

ams DIGITAL

Angażująca, użyteczna, ekologiczna i zaawansowana technologicznie – taka jest współczesna reklama Digital Out-of-Home, na którą stawiają świadome marki. Wyróżnikiem Smart OOH, które tworzy AMS, są dodatkowo ciekawe treści, skierowane do właściwej grupy celowej, angażujące i podane w odpowiednim miejscu i czasie. Dopelnieniem zaś – przełomowe technologie, których użycie sprawia, że Digital OOH to kanał dotarcia, któremu bliżej do mediów cyfrowych niż do powierzchni reklamowych tradycyjnego outdooru.



EKO Premium Citylight



Kampania AMS dla Zalando

Kontekst rynkowy

Klienci dostrzegają potencjał i ogromne możliwości związane z nowoczesnym rozwiązaniem cyfrowym, jakim jest Digital OOH. Polska nie jest pod tym względem wyjątkiem – w minionym roku wartość tego kanału komunikacji osiągnęła poziom 64,6 mln zł i stale rośnie. AMS od lat wzbogaca swoje portfolio reklamowe zgodne z aktualnymi trendami i potrzebami klientów i ich odbiorców. Ostatni rok był dla marki ważny z punktu widzenia wprowadzenia innowacji. W grudniu 2021 roku AMS wdrożył programatyczny model zakupu kampanii. Marka konsekwentnie rozwija także największą na rynku sieć Digital Indoor w wystandaryzowanym układzie pionowym 65". Galerie i centra handlowe, które obejmują ten system, odwiedza przynajmniej raz w miesiącu aż 10 milionów osób – tyłu konsumentów znajduje się w efektywnym zasięgu ekranów cyfrowych AMS. We współpracy z CitiesAI AMS wdrożył również zupełnie nowy, przełomowy standard pomiaru ruchu wokół indoorowych nośników reklamowych, oparty na setkach tysięcy zdjęć analizowanych przez sztuczną inteligencję.

Oferta

AMS kontynuuje rozwój oferty poprzez budowę unikatowego w Polsce systemu 6 kanałów DOOH: cyfrowych citylightów w wiatrach przystankowych, cityscreenów na kluczowych wielkomiejscowych skrzyżowaniach, cyfrowych nośników indoorowych w centrach handlowych, ekr-

nów sieci bankomatów, a także Video OOH w klubach fitness premium i pojazdach publicznego transportu zbiorowego.

Umiejętność angażującego łączenia świata offline z kampaniami online w synergii z zaawansowanymi technologicznie rozwiązaniami, takimi jak zakup programatyczny czy retargeting, zapewnia markom większą elastyczność, efektywność, precyzję działań reklamowych i lepsze dotarcie do klienta.

Największa w Polsce sieć nośników Digital Indoor w galeriach handlowych dostarcza zbalansowany przekaz informacyjno-reklamowy dzięki autorskiemu kontentowi Cityinfo. Spełnia on rolę informacyjną, a także dostarcza porad, ciekawostek i lokalnych informacji w różnych kategoriach.

W 2022 roku firma poszerzyła swoją ofertę o galerie sieci Atrium Poland, tym samym zapewniając swoim klientom możliwość reklamy w 20 największych polskich aglomeracjach. Dodatkowo wprowadzenie przełomowego modelu pomiaru ruchu z wykorzystaniem sztucznej inteligencji ma szansę jeszcze bardziej zrewolucjonizować reklamę cyfrową. Precyzyjna wiedza na temat wielkości ruchu w bezpośrednim sąsiedztwie pojedynczego nośnika Digital Indoor AMS, połączona z możliwościami działań kontentowych i kontekstowych sprawia, że Digital OOH to nie zwykły plakat na ekranie, a zupełnie nowe możliwości kontaktu z konsumentami.

W minionym roku AMS istotnie rozszerzył również swoją ofertę eko rozwiązań reklamowych, których jest pionierem na polskim rynku. Składają się na nią: system EKO wiat z dachami rozchodnikowymi już w siedmiu miastach Polski (Kraków, Poznań, Lublin, Szczecin, Warszawa, Sosnowiec i Katowice), EKO słupy – największa w Polsce sieć słupów zasilanych energią słoneczną, EKO Busback – miejska reklama w ruchu na zero- i niskiemisyjnych pojazdach komunikacji publicznej oraz EKO Backlight – zestaw proekologicznych rozwiązań, m.in. zmniejszenie smogu świetlnego oraz certyfikowany ekologicznie druk materiałów reklamowych. Nowością w tegorocznej ofercie jest EKO Premium Citylight – panel reklamowy w istniejącej EKO wiacie – za skorzystanie z niego AMS w imieniu Klienta dodatkowo posadzi drzewo. Nowy produkt to kolejny krok w zielonej strategii firmy.

AMS posiada certyfikaty poświadczające uczestnictwo w systemie gwarancji sprzedaży energii z ekologicznych źródeł. W 2022 roku firma przystąpiła do programu EKO Premium Tauron i korzysta z energii elektrycznej, która w 100 procentach pochodzi ze źródeł odnawialnych. W 2021 roku, dzięki udziałowi w programie EKO Biznes, AMS zakupił od Taurona energię pochodzącą z ekologicznych źródeł, zmniejszając emisję CO₂ o 464 tony.

Promocja marki

AMS skupia się na promocji marki opartej na działaniach kontentowych. U uruchomienie systemu Digital Indoor na



Cityinfo – kontent wyróżniający się w przestrzeni miasta

warszawskiej Sadybie zaowocowało akcją specjalną sprzątnięcia otuliny Jeziora Czerniakowskiego. Na nośnikach w galerii handlowej pojawiły się treści dotyczące najbliższej okolicy, aktualne newsy oraz archiwalne zdjęcia i historie.

Już po raz kolejny w Walentynki, tym razem we współpracy z T-Mobile, AMS umożliwił wyznaczenie miłości w czasie rzeczywistym na digitalowych nośnikach w centrum 4 miast Polski. Podczas akcji „Teraz miłość ma znaczenie” opublikowano ponad 500 wyznań. Kontentowe działania zaplanowano również z okazji Dnia Matki – na nośnikach Digital Citylight i Digital Indoor publikowane były ciekawostki, zagadki i życzenia dla mam. W ramach #DzieńDzieckazAMS firma umożliwiła dzieciom pokazanie swoich prac plastycznych na cyfrowych nośnikach na przystankach, w galeriach handlowych oraz w warszawskim biurze.

Poza promocją swoich działań i akcjami specjalnymi