ARVAK
AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI

2011'de Açıkhava

İçindekiler

- Reklam görünürlük oranı TV'den sonra en yüksek çıkan mecra açıkhavada 2011 yılında yatırımlar
- 2010-2011 yılında sektörlerin karşılaştırması
- 2011 yılında en çok reklam kullanan sektörlerin aylık trendleri
- Sektörel bazda en çok kullanılan açıkhava üniteleri
- 2012 nasıl başladı?

Sorularının yanıtları…

Kaynak: Kinetic/İpsos Tracking

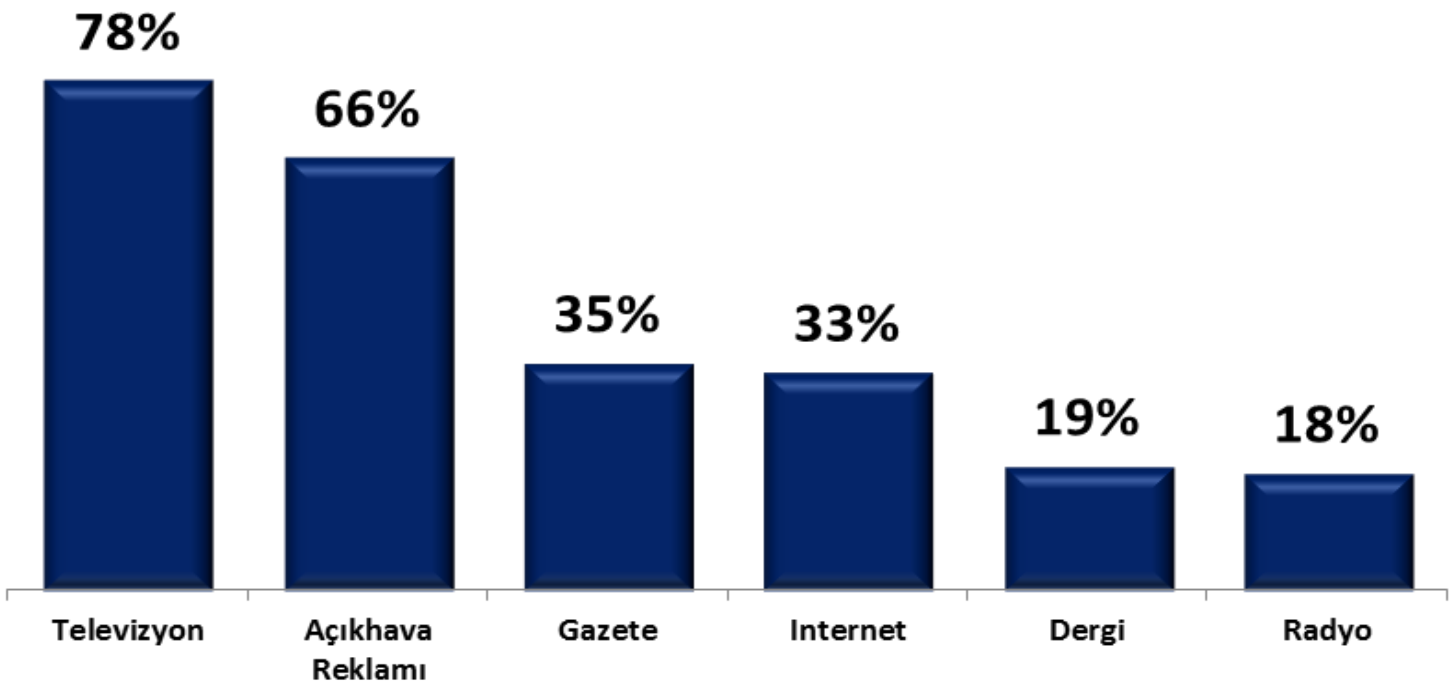
ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

«Sürekli büyümeye ve gelişmeye devam eden açıkhava mecrasının 2011 yılını 306 milyon TL ile kapattığı tahmin ediliyor .»

Kaynak: Kinetic/İpsos Tracking

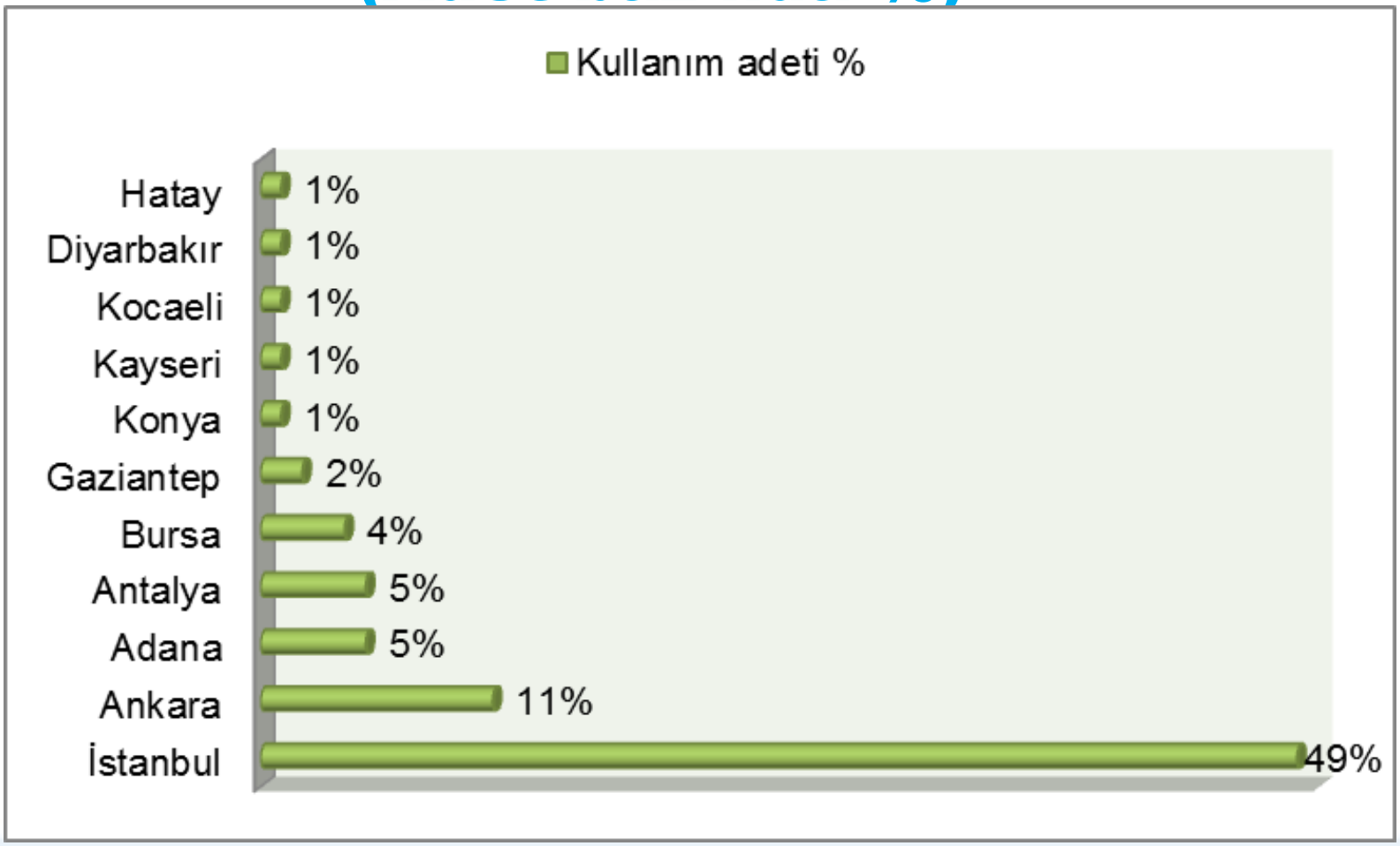
ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

Spontan reklam hatırlama ve görünürlük



ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

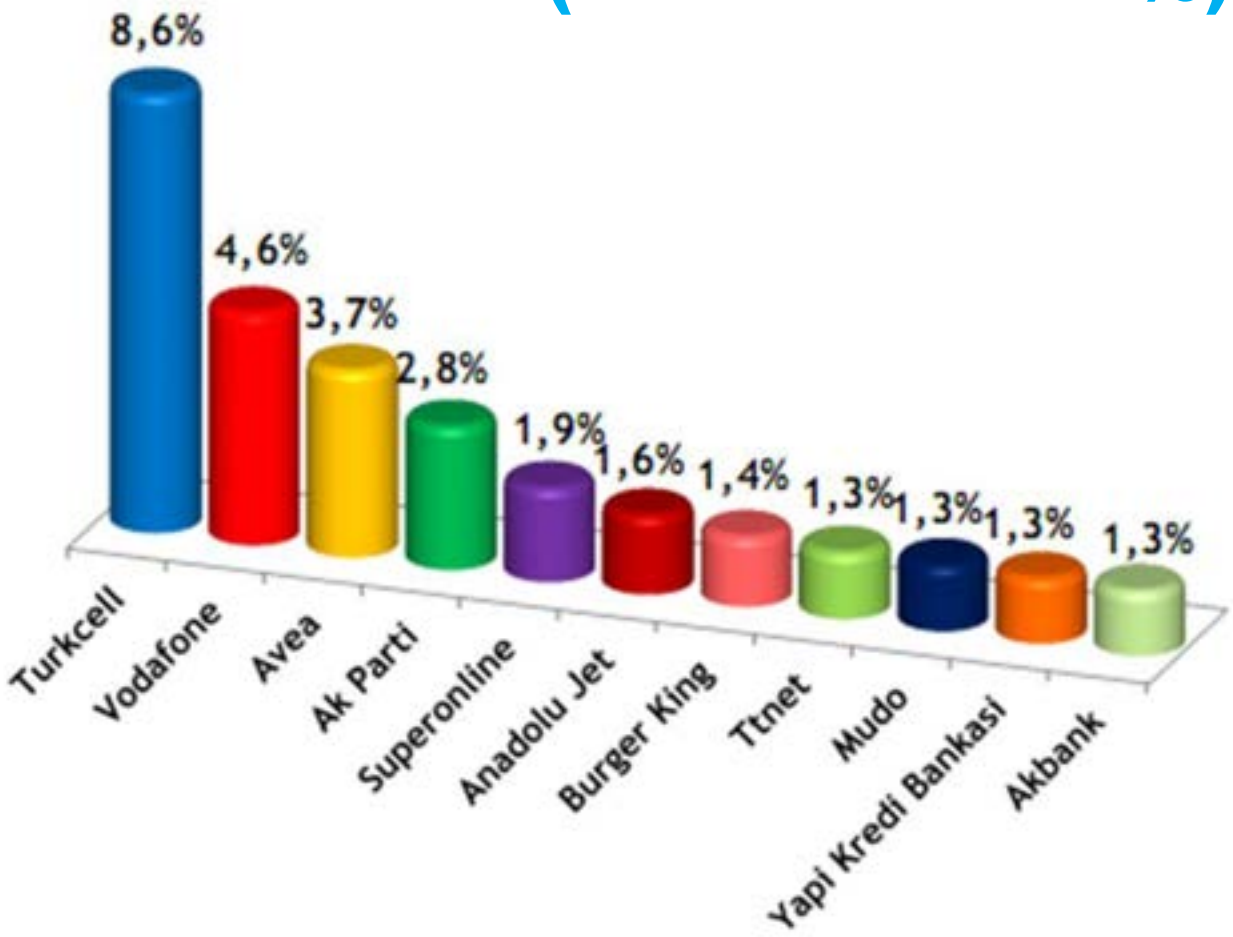
Açıkhava yatırımının illere göre dağılımı (Adet bazında %)



Kaynak: Bileşim Adex datası
%1'in altında kullanım yapan iller verilmemiştir.

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

En yüksek açıkhava yatırımı yapan ilk 10 marka (Adet bazında %)

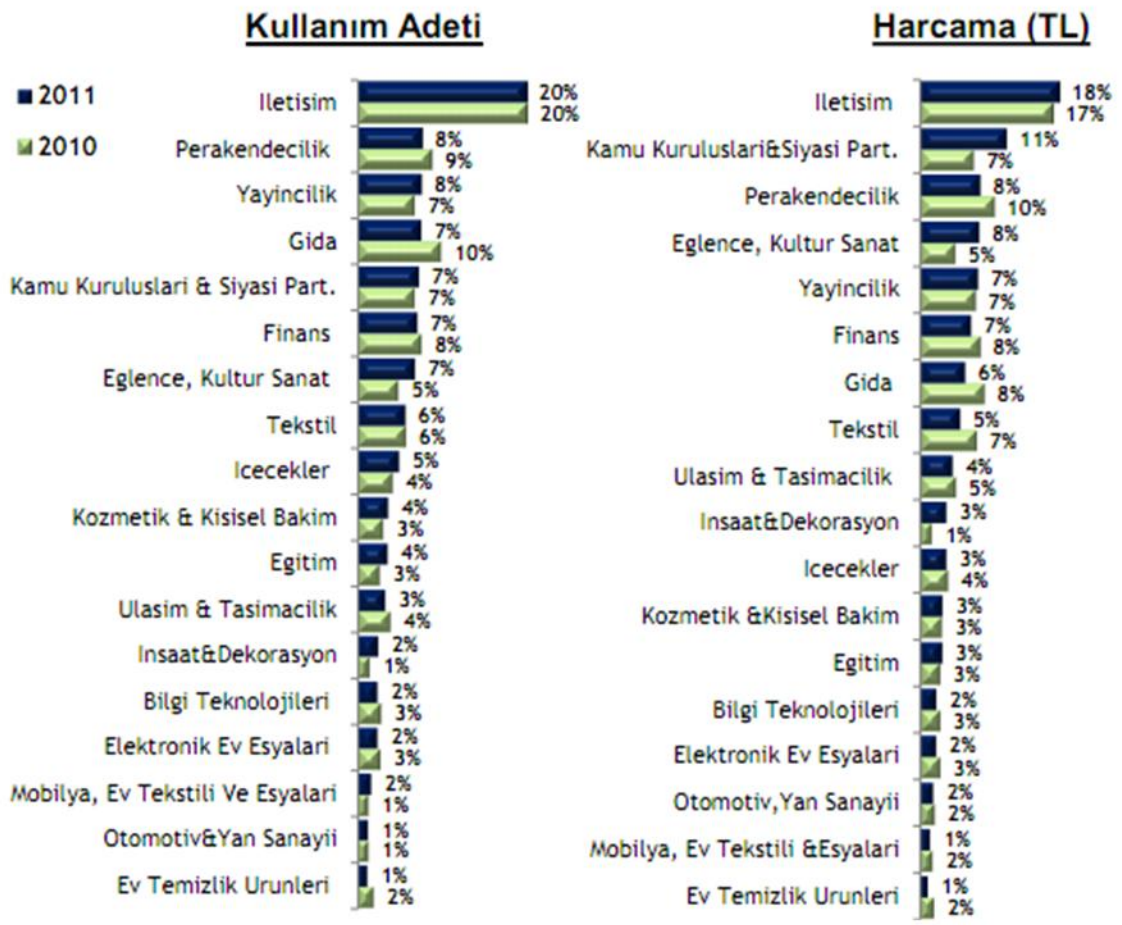


Kaynak: Bileşim Adex datası

ARVAK
AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI

Açıkhavada 2010-2011

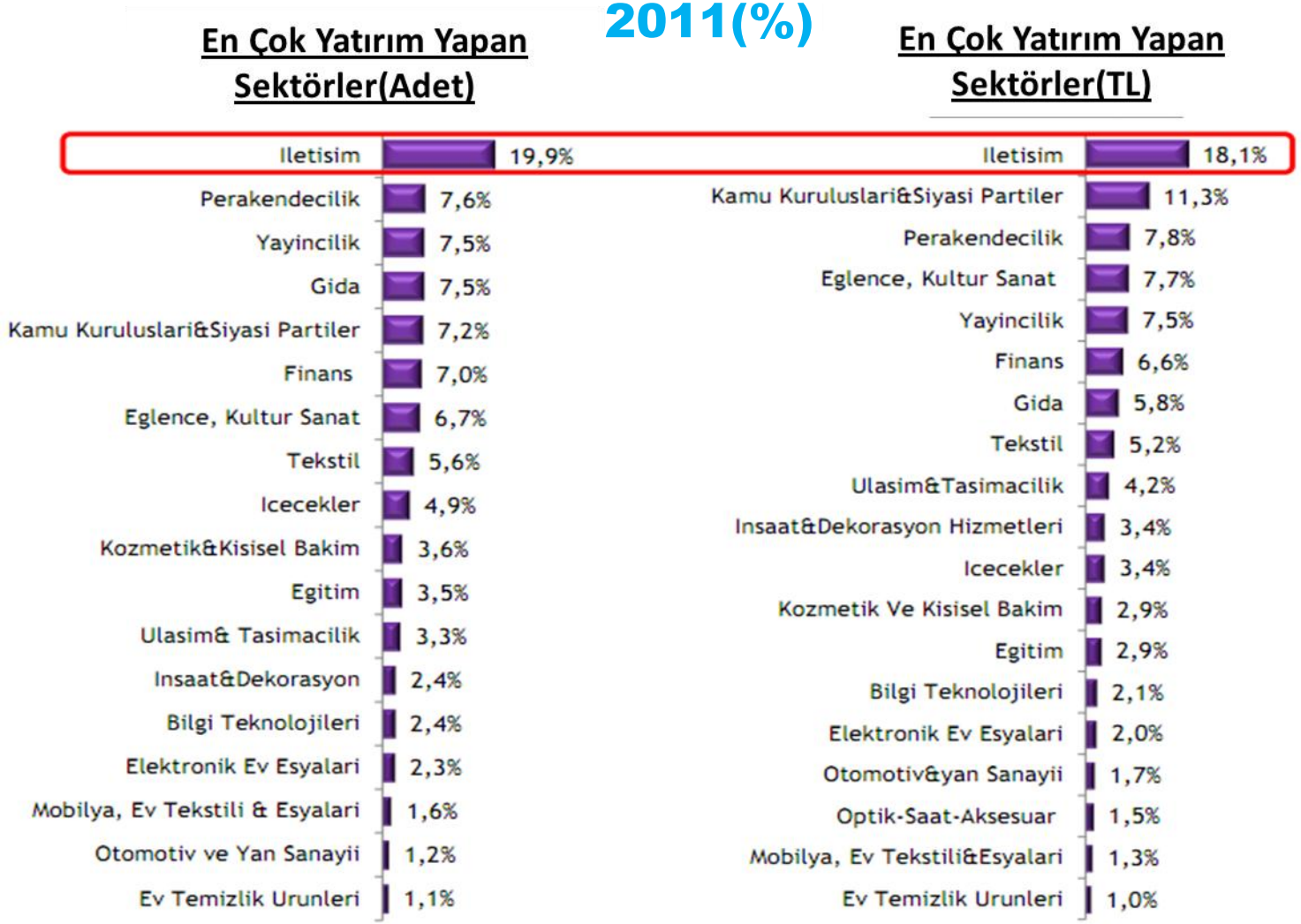
«2010 ve 2011 yılında açıkhavaya en fazla yatırım yapan sektör iletişim sektörüdür. Yatırım bazında ikinci sırada ise 2011'deki seçiminde etkisiyle kamu kuruluşları ve siyasi partiler yer alıyor.»



Kaynak: Bileşim Adex datası
%1'in altında olan sektörler verilmemiştir.

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

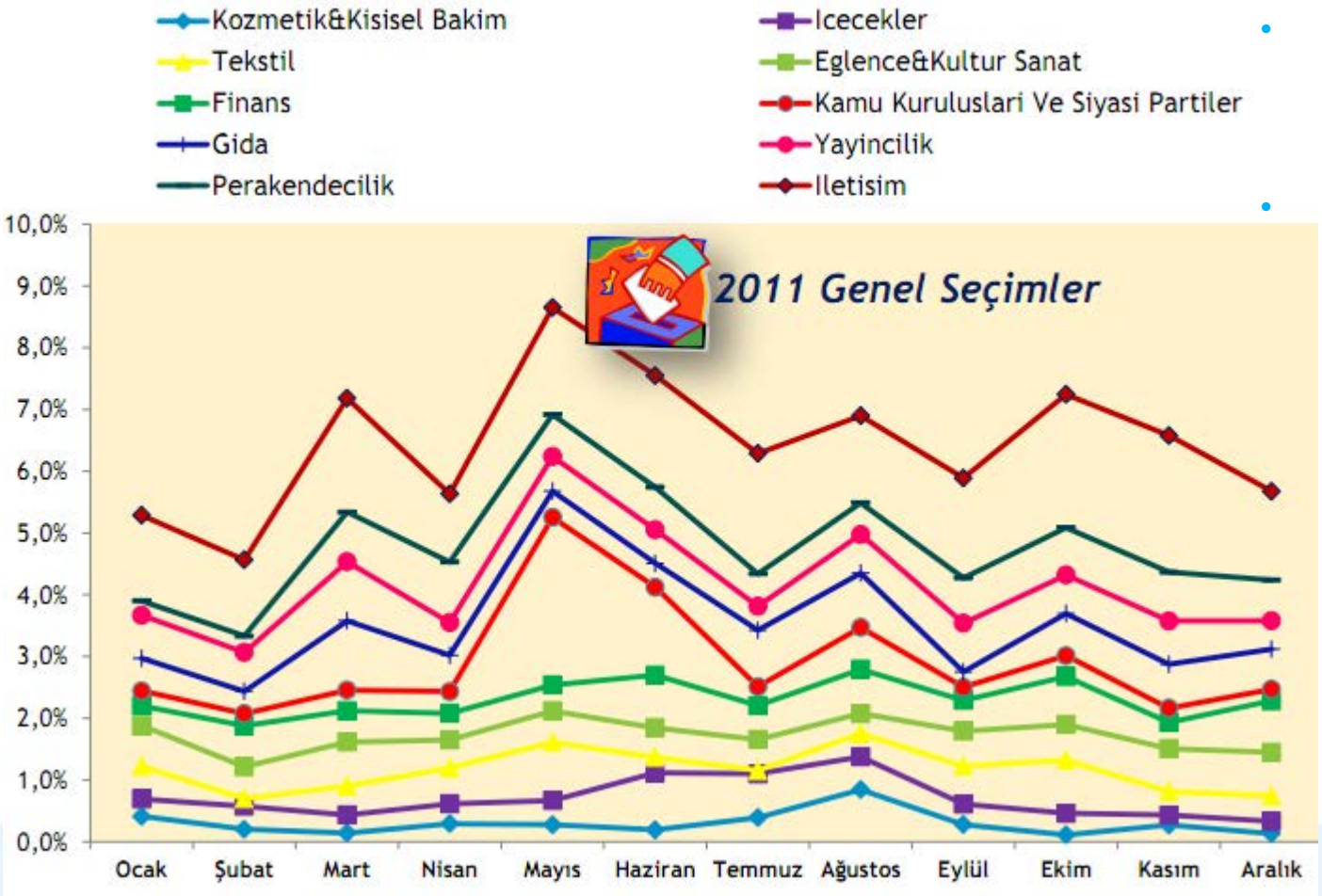
En çok açıkhava yatırımı yapan sektörler 2011(%)



Kaynak: Bileşim Adex datası
%1'in altında olan sektörler verilmemiştir.

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

Adet bazında en çok açıkhava yatırımı yapan sektörler (aylık)



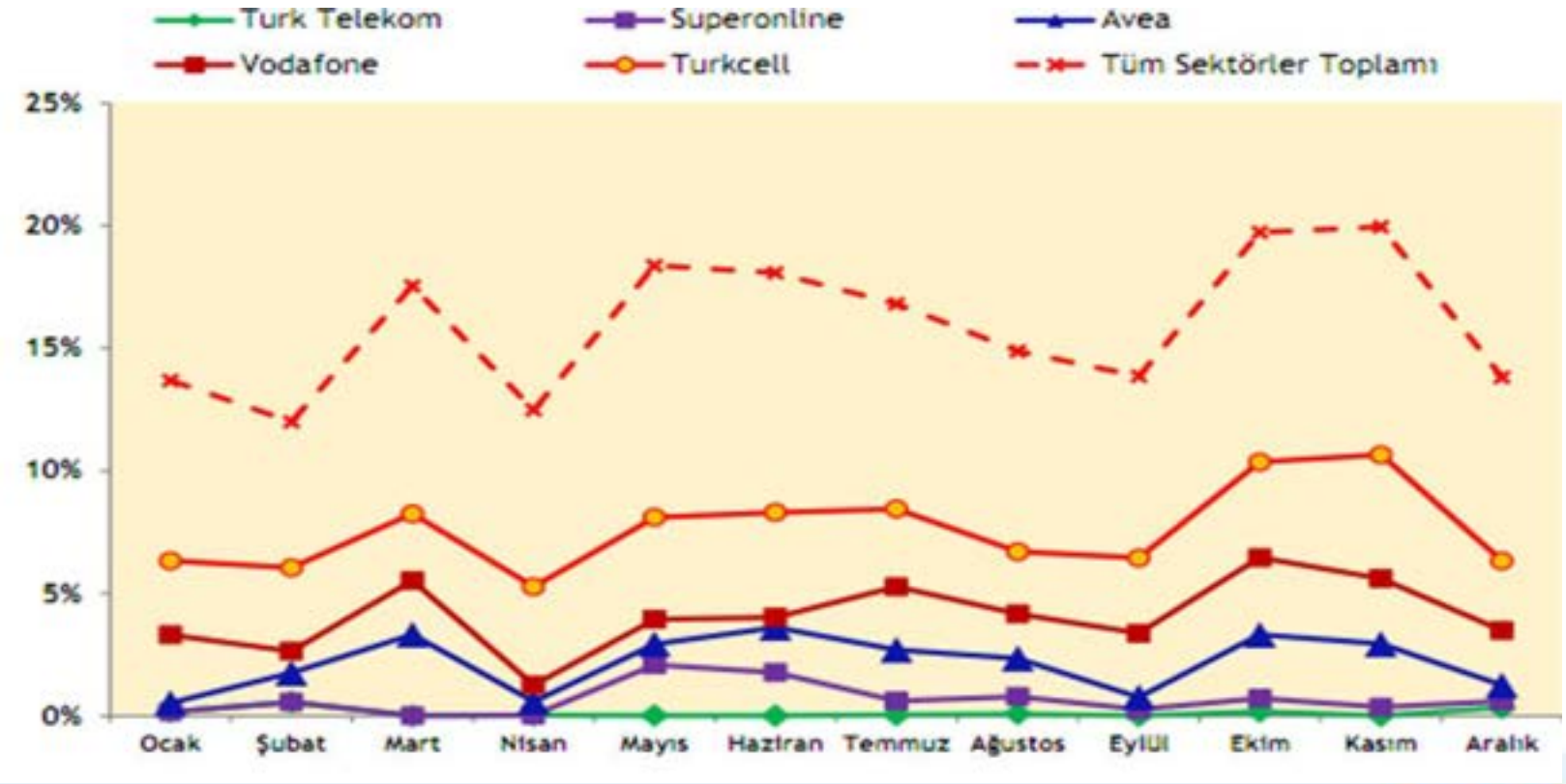
- Seçim nedeni ile Mayıs haziran aylarında Siyasi partiler tarafından yoğun bir kulanım gerçekleşirken,
- İletişim, Perakendecilik, Yayıncılık ve Gıda sektörlerinde ise Mart, Mayıs, Ağustos ve Ekim ayları yatırımın arttığı dönemler oldu.

Kaynak: Bileşim Adex datası
En fazla kullanım yapan ilk 10 sektör verilmiştir.

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

En yüksek açıkhava yatırımı yapan iletişim sektörünün 2011 aylık kullanımı

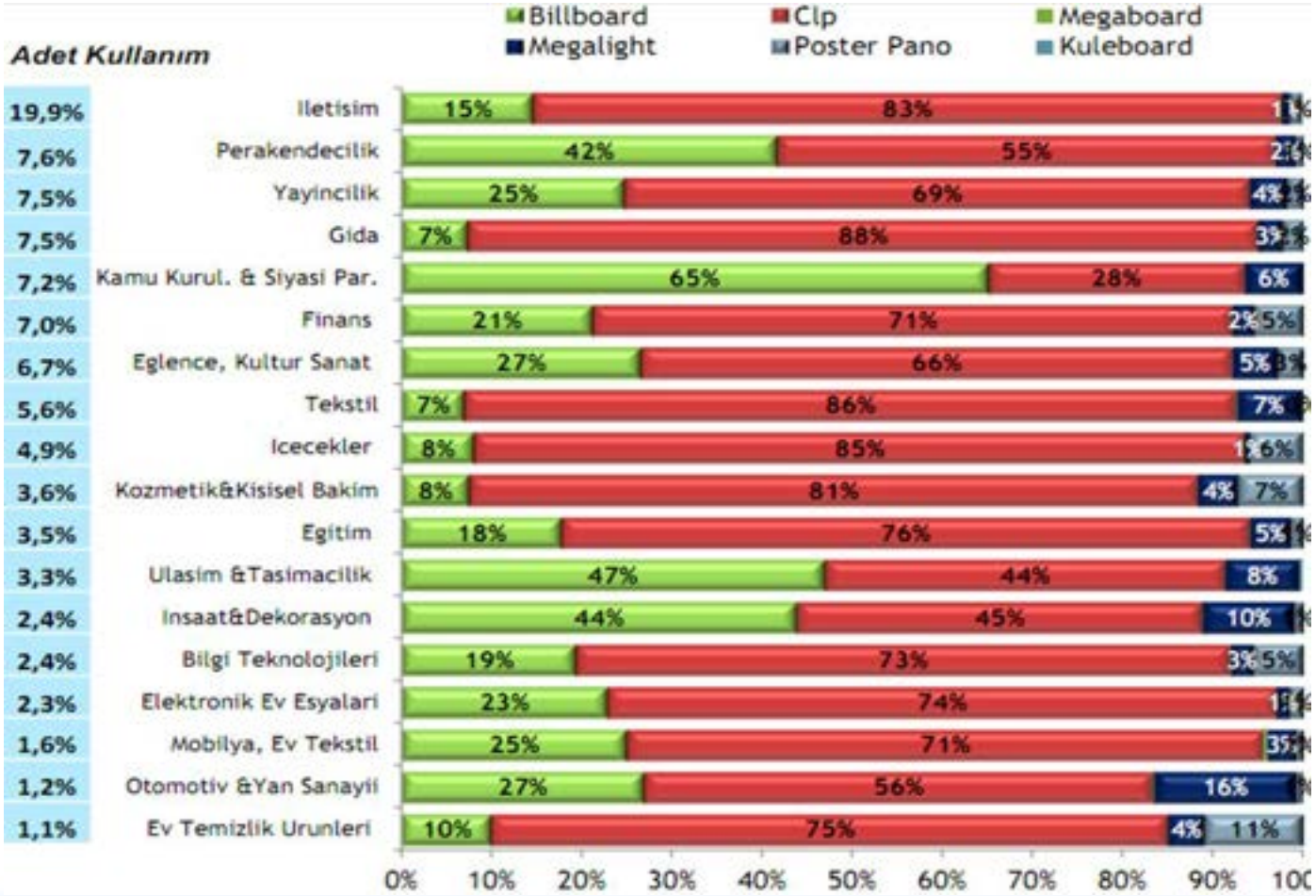
- ✓ Turkcell,Vodafone ve Avea markalarının yatırımlarının en yüksek olduğu dönem Ekim ve Kasım ayları !



Kaynak: Bileşim Adex datası
En fazla kullanım yapan ilk 5 marka verilmiştir

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

Sektörel bazda açıkhava üniteleri kullanımı



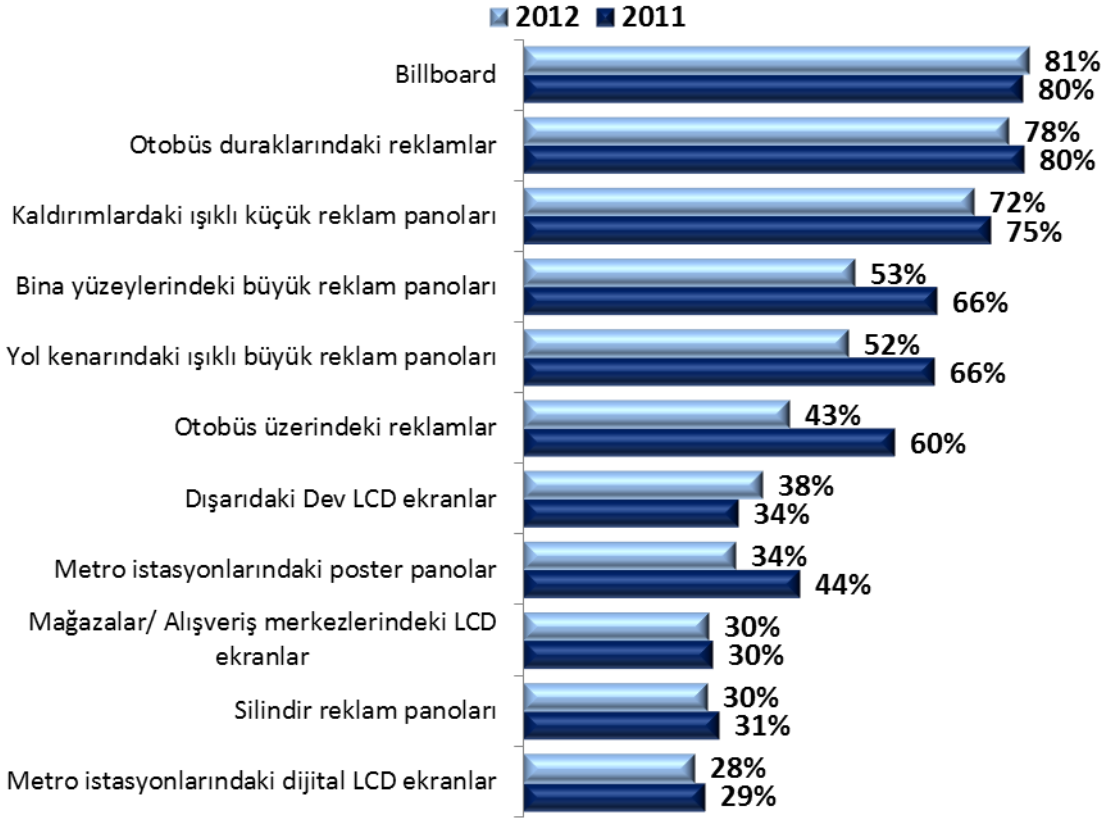
Sektörlere göre formatlar incelendiğinde Kamu Kuruluşu & Siyasi Partiler dışında ağırlıklı olarak CLP kullanımının öne çıktığı görülüyor.

- ***Sıralama adet bazında en fazla kullanım yapan sektöre göre yapılmıştır.***
- ***Her bir sektör bazında kullanılan formatların % kullanımı verilmiştir.***
- ***Adet kullanım bazında %1'in altında kalan sektörler verilmemiştir.***
- ***Kaynak:Bileşim-Adex datası***

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI

Açıkhava üniteleri görünürlük karşılaştırması Ocak'11 – Ocak'12

2011'e kıyasla en fazla akılda kalan formatlar bu yıl da otobüs duraklarındaki reklamlar, ışıklı reklam panoları (raketler), billboardlar ve duvar oldu. 2011'e göre belirgin şekilde farkındalığı artan formatlar olarak ise duvar, otobüs üzerindeki reklamlar, yol kenarındaki ışıklı reklam panoları ile metro istasyonlarındaki poster panolar dikkat çekiyor.



Baz: 400 (Yalnızca Istanbul İlini Kapsamaktadır)
Kaynak: 2011-2012 Kinetic Tracking araştırması (Ipsos Araştırma Şirketi ile yürütülmektedir)

ARVAK
AÇIKHAVA REKLAMCILARI VAKFI