

Tulevaisuuden mainosmedia on tätä päivää

Hedcom tarjoaa tänään mainosmediaa, joka tulevaisuudessa valloittaa merkittävän osan ulkomainonnasta. Korkealaatuiset AOTO-led-näytöt antavat mahdollisuuden näyttävään, dynaamiseen viestintään kaikkialla, missä ihmiset liikkuvat. Yksi Suomen suurimmista AOTO-näytöistä on asennettu Kauniaisiin, kauppakeskus Granin ulkoseinälle. New Sales Outdoor Media välittää sen mediatilaa sekä kauppakeskuksen liikkeille että ulkopuolisille mainostajille.

Ulkomainonta elää murroskautta. Kiinteät – ja yleensä staattiset – valomainokset ovat perinteistä ulkomainontaa, joka useimmiten viestii kiinteistössä toimivista liikkeistä. Erilaiset suurkuvat ja bannerit – vinyylit – ovat saaneet suosiota ja näkyvät yleisesti katukuvassa. Digitaaliset jätinäytöt ovat kuitenkin tulleet jäädäkseen ja syrjäyttävät monien etujensa avulla yhä useammin muut vaihtoehdot.

Dynaaminen digitaalinen

– Ulkomainonta tapahtuu aina viranomaisten ehdoilla, kertoo New Sales Outdoor Median toimitusjohtaja Mikko Mäkelä. – Luvat ulkomainosten sijoittamiseen vakituisesti jollekin paikalle harkitaan aina tarkoin. Meille mediatilan myyjänä on siten äärimmäisen tärkeää ylläpitää säännöllistä ja avointa kommunikaatiota kuntien viranomaisten, asukasyhdistysten ja muiden asiaan liittyvien tahojen kanssa. Esimerkiksi Espoon kaupungin kanssa meillä on erittäin hyvä ja avoin keskustelu siitä, miten voi mainostaa, mihin on mahdollista sijoittaa mainokset jne. Kaikkien lupien täytyy olla kunnossa – se on jo mainostajienkin kannalta oleellista.

– Periaatteessa kuka tahansa voi toki hankkia suuren mainosnäytön ja saada myös luvat sen asentamiselle. Avainkysymys on kuitenkin mediatilan myyminen mainostajille. Graniin sijoitetun digitaalisen led-näytön vahvuus on sen dynaamisuudessa. Näytettävät viestit muodostuvat kuvista, grafiikasta ja animaatiosta, jotka palvelevat viestin näkevää kuluttajaa. Samalla näytöllä esitetään useiden eri mainostajien viestejä vuorotellen, jolloin viestintä on myös mielenkiintoista. Mainostila täytyy kuitenkin saada myytyä ”täyteen”, koska pelkän mediamyyjän viestin esittäminen on kuluttajien kannalta kovin ikävää.

Digitaalisista ulkonäytöistä käydään Mäkelän mukaan vilkasta keskustelua myös julkisessa sanassa. Yleisönsastoissa tuodaan esille pelkoja kirkkaiden näyttöjen mahdollisesti tuottamasta häiriöstä. Sijoituksen suunnittelu on tärkeää myös tältä kannalta ja asuinrakennusten läheisyydessä on oleellista pitää näytön kirkkaus riittävän piene-



nä suhteessa vallitsevaan valaistukseen sekä sammuttaa näyttö yön tunneiksi. Granin näytön kohdalla juuri näihin seikkoihin on kiinnitetty erityistä huomiota.

Näyttöjä pitkällä kokemuksella

Hedcom Oy:n maahantuomat AOTO-led-näytöt tulevat yhdeltä Kiinan vanhimmista ja suurimmista led-näyttöjen valmistajista, joka on tehnyt näyttöjä jo 18 vuoden ajan. Tunnettu ja kokenut valmistaja sekä yli 90 vuotta teknisen kaupan parissa toiminut

maahantuojaa muodostavat yhdistelmän, joka takaa asiakkaille riskittömän investoinnin ja luotettavan ylläpidon.

– Pelkästään Shenzhenin alueella Kiinassa toimii yli sata led-näyttöjen valmistajaa, kertoo Hedcom Oy:n yksikön päällikkö Kai Tuovinen. – Me kilpailemme ensisijaisesti ”no-name” -tuotteiden kanssa, joita liikkuu markkinoilla lähes rajattomasti. Kun valmistaja on tuntematon ja maahantuojaa voimaton, on myös asiakkaan riski suurin. Suuren

led-näytön kohdalla puhutaan aina merkittävistä investoinnista, joten taustatekijöihin kannattaa kiinnittää huomiota.

– AOTO-näytöillä on 36 kk:n tehdastakuu ja näyttöjen mukana toimitetaan kattava varaosasetti. Näyttöjen maahantuojana Hedcom puolestaan tarjoaa vahvat taloudelliset ja tekniset resurssit. Näyttöjen pitää olla toimintakunnossa joka päivä – 24/7 – ja siitä vahva tekninen tukiyksikkömme ja huoltomme pystyvät huolehtimaan luotettavasti. Tämä on meidän suuri vahvuutemme.

– AOTO-led-tilat toimitetaan aina automaattisella kirkkauden säädöllä varustettuna ja ulkokäyttöön tarkoitettujen näyttöjen suojaustaso on IP65, eli ne kestävät jopa roiskevettä. Nämä ovat vain pari esimerkkiä. Kauppakeskus Granin ulkoseinälle sijoitettu näyttö on kooltaan noin 15 m² ja sen suurin kirkkaus on 8.000 cd/m². Tällaisena pilvisenä päivänä näytön valoteho on vain 7% maksimista. Automaattikka säätää näytön kirkkauden olosuhteiden mukaan, joten se näkyy aina hyvin, mutta ei ole häiritsevän kirkas. Suurin teho riittää hyvin myös suorassa auringonpaisteessa. Siitä huolimatta AOTO-näyttöjen virrankulutus on markkinoiden alhaisin. Tämän näytön keskimääräinen virrankulutus on vain 3 kW.

