

RIJA - NAJWIĘKSZA SIEĆ REKLAMOWA IN-STORE DOOH

Największa sieć handlowa elektroniki użytkowej w Polsce RTV EURO AGD otwiera w ramach swoich struktur nową sieć reklamową. RIJA to ponad 23 000 cyfrowych nośników w 270 sklepach, w 170 miejscowościach w całym kraju, samodzielnie zarządzanych przez RTV EURO AGD.

Świat staje się mobilny, konsument również, reklama nie może zatem czekać na odbiorcę, musi podążać za nim. Digital Out of Home (DOOH) to kanał reklamowy odpowiadający na potrzeby naszych czasów. RTV EURO AGD jest jedną z największych sieci handlowych w branży rtv agd w Polsce odpowiadając na zapotrzebowanie wdrożyła nowy system zarządzania emisją treści wraz z dedykowaną infrastrukturą serwerową i sieciową – **RIJA**.

RIJA doskonale wykorzystuje potencjał jaki oferuje RTV EURO AGD. Sieć posiada 270 sklepów, które rocznie odwiedza 58 mln Klientów, co daje 4,8 mln kontaktów z emitowanym na nośnikach przekazem miesięcznie (w okresie przedświątecznym nawet dwa razy tyle). Ekrany zlokalizowane są blisko wejścia do sklepu i wzdłuż głównego ciągu komunikacyjnego, co zapewnia doskonałą ich widoczność przez cały pobyt klienta w salonie, a także w wielu przypadkach są widoczne również przed sklepem. Kasy, gdzie umieszczono dodatkowe ściany video, mieszczą się na końcu głównego ciągu komunikacyjnego, dzięki czemu ściany video również są dobrze widoczne już od wejścia do sklepu. **Zasięg i widoczność to atuty wyróżniające RIJA na tle konkurencji.**



Zaletą RIJA jest fakt, iż jest to sieć, którą RTV EURO AGD wdrożyło i zarządza samodzielnie. Brak pośredników daje sieci przewagę nad konkurentami i możliwość wpływania na koszt oraz czas przygotowania i realizacji kampanii dla reklamodawców.

„Nasze działania podyktowane są chęcią przedstawienia naszym Klientom jak najlepszej oferty, dopasowanej do ich indywidualnych potrzeb i wymagań. Mamy atrakcyjną powierzchnię reklamową, wysoki traffic, atrakcyjne lokalizacje, nieograniczone wręcz możliwości reklamowe. Poza kanałem DOOH realizujemy kampanie dla klientów z wykorzystaniem kanałów tradycyjnych (materiały POS standy, ulotki, naklejki, bramki, plakaty, kampanie samplingowe i wiele innych), czy kanału online (formaty reklamowe na euro.com.pl, newslettery, czy smsy do bazy klientów). RIJA jest zatem doskonałym uzupełnieniem naszej oferty reklamowej i z nią jesteśmy w stanie sprostać wielu wyzwaniom.” – powiedział Tomasz Siedlecki dyr. Marketingu RTV EURO AGD.

Trafny przekaz to podstawa marketingu i reklamy. Przedstawianie potencjalnemu klientowi oferty bądź produktu w odpowiednim dla niego miejscu i czasie jest kluczowe dla zapewnienia zysku i zwiększenia sprzedaży. Targetowanie pozwala na dostosowanie komunikatu do danego odbiorcy, oraz sprawia że kampania zostanie zauważona i zapamiętana. Dzięki rozbudowanej sieci placówek RTV EURO AGD może



geotargetować a także przystosowywać kampanię do poszczególnych dni tygodnia, pór dnia, czy określonego sezonu np. wakacji, w których odbywa się emisja. Zaawansowany system emisyjny pozwala realizować scenariusze

kontekstowe oraz interaktywne, reagować na dane ze źródeł zewnętrznych lub dane takie wyświetlać. Widownia sieci to szeroki wachlarz profili konsumenckich: kobiety i mężczyźni, single, rodzice i dziadkowie. Ponad połowa to dyrektorzy, pracownicy umysłowi, wykonujący wolne zawody czy przedsiębiorcy. 80% z nich posiada wykształcenie średnie lub wyższe i jest w dobrej lub bardzo dobrej sytuacji materialnej - niemal połowa posiada dzieci*.

Do obsługi RIJA wyodrębniono ze struktur RTV EURO AGD **zespół osób odpowiedzialnych za funkcjonowanie i rozwój sieci**. Osobą prowadzącą projekt jest Agnieszka Lach, Menedżer ds. rozwoju kanałów reklamowych. Do jej zadań należy koordynacja działań zespołu, aktywna sprzedaż reklam, rozwój systemu oraz jego niestandardowych funkcjonalności. W skład zespołu wchodzi także pracownicy odpowiedzialni za kontakty z obecnymi partnerami handlowymi sieci, pracownicy z działu planowania mediów, traffic odpowiedzialny za weryfikację techniczną materiałów reklamowych i ich emisję, dział IT koordynujący kwestie techniczne oraz handlowcy promujący ofertę RIJA.

Z RIJA skorzystali dotychczas partnerzy handlowi, czyli np. Huawei czy Samsung, ale RTV EURO AGD zrealizowało już też kampanie dla firm spoza branży – np. dla Mastercard. Wdrożone zostały tradycyjne dla DOOH kampanie video, ale też kampanie dynamicznie korzystające z danych ze źródeł zewnętrznych (kampania oczyszczaczy powietrza w reakcji na stan powietrza), czy np. streaming video na żywo (relacja na żywo z premiery Huawei P20 w Paryżu).



**badania własne sieci*

Strona: www.rija.pl

Anna Dylńska, 601258717, anna.dylinska@inmedia.net.pl

RTV Euro AGD jest największą ogólnopolską wyspecjalizowaną siecią detaliczną oferującą sprzęt audio-wideo, sprzęt gospodarstwa domowego, laptopy i inny sprzęt komputerowy, sprzęt telekomunikacyjny, sprzęt fotograficzny oraz akcesoria. Firma oferuje też wiele usług związanych ze sprzedażą (dostawy, raty, rozszerzenie gwarancji czy montaż) oraz możliwość zakupu sprzętu w prawie 268 salonach sprzedaży w 170 miastach w Polsce, a także przez telefon lub przez internet za pomocą sklepu on-line www.euro.com.pl.