



Publikacja na produkcji

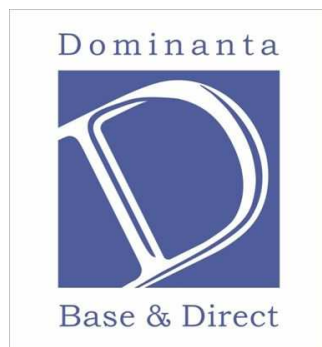
najnowsze na świecie medium reklamowe

DB&DG – przedstawiciel On Product Publishing



OPP W POLSCE

Grupa **Dominanta Base & Direct**
jest jedynym przedstawicielem w Polsce
nowego medium reklamowego
On Product Publishing – publikacji na produkcie.



PUBLIKACJA NA PRODUKCIE

Publikacja na produkcie to nowatorskie medium reklamowe, które możesz dołączyć do dowolnego produktu.



DB&D – przedstawiciel On Product Publishing



PUBLIKACJA NA PRODUKCIE

Publikacja na produkcie trafia bezpośrednio w ręce Klienta.
Pozwala na zamieszczenie większej ilości informacji na opakowaniu...



...niż kiedykolwiek wcześniej!!!

PUBLIKACJA NA PRODUKCIE

Ty decydujesz o wymiarach, liczbie stron i rodzaju papieru.
Treść również zależy tylko od Ciebie.



PUBLIKACJA NA PRODUKCIE – KORZYŚCI

Publikacja na produkcie to niekonwencjonalne rozwiązanie, wyróżniające produkt na tle innych.



PUBLIKACJA NA PRODUKCIE – KORZYŚCI

- atrakcyjna wartość dodana dla Klienta
- naprawdę unikalne USP
- łatwiejsze budowanie trwałych i pozytywnych relacji z konsumentami
- pozwala zdobyć nowych Klientów



JAK MOŻNA WYKORZYSTAĆ OPP?

Magazyn na butelce,
który zmieści się
w każdej torebce lub
kieszeni.

Idealny do poczytania w
metrze, pociągu,
autobusie, taksówce.

To też ciekawostki,
informacje i reklamy w
magazynie.



JAK MOŻNA WYKORZYSTAĆ OPP?

Kobiety uwielbiają kupować.
Ostatnie trendy w modzie
oraz **kupony rabatowe**
doskonale wpisują się w 32
stronicowy magazyn na
butelce.



JAK MOŻNA WYKORZYSTAĆ OPP?

Nikt nie wybiera się na plażę bez napoju, na którym mógłby znaleźć swój egzemplarz magazynu na butelce z rozrywką i przydatnymi informacjami do poczytania.



JAK MOŻNA WYKORZYSTAĆ OPP?

Program i promocja różnego rodzaju imprez: sportowych, festiwali, koncertów itp.

Każdy uczestnik festiwalu letniego w UK w tym roku kupi przynajmniej dwie butelki wody. Tylko w ciągu trzech dni festiwalu zakupionych zostanie ok. **250 000 butelek!**



JAK MOŻNA WYKORZYSTAĆ OPP?

Mecz piłki nożnej oglądamy z piwem w ręku, a w magazynie na butelce znajdujemy ciekawe informacje, do poczytania po meczu.



DODATKOWE MOŻLIWOŚCI...

Publikacja na produkcie pozwala na:

- Zmniejszenie kosztów akcji poprzez sprzedaż powierzchni reklamowej
- Wykorzystanie wartości dodanej do zwiększenia marży
- Zamieszczenie kuponów rabatowych
- Przeprowadzenie konkursu
- Stworzenie społeczności on-line

Przykłady zrealizowanych projektów

DB&D – przedstawiciel On Product Publishing



iLOVE - PIERWSZY MAGAZYN NA BUTLCE



iLove to pierwszy przykład magazynu opublikowanego na opakowaniu produktu FMCG, który otworzył rozległe, całkowicie nowe możliwości budowania wartości dodanej, zysku, wykorzystania nowych kanałów dystrybucji i marketingu

iLOVE - PIERWSZY MAGAZYN NA BUTLCE



- ⇒ Wymiary: 10cm na 7,5cm – mieści się w dłoni
- ⇒ 32 strony pletek, mody, wywiadów z gwiazdami
- ⇒ 6 wydań w miesiącu
- ⇒ Grupa docelowa: kobiety 18-25 lat
- ⇒ Miesięczny nakład docelowy – 2 miliony

iLOVE - PIERWSZY MAGAZYN NA BUTELCE



Brand: iLove®

Region: Australia

Produkt: Woda, butelka PET 600ml

Idea: Wykorzystanie sprzedaży w sklepach spożywczych do wzrostu rozpowszechnienia magazynu kobiecego

Zawartość publikacji: Moda, plotki, kultura, horoskopy + reklamy

Dystrybucja: Sklepy spożywcze, kioski, sieci sklepów

Wynik: Magazyn wszedł na rynek w lutym i objął 2% rynku butelkowej wody. To więcej niż 100,000 butelek na tydzień.



Zwycięzca - Best Overall Concept oraz Best Label at Bottled Water World Awards 2006

iLOVE - WYNIKI



- ✓ Po raz pierwszy dystrybucja magazynu gwarantuje **sprzedaż całego nakładu**
- ✓ Już w ciągu **pierwszego tygodnia** sprzedaży, ponad 2000 kupujących wodę iLove stworzyło społeczność internetową
- ✓ Ilość wejść na stronę internetową gwałtownie wzrasta po godzinach szczytu komunikacyjnego i po przewie lunchowej, pokazując silny związek pomiędzy MOAB i budową społeczności internetowej
- ✓ Dodatkowy dochód ze sprzedaży powierzchni reklamowej

iLOVE - WYNIKI



- ⇒ Aż 65% klientów wybrałoby iLove zamiast innej wody, z powodu magazynu na butelce
- ⇒ 39% zapłaciłoby aż o 40% więcej za wodę z magazynem na butelce

GLAM IT NA COCA-COLA LIGHT



Brand: Coca Cola Light

Region: Belgia

Opakowanie: Coca Cola Light, butelka PET 500ml,

Idea: Istniejący na rynku tytuł GLAM IT dołączony do butelek z colą light

Zawartość publikacji: Moda, uroda, test na sex-appeal

Dystrybucja: Sklepy spożywcze, stacje benzynowe, centra handlowe

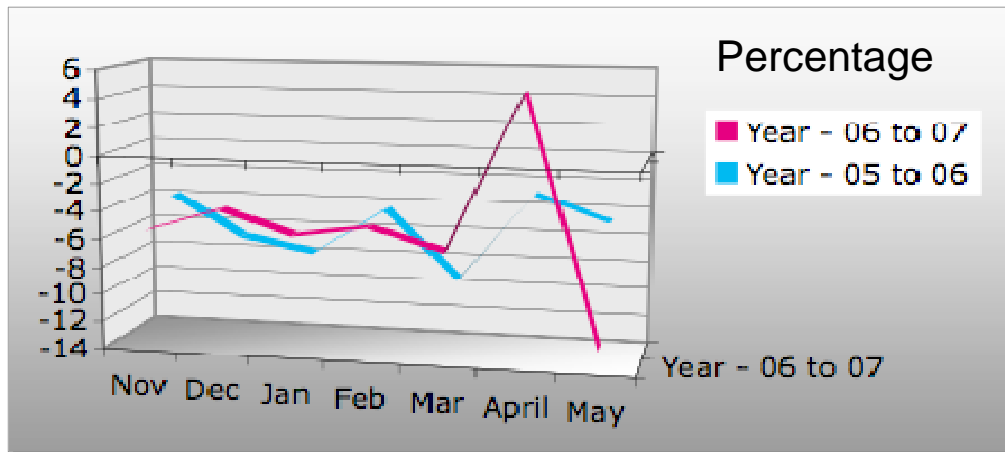
Cel: Poszerzenie grupy docelowej o młodszą grupę odbiorców

KORZYŚCI JAKIE ODNIOSŁA COCA-COLA LIGHT

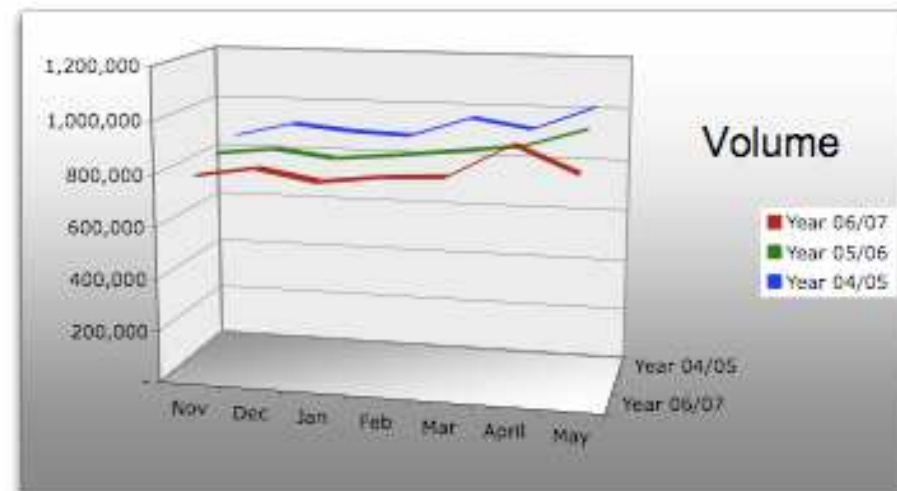


- Połączyła się z magazynem dzięki, któremu dotarła do zamierzonej, młodszej grupy docelowej - czytelniczek magazynu GLAM*IT
- Wzmocniła swoją pozycję na rynku łącząc się z dobrze postrzeganą marką GLAM*IT
- Poszerzyła tradycyjne metody (TV, Internet, radio, prasa) budowania wartości marki
- Zwiększyła siłę odbioru marki – logo, etykieta - poprzez wartość dodaną w postaci magazynu GLAM*IT
- Wykorzystując dotychczasowe kanały dystrybucji, doprowadziła do wzrostu sprzedaży napoju
- Według badań **AC Nielsen**, Coca Cola Light kiedy była sprzedawana wraz z Magazine on a Bottle odnotowała wzrost sprzedaży na poziomie 4,9%.

COCA COLA LIGHT W BELGII - WYNIKI



Według badań AC Nielsen, Coca Cola Light odnotowała 4,9% wzrost sprzedaży, kiedy była sprzedawana wraz z Magazine on a Bottle.



KORZYŚCI JAKIE ODNIÓSŁ GLAM IT



- ✓ Rozszerzył swoje dotychczasowe kanały dystrybucyjne o stacje benzynowe oraz sklepy spożywcze.
- ✓ Zwiększył nakład.
- ✓ Wzrost nakładu przyczynił się do wzrostu dochodu ze sprzedaży powierzchni reklamowych.
- ✓ Reklamodawcy GLAM*IT uzyskali możliwość skorzystania z nowego kanału dystrybucji, poprzez produkty FMCG.
- ✓ Wzmocnił pozycję marki na rynku.

PROMOCJA IMPREZY SPORTOWEJ



Brand: wyścig kolarski

Region: Francja

Produkt: woda, butelka PET 500ml

Idea: woda + program imprezy

Zawartość publikacji: program imprezy + reklamy

Dystrybucja: widzowie wzdłuż trasy wyścigu kolarskiego

Wynik:

- zwiększenie sprzedaży wody
- promocja imprezy
- wzajemne wzmocnienie wizerunku
- dochód ze sprzedaży powierzchni reklamowej
- zwrot części kosztów imprezy

PROMOCJA NOWEGO TELETURNIEJU TV



Brand: The Biggest Loser

Region: Australia

Produkt: woda, butelka PET 600ml

Idea: woda+ informacja o nowym teleturnieju TV

Zawartość publikacji: sylwetki uczestników, jurorów oraz producentów show

Dystrybucja: promocyjny sampling na ulicach miast

Wynik:

- wyróżniająca się promocja nowego programu TV
- pozyskanie widzów teleturnieju
- budowanie pozytywnej relacji woda i magazyn w prezencie

PODSUMOWANIE KORZYŚCI

Wydawca może dołączyć swoją publikację do istniejącej marki produktu i wykorzystać nową sieć dystrybucji do sprzedaży swego magazynu.

Może też stworzyć własny produkt z MOAB.

- ✓ Otwiera nowy kanał dotarcia do klienta i pozyskuje nowych odbiorców
- ✓ Pozwala wydawnictwu funkcjonować niezależnie od jego nośnika
- ✓ Daje dodatkowe możliwości budowania pozytywnych i trwałych relacji z klientami
- ✓ Zwiększa nakład i powierzchnię reklamową
- ✓ Dzięki poręcznemu rozmiarowi może być czytana w każdym miejscu
- ✓ Wzmacnia markę własną dzięki dystrybucji na produkcie, o mocnej, pozytywnie kojarzonej marce
- ✓ Rozgłos w innych mediach

DODATKOWA KORZYŚĆ - ROZGŁOS W MEDIACH



Publikacje na produktach FMCG, z uwagi na swoją innowacyjność, są stale obecne w mediach na całym świecie.

DB&D – przedstawiciel On Product Publishing



“It’s a genius idea... it’s all about the innovative ways of delivering the content...”

„To jest genialny pomysł... wszystko polega na innowacyjnych sposobach dostarczenia zawartości...”

Sarah Bentley - Future Trend Analyst, BBC World

“Quenches the thirst for fashion – perfect for people on the move”

„Zaspokajają zapotrzebowanie na modę – doskonałe dla osób w ruchu”

Air Canada en Route

“This innovation is capable of changing the world of print media as we know it”

„Jest to innowacyjne rozwiązanie, które jest w stanie zmienić znany nam świat mediów drukowanych”

Mike Hanlon, Gizmag

Dominanta Base & Direct Group

Agnieszka Waszkiewicz

tel. +48 606 489 990

OPP@dominanta.com.pl

ul. Canaletta 4, 00-099 Warszawa

tel.: +48 22 827 75 12

www.dominanta.com.pl