Sisältöä pilvipalveluna

Mäkelä korostaa digitaalisen ulkomedian joustavuutta ja dynaamisuutta. Mainonnan tuotantokustannukset verrattuna vinyyliin ovat lähes nolla. Esimerkiksi 15 m²:n vinyyliin tuotantokustannus vaihtotöineen voisi olla 1.500 - 2.000 euroa. Jos tällainen mainos vaihdetaan vaikka kahden viikon välein, muodostuu jo vuotuisista tuotantokustannuksista merkittävä summa. Dynaamisen digitaalisen mainonnan kokonaiskustannus saattaa olla edullisempi kuin pelkkä vinyyliin tuotantokustannus.

Led-näytön varsinainen vahvuus on kuitenkin sen nopeudessa: – Esimerkiksi täällä mainostavalla ST1-autovuokraamolla oli kampanja käynnissä keskiviikkona ja torstaina. Kun autot sen seurauksena myytiin

loppuun, oli heillä mahdollisuus ottaa kampanja pois tai vaihtaa sen sisältöä toiseksi, kertoo Mäkelä.

Vastaavasti led-näytölle mahtuu enemmän mainoksia. Yhden minuutin kierrolla näytöllä on tyypillisesti kuusi kymmenen sekunnin kestoista mainosta. Mainos toistuu riittävän usein, että kuluttaja näkee sen, mutta mainonnan kustannus pysyy edullisena. Luonnollisesti mainonta voidaan ajoittaa myös kellonajan ja viikonpäivän suhteen parhaalla tavalla. Keskipäivällä voidaan mainostaa vaikka lounasravintolaa ja illan suussa ruokakaupan tarjouksia.

Näytön esittämä viesti päivitetään pilvipalveluna. New Sales Outdoor Media auttaa tarpeen mukaan asiakasta mainoksen tekemisessä ja valmis mainos talletetaan ”pilveen” eli käytännössä Kanadassa sijaitsevalle palvelinkoneelle. Led-näyttöä ohjauva tietokone on liitetty Internetiin ja se käy säännöllisesti tarkistamassa pilvipalvelusta käyttöönsä tehdyn esitysohjelman sekä hakemassa uudet esitettävät materiaalit. Järjestelmän hallinta ei edellytä fyysistä käyntiä näytön luona ja yksi käyttäjä voi asetettujen käyttöoikeuksien puitteissa ohjata periaatteessa rajattoman näyttömäärän esittämää viestintää.

Tulevaisuuden mainosmedia

– Me olemme digitaalisen ulkomedian

myyntiin erikoistunut yhtiö, kertoo Mäkelä. – Meillä on sopimukset lähes kaikkien riippumattomien digitaalisten ulkomedianäyttöjen mediatalian myynnistä Suomessa ja näyttöjen määrä lisääntyy kovaa vauhtia.

– Kauppakeskus Granin tapauksessa kauppiasyhdistyksen puheenjohtaja otti minuun yhteyttä ja kertoi yrittäjien olevan kiinnostuneita tällaisen näytön hankinnasta. Otin yhteyttä Hedcomiin ja he järjestivät kauppa-keskukselle tällaisen AOTO-näytön. Koko prosessi vei noin 1,5 vuotta aikaa kaikkinen lupamenettelyineen. Nyt näyttö on juuri asennettu ja kauppa-keskus sekä Kauniainen kaupunki saavat entistä parempaa markkinointia.

– AOTO:n LED-laitamainokset (Perimeter) ovat olleet näkyvästi esillä vuoden 2010 miesten jalkapallon MM-kisoissa Etelä-Afrikassa sekä 2011 naisten vastaavissa Saksassa., kertoo Tuovinen. – Useimmat ovat varmasti huomanneet näytöt, jotka kiertävät koko kentän reunuksen ja tuovat elävyyttä pelin oheen. Tulevaisuudessa samalla tekniikalla tullaan korvaamaan liiketalojen räystäitä ja seiniä nyt kiertävät staattiset valomainokset. Led-näytöllä voidaan esittää yritysten logojen lisäksi paljon muuta sisältöä ja tehdä liikerakennukset entistä edustavammiiksi ja mielenkiintoisemmiksi – samalla palvelen kuluttajia ajankohtaisilla viesteillä.

F4 Outdoor Advertising LED Display

Kauppakeskus Granin Led-näyttö

- Paneeli F4V10, mitat 1.280 x 960 mm
- Koko näyttö 4 x 3 paneelia, kuvakoko 5.120 x 2.880 mm
- Suurin kirkkaus > 8.000 cd/m²
- Suojaustaso IP65
- Visual pixel pitch 10 mm
- Katselukulma > 140° vaaka, > 60° pysty
- Väriavaruus 16 bit
- Automaattinen värien kalibrointi
- Automaattinen näytön kirkkauden säätö
- Käyttöikä 100.000 tuntia



Lisätietoja:

Oy Hedcom Ab
Kai Tuovinen
kai.tuovinen@hedcom.fi
Puh 0400 413 821
www.hedcom.fi

New Sales Outdoor&Digital Media
Mikko Mäkelä
mikko.makela@newsales.fi
Puh 040 5444 399
www.newsales.fi