

Trwa kampania Cityboard Media promująca ekopłakat. Autopromocyjne plakaty wydrukowane na ekopłakacie od kwietnia zmieniają miasta i lokalizacje, udowadniając tym samym zalety najnowszej produktu z portfolio firmy.

W ramach kampanii, która ruszyła w kwietniu br., 40 autopromocyjnych plakatów zmienia miasta i lokalizacje. Wyjątkowa trwałość zarówno samego materiału, jak i barw eksponowanego na nim layoutu, umożliwia wielokrotne wykorzystywanie jednego plakatu i możliwość zorganizowania „kampanii wędrującej”. Taki właśnie charakter ma trwająca od kilku miesięcy kampania autopromocyjna ekopłakatu. Oprócz cech podłoża do druku umożliwia ją także specjalny system montażu ekopłakatu: za pomocą uchwytów, bez użycia kleju i wody. – Stosowanie ekopłakatu w reklamie zewnętrznej to liczne korzyści: tak dla środowiska jak i klienta, który decyduje się na to rozwiązanie. Wielokrotny użytek plakatu to oszczędność kosztów – ale także oszczędność energii i materiałów potrzebnych do wyprodukowania materiału promocyjnego. Ponadto, dzięki odporności na działanie czynników zewnętrznych, reklama zachowuje swój pierwotny wygląd przez cały okres ekspozycji, a to wpływa korzystnie zarówno na percepcję reklamy jak i wizerunek klienta – tłumaczy Marta Bryła, pełnomocnik zarządu Cityboard Media.

Ekoplakaty autopromocyjne można było do tej pory zobaczyć w Warszawie i Poznaniu. Obecnie eksponowane są w Krakowie.

Cityboard Media