

Kanały tematyczne

- Zakupy, ePieniądz, prawo i obyczaje**
zakupy.biznesnet.pl
 - Dla Sprzedawców
 - Dla Konsumentów
 - Dla Mediów
- eBiznes**
 - Strategie, Wyniki
 - Inwestycje, M&A
 - Prawo
- Telekomunikacja**
 - Rynek
 - Dostęp
 - VoIP by IPFON
- pod patronatem
TETA
- Rozwiązania IT**
 - Wdrożenia
 - Zarządzanie Wiedzą
 - Bezpieczeństwo
- Internet**
 - eCommerce
 - eMarketing
 - WebProjekty
 - Pozycjonowanie
 - Z Życia serwisów
- Nowe Media**
 - Gry, rozrywka
 - iTV, Multimedia
 - Muzyka on-line
- Mobile**
 - Trendy
 - Mobilna Firma
 - mMarketing

Strona główna :: **Artykuły**

wydrukuj
 poleć znajomym
 dodaj do ulubionych

2005-11-23 05:09:21

DOUBLE billboard

Arkadiusz Wolski

DOUBLE billboard to nowa, "płaska" forma reklamy internetowej o rozmiarach 750x200, możliwa do emisji w miejscu zarezerwowanym dotychczas dla kreacji typu baner lub standardowy billboard.

"DOUBLE billboard to nasz autorski pomysł zademonstrowany na rynku latem tego roku. Zamierzeniem było powiększenie obszaru ekspozycji reklamy w najbardziej widocznym dla internautów miejscu oraz maksymalna dostępność tego produktu w modelu CPM. Jak wskazują badania prowadzone przez Gemius SA systematycznie wzrasta odsetek osób używających rozdzielczości 1024x768 i wyższych. Spada też skuteczność standardowego 750x100, co dodatkowo utwierdza nas w przekonaniu, iż większa, dostępna na wielu serwisach i łatwa w planowaniu forma reklamowa jest potrzebna" - mówi **Bartosz Drozdowski**, Sales & Marketing Director ARBOmedia Polska.

Dwa razy większa powierzchnia pozwala na wykorzystanie tej formy do emisji przekazu VIDEO, formularzy – np. prośby o pozostawienie nr tel., bądź adresu e-mail. Nawet wówczas ciągle pozostaje przestrzeń dla zamieszczenia przekazu brandingowego. Podwójny billboard może być także łączony z "intruzywnymi" formami takimi jak BrandMark, TopLayer czy Interstitial. Ponadto, "matematycznie" rzecz ujmując, DOUBLE billboard to 150 tys. pixeli kwadratowych do dyspozycji agencji kreatywnych, co stawia tę formę reklamy w czołówce dostępnych form płaskich pod względem powierzchni ekspozycji.

Dotychczas zrealizowane kampanie m.in. dla największego w Polsce producenta naturalnych podłóg drewnianych – firmy BARLINEK, czy obecnie realizowana dla Polskiej Telefonii Komórkowej Centertel, operatora sieci Orange, pokazuje że jest to forma bardzo skuteczna, zarówno ze względu na CTR jak i pozytywnego wpływu na świadomość marki.

"Przeprowadzone w ramach ARBOvision badanie ankietowe dla BARLINEK udowodniło iż internauci, którzy wcześniej mieli okazję zobaczyć reklamę Barlinka w internecie przy użyciu DOUBLE billboard'ów, swoją wiedzę na temat istnienia tego przedsiębiorstwa czerpią właśnie z tego medium. Ponadto znaczna większość ankietowanych posiada wiedzę na temat produktów tego producenta - niemal **90%** ankietowanych odpowiedziało, iż "zna" lub "zna niektóre produkty" z oferty Barlinka" –

Newsletter

email:

Przegląd prasy
 Aktualności On-line

[Rezygnuję](#)



Aktualności (RSS)

eMarketing i reklama
2006-09-18 08:59:07
HYPERmedia dla Konica Minolta
Po półrocznej pracy analitycznej i konsultingowej zespół agencji interaktywnej HYPERmedia zaprezentował w głównej siedzibie... [➤](#)

eMarketing i reklama
2006-09-15 08:18:06
huevo dla Declaré
Ruszyła witryna szwajcarskiej marki kosmetyków selektywnych **Declaré**, zrealizowana przez agencję interaktywną **huevo....** [➤](#)

eMarketing i reklama
2006-09-13 15:38:44
Nowa nazwa Stat.pl
Firma **stat.pl** - dostawca usług służących do monitoringu witryn internetowych dla małych i średnich przedsiębiorstw... [➤](#)

eMarketing i reklama
2006-09-13 10:01:38
Axciom Polska i Hoga.pl
Axciom Polska oraz Hoga.pl będą wspólnie oferować produkty i rozwiązania bazodanowe. Zakres podpisanych przez firmy umów... [➤](#)

eMarketing i reklama
2006-09-08 09:05:11

Polecamy

światowa baza firm

KOMPASS



mówi **Grzegorz Sewastianowicz**, INTERNET Sales Executive z ARBOmedia Polska.

DOUBLE billboard dla ORANGE na BiznesNet.pl

Ponadto obecnie realizowana kampania dla operatora telekomunikacyjnego DIALOG, wykorzystuje duet DOUBLE billboard + BrandMark. Wstępne wyniki pokazują, iż kampania jest blisko **2 razy** bardziej skuteczna pod względem CTR niż standardowy BrandMark z billboardem realizowane w tym samym otoczeniu.

"Korzystna jest możliwość łatwej implementacji video. Jest to dobra alternatywa dla form 'expandowanych' gdzie, aby internauta mógł zobaczyć film musi najpierw wykonać akcje. Dodatkowo dzięki dużej powierzchni można zamieszczać dodatkowe informacje na temat kampanii." – powiedział **Jan Buze** z Initiative Media.

Podwójny billboard dostępny jest na większości z ponad 300 serwisów internetowych reprezentowanych przez ARBOmedia wraz z index'em 1,5 czyli jest 50% droższy od standardowego billboarda 750x100. Jest także dostępny w modelach sprzedaży: pakietowej i zasięgowej, czyli ARBOpakiet i ARBOzasięg.

[wydrukuj](#) [poleć znajomym](#) [dodaj do ulubionych](#)

NetArt: Kimkolwiek jesteś

Rozpoczęła się trzecia odsłona kampanii reklamowej "Kimkolwiek jesteś...", promującej serwery WWW w atrakcyjnej cenie. Nieco... >

eMarketing i reklama
2006-09-04 10:49:17

hangalee.com dla Star Foods

Agencja hangalee.com przygotowała dla Star Foods S.A. konkurs, którego głównym zadaniem jest poinformowanie grupy... >

[Zobacz więcej](#)