

Obrazy reklamowe są dzisiaj dosłownie wszędzie – na wolnostojących billboardach, ścianach budynków, środkach transportu miejskiego (autobusach, tramwajach), w budkach telefonicznych i na przystankach. Przestrzeń miejska jest wypełniona plakatami prezentującymi walory firm i ich produktów. Owa masowość, natłok komunikatów reklamowych jest niestety najpoważniejszą wadą tradycyjnej reklamy zewnętrznej. Samo nasuwa się tutaj pytanie: Czy ktoś z Państwa próbował policzyć billboardy umieszczone na trasie praca - dom? Zapewne nie, ale i tak wiadomo, że są ich dziesiątki. Plakatów jest tak dużo, że przestajemy zwracać na nie uwagę. Jednak nawet gdy już dostrzeżemy ich obecność – nierzadko ignorujemy treść umieszczonego na nich komunikatu. Zwłaszcza, że billboardy bardzo często usytuowane są poza granicą wzroku przechodniów i kierowców, np. wysoko na budynkach. Równie często plakaty przesłaniają się przez roślinność, budynki lub inne reklamy. Mimo tych poważnych wad billboardów nadal przybywa, gdyż jest to jedna z najtańszych form reklamy.

David Bernstein w swojej bestsellerowej książce *Billboard!* podkreśla, że obecnie największą siłę oddziaływania ma reklama wielkoformatowa. W przestrzeni miejskiej w tym celu wykorzystywane są przede wszystkim środki komunikacji publicznej, takie jak tramwaje i autobusy. Na pojazdach tych umieszczane są zatem wielkoformatowe reklamy. Co istotne - reklamy ruchome, które niezależnie od pogody zawsze będą poruszać się po ustalonej trasie. Koszt takiej formy promocji jest jednak wysoki. Ponadto do pokrycia szyb oraz powierzchni nadwozia pojazdu stosowane są różne materiały, przez co reklama jest mniej widoczna. Największą wadą reklamy na środkach komunikacji miejskiej jest jednak konieczność połączenia funkcji reklamowej, czyli przystosowania pojazdu do prezentowania komunikatu promocyjnego, z obowiązkiem wypełnienia głównego zadania – transportu publicznego. Pomędzy przystankami autobusy i tramwaje mkną przez ulice, gdyż zdeterminowane są przez rozkład jazdy, na przystankach natomiast otwarte drzwi i okna zniekształcają reklamę czyniąc z niej rozsypaną układankę. Wszystko to sprawia, iż taka forma reklamy, mimo że wydaje się być bardzo atrakcyjna, jest mało skuteczna i nieoptymalna.

Reklama mobilna, czyli umieszczanie plakatów na przyczepach reklamowych (tzw. mobilach), jest skuteczną alternatywą dla powyższych form promocji. Łączy ona zalety obu z nich, a jednocześnie eliminuje ich wady. Badania dowodzą, że ludzkie oko zdecydowanie szybciej

dostrzega obraz ruchomy niż statyczny. Reklama w ruchu zostanie zatem znacznie szybciej zauważona przez odbiorców niż tradycyjna reklama stacjonarna. Przyczepy reklamowe, ciągnięte przez pojazdy poruszające się po ustalonej trasie z prędkością nie przekraczającą 25km/h, posiadają dwie wielkoformatowe powierzchnie po 12,5m² każda. Dzięki temu są doskonale widoczne zarówno dla przechodniów, jak i kierowców. Dodatkowo mobile mogą zatrzymywać się w ustalonych miejscach, np. w rejonach o dużym natężeniu osób, i w ten sposób mogą zastąpić reklamę na tradycyjnych billboardach. Jest to doskonałe rozwiązanie szczególnie w miejscach, w których powierzchnie na stałych ekspozycjach są drogie i niedostępne. Każdy pojazd w Instalert Media można wyposażyć w nagłośnienie, które umożliwia prowadzenie kampanii audiowizualnych. Spoty reklamowe puszczone przez megafony słyszalne są z dużej odległości, dzięki czemu każdy przechodzień automatycznie staje się odbiorcą przekazu. Dużą zaletą kampanii audiowizualnej jest fakt, że osoby słyszące spot zaczynają same szukać źródła przekazu – przechodnie zatrzymują się, rozglądają, ludzie przebywający w mieszkaniach instynktownie podchodzą do okien, a w efekcie zapoznają się zarówno z treścią komunikatu dźwiękowego, jak i z wizualnego. Przyczepa mobilna jest więc doskonałym połączeniem zalet wielkoformatowego, ruchomego plakatu z komunikatem werbalnym, charakterystycznym dla radiowego spotu reklamowego. Taka forma reklamy gwarantuje niemal 100% skuteczności w dotarciu do odbiorcy, a przystępne ceny są jej dodatkową zaletą.