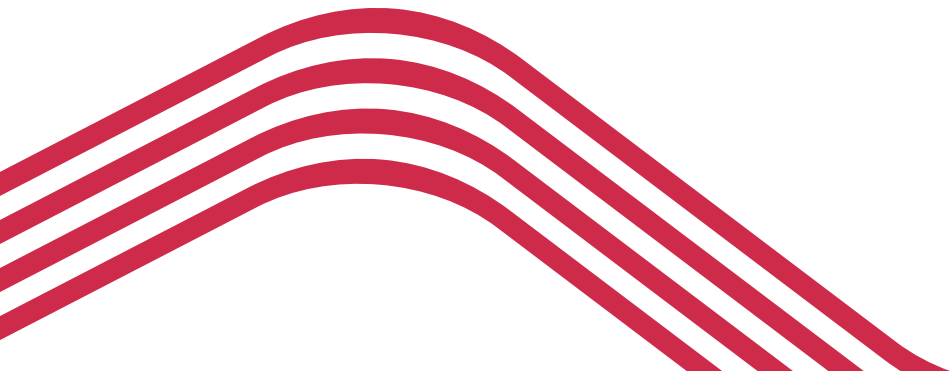
Dane odnośnie temperatury były automatycznie odczytywane i przekazywane do systemu, który generował odpowiednią kreację na ekrany.



austria.info

Dzięki zaawansowanej technologii skierowaliśmy naszą komunikację na ekranach DOOH tylko do osób, które interesują się sportem i wyjeżdżają na narty za granicę. Do nich skierowaliśmy komunikat po raz kolejny.

W sumie z potencjalnie 8 milionów zainteresowanych wyselekcjonowaliśmy 70 tysięcy osób naprawdę zainteresowanych zimowym wyjazdem na narty.





BBC lifestyle

Ogólnopolska akcja telewizji BBC lifestyle, promująca program kulinarny „Gordon Ramsay: 24 godziny w piekle”.

Dynamiczna kreacja odliczała do startu sezonu na ponad 20 tysiącach ekranach w całej Polsce.



Skoda

Pierwsza w Polsce reklama telewizyjna realizowana i transmitowana w pełni na żywo, połączona z koncertem i premierą nowej Skody Fabii oraz nowych piosenek Bovskiej.

To wszystko także na ekranach Screen Network w całej Polsce.

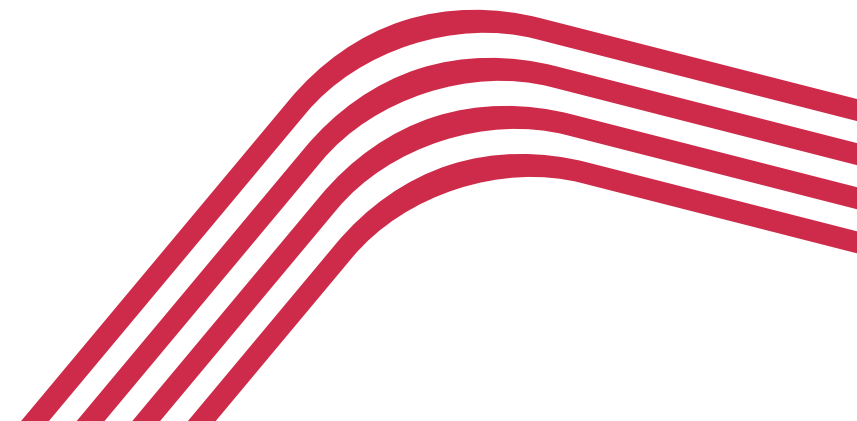




Goodyear

Specjalny algorytm dopasowywał częstotliwość wyświetlania kampanii w zależności od aktualnej temperatury w otoczeniu konkretnego ekranu.

Im było cieplej, tym kreacja wyświetlała się częściej i tym samym zwiększała dotarcie z komunikatemoferty letnich opon Goodyear.



Polskie radio 24

Na potrzeby kampanii dla POLSKIE RADIO 24 został stworzony dedykowany panel, za pośrednictwem którego można było w czasie rzeczywistym edytować treść dynamicznych spotów, wyświetlanych na Wielkoformatowych Ekranach LED oraz ekranach LCD w punktach sprzedaży.





Dove

Zaawansowana technologia Wielkoformatowych Ekranów LED umożliwia połączenie z bazami danych kanałów Social Media.

Dynamiczna kreacja wyświetla wskazany rekord, w tym przypadku liczbę polubień.



3
Strefa Parkingowa

wybrane kampanie



SYMULAKRA



FOX TV



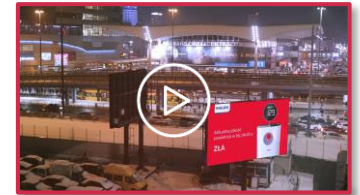
BURGER KING



AUSTRIA.INFO



BBC LIFESTYLE



PHILIPS



SHOWMAX



MCDONALD'S



GOODYEAR



SKODA



POLSKIE RADIO 24



DOVE



CHILD ALERT



POLICJA - ŚWIATŁA



POLICJA - ZWOLNIJ



Male
Adult
Caucasian
Trousers

Male
Adult
Caucasian
Shorts

think dooh



Sleeveless

Female
Adult
Caucasian
Sleeveless

innovacyjne kampanie



Tworzymy niestandardowe innowacyjne projekty, które nagradzane są na wielu konkursach.

