

Legyen a kerékpár cége mozgó névjegykártyája!



A Magyar Reklámszövetség keretein belül működő Ambient, azaz nem hagyományos reklámeszközök tagozata 2009 augusztusában készített kutatást az újszerű reklámeszközökről, köztük a kerékpáros hirdetésekről is.

A kutatás alapján:

- **Kreatív megjelenésüknek köszönhetően az Ambient eszközök sok mutatóban már felzárkóztak a klasszikus reklámeszközökhöz, illetve bizonyos esetekben jobb eredményeket értek el.**
- **A fiatal korosztályok jól célozhatóak az izgalmas Ambient eszközökkel, ebben a célcsoportban volt a legkisebb az elutasítás és a legnagyobb a tetszés aránya.**
- Az Ambient eszközök tetszenek az embereknek, és **szóbeszédet is generálnak.**
- Az érdekes hirdetési eszközök kapcsán születő Word of Mouth (WOM) hatás pozitívan befolyásolja az eszközökön futtatott kampányok hatékonyságát is.
- **A kutatásban résztvevő emberek csaknem felének már meséltek ilyen újszerű hirdetési eszközön megjelenő kampányról, ami a WOM hatását figyelembe véve kiemelkedő eredmény.**

