

De USP's van Mobiele Billboards

Mobiele Billboards brengen de reclameboodschap naar de specifieke doelgroep toe, direct en opvallend. Op de plaats waar die zich daadwerkelijk bevindt, op het juiste moment. Uitermate doeltreffend.

De USP's op een rij:

- actueel door snelle inzetbaarheid
- sterke én verrassende blikvanger in het straatbeeld
- reclameboodschap op specifieke (voorkeurs)locaties
- optimale zichtbaarheid op 'blinde locaties' van traditionele media (bijvoorbeeld: de Dam in Amsterdam)
- landelijke, regionale en/of lokale dekking mogelijk
- krachtige ondersteuning van RTV-, print- en webcampagne
- zeer onderscheidend van traditionele media
- actieve benadering: de reclameboodschap komt naar de doelgroep toe
- de reclameboodschap kan zich verplaatsen, maar ook stil staan
- alle reclamezijden kunnen worden verlicht
- reclameboodschap met geluid
- inzetbaar om samplingacties opvallend te ondersteunen
- inzetbaar met podiumprogramma



Mobiele billboards: kosten & onderzoek

Reclame op billboards is het snelst groeiende marketinginstrument als je online even buiten beschouwing laat. Alle grootste en meest bekende merken zijn gebouwd met tv-commercials, het gebruik van billboards en aanverwante reclame-instrumenten.

Waarom werken mobiele billboards beter dan andere media?

Onderstaande opsomming geeft 10 redenen waarom dat zo is:

Billboards werken: ze bereiken (buiten tv) meer mensen dan welk ander medium dan ook en bieden meer waar voor uw marketing-budget.

1. Een mobiel billboard brengt uw boodschap direct daar waar u mensen wilt aanspreken. Minder waste, hogere opbrengst en daardoor efficiënter dan de meeste andere media.
2. Mobiele billboards kunnen niet weggegooid, uitgezet of omgeslagen worden. Ze werken dus continue en kennen minder *waste*.
3. Een moving billboard bereikt zo'n 400.000 mensen per week tegen ongeveer een halve eurocent (!) per contact. Geen enkele andere vorm van lokale reclame bereikt zoveel mensen tegen zulke lage kosten per contact: vergelijkt u zelf maar.
4. Een mobiel billboard appelleert bij uitstek aan impulszoekers (60% van de mensen doet op straat impulsaankopen).
5. De flexibiliteit van een mobiel billboard is hoog: u kunt het 1 dag maar ook meerdere weken inzetten.
6. Een mobiel billboard is een blikvanger van formaat op ooghoogte en trekt kijkers aan, wat garandeert dat mensen uw boodschap ook daadwerkelijk zien. Precies de bedoeling van adverteerders.
7. Moving billboards zijn unieker in het straatbeeld in vergelijking met andere media: er rijden er landelijk van alle aanbieders nooit meer dan enkele tientallen rond.
8. U adverteert op een medium waarvan veel marketeers denken dat het duur is: die andere marketeers denken dus dat u grotere budgetten heeft dan zij en consumenten kunnen denken dat uw merk groter of betrouwbaarder is dan dat van uw concurrenten.
9. Een mobiel billboard beslaat een veel groter gebied dan veel andere outdoor media, wat betekent dat u uw media-inspanningen minder hoeft te fragmenteren.