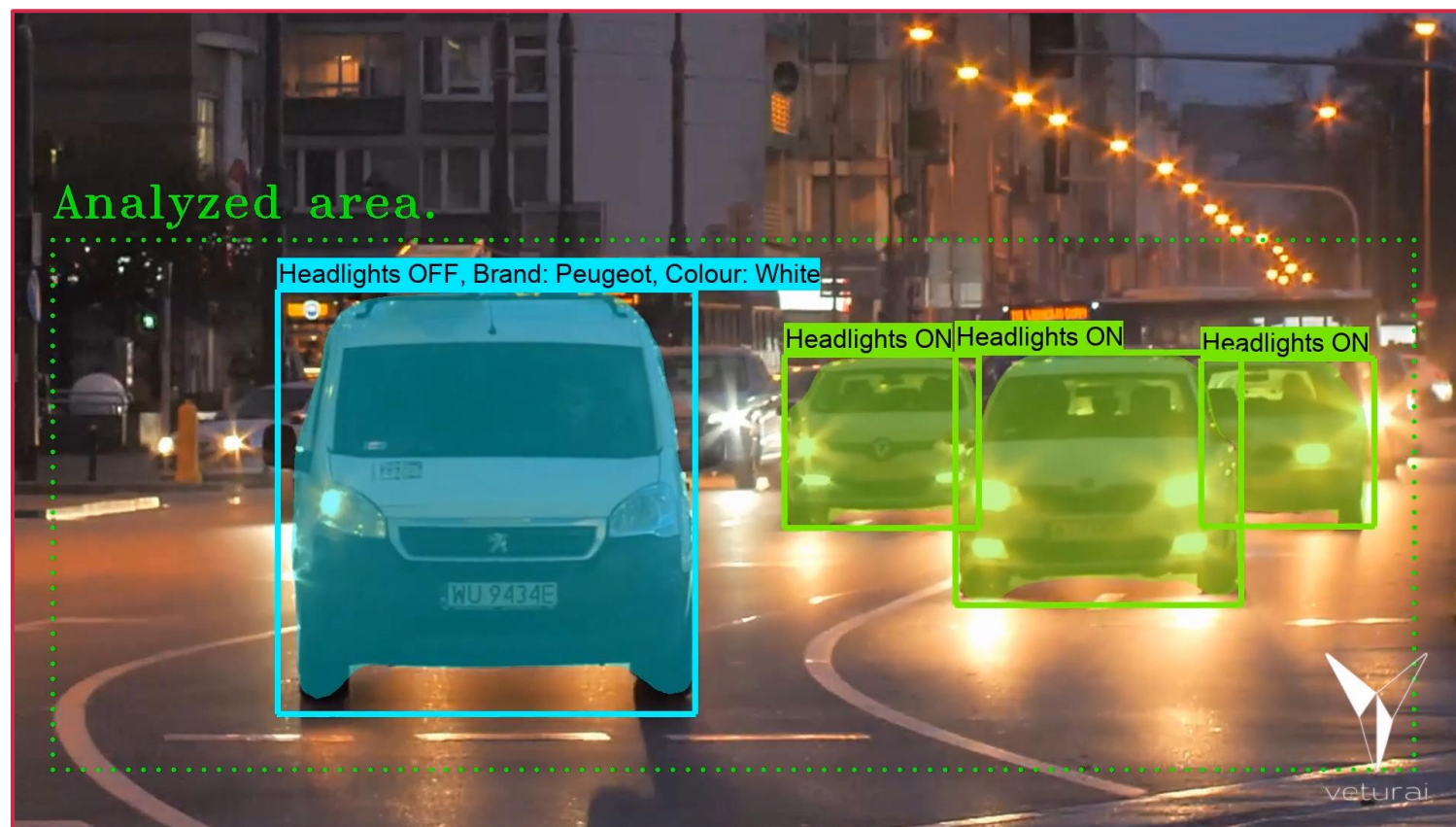


Za tymi projektami stoi Think DOOH, specjalna komórka, powołana w celu zasilania naszych klientów najnowszymi rozwiązaniami technologicznymi. Think DOOH wykorzystuje możliwość łączenia ekranów digital OOH z big data, reklamą mobile oraz na tworzeniu zaawansowanego software-u "image recognition", służącego do rozpoznania dowolnych obiektów przed ekranami.

image recognition

Nasze najbardziej reprezentacyjne ekrany zostały wyposażone w sensory, które umożliwiają rozpoznawanie wcześniej zdefiniowanych obiektów i na tej podstawie modyfikowanie przekazu w czasie rzeczywistym.

Przeprowadziliśmy w oparciu o tę technologię szereg kampanii, zarówno dla klientów komercyjnych tj. Skoda czy FOX, jak i dla podmiotów działających w obszarze non-profit tj. Polska Policja.





Geotrapping



Geotrapping

14 MLN

**monitorowanych
użytkowników urządzeń
mobilnych w Polsce**

200 TYS.

**aplikacji mobilnych
podłączonych
do bazy danych**

15 MLN

**stron internetowych
podłączonych
do bazy danych**

362+

**informacji
o monitorowanym
użytkowniku**

Geotrapping - działanie

System w czasie rzeczywistym weryfikuje profile użytkowników urządzeń mobilnych znajdujących się w **promieniu widoczności ekranów** (wybrana pozycja UX/UI zapewniająca dobrą widoczność reklamy).

Promień w zależności od specyfiki lokalizacji, wynosi od kilkunastu do kilkudziesięciu metrów.



Geotrapping - działanie

Możliwość emisji wielu kreacji z dedykowanym komunikatem w zależności od grupy docelowej.



T ..

**NIELIMITOWANY
INTERNET DOMOWY
Z KONSOLĄ PS4**

PS4

**1 zł
NA START
ZA ZESTAW**

**HUAWEI
4GRouter B529**

Plan "Nielimitowany Internet Domowy" dostarcza dostęp do mobilnego internetu w zasięgu sieci Operatora i ogranicza możliwości korzystania z usług bez limitu objętości danych oraz bez limitu definitywnie sformułowanej predykcji maksymalnej, przez cały czas istnienia umowy. Szybkość maksymalna predykcji pobrania danych w ogółu usługi Internet Domowy do 30 Mb/s w technologii LTE i 3G wyrażone nie więcej niż 20 Mb/s, a w ogółu usługi Internet Domowy do 60 Mb/s w technologii LTE wyrażone nie więcej niż 60 Mb/s. Zestaw urządzeń, na który składa się konsola PS4 oraz 4G Router, dostarczony w ofercie na raty, z opłatą na start. Całkowity koszt zakupu urządzenia (zestaw) na start (suma rat i opłat) jest stały w okresie 24 miesięcy. Aktywacja usługi Internet Domowy z zestawem urządzeń na start - gratis 24 miesiące / zobowiązanie do zakupu urządzenia.

Wersja kreacji I – **ogólna**



**MAGENTA
BIZNES**

BEZ LIMITU DLA WSZYSTKICH W FIRMIE

Wi-Fi, mobile phone, email icons

1 zł, 1 zł, 1 zł, 1 zł (with 'x' marks)

Internet bez limitu dostępny w ofertach Magenta Biznes M, L i VIP. Urządzenia dostępne są w ofercie na raty z opłatą na start. Podane ceny są cenami netto. Szczegóły w Warunkach Oferty Magenta Biznes oraz dedykowanych regulaminach usług na www.t-mobile.pl/dlafirm

Wersja kreacji II – **biznes**

Geotrapping - działanie

System weryfikuje obecność profili i tuż przed emisją decyduje, którą kreację wyświetli.

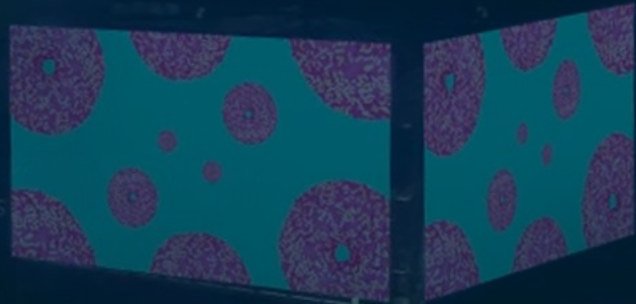


Geotrapping - profile

Możliwość wykorzystania 60 profili demograficzno-behawioralnych w różnych kombinacjach.

demograficzne	technologiczne	sport / zdrowie	transport
kobiety planujące dziecko	klienci wybranych operatorów	osoby aktywnie uprawiające sport	kierowcy
studenci	użytkownicy smartfonów premium	kibice reprezentacji polski	osoby, które używały aplikacji turystycznych
rodzice dzieci 1-4 lat	klienci bankowości mobilnej	osoby czytające o sporcie	klienci pkp ic
mniejszości seksualne	osoby korzystające z aplikacji muzycznych	kibice ligi polskiej	osoby, które ostatnio były za granicą

przykładowe kombinacje



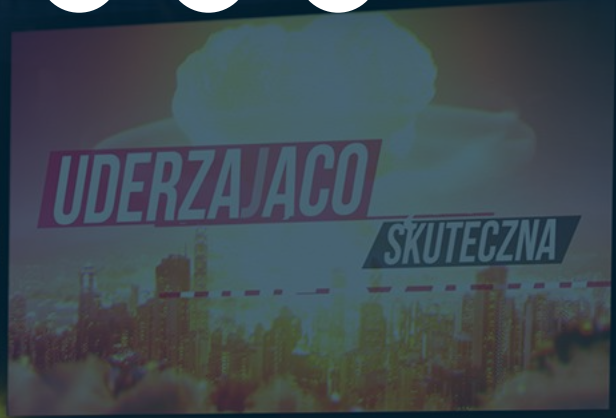
LOT POLS

OSTA



REKLAMA
DIGITAL OOH

polsat
media 



UDERZAJACO

SKUTECZNA

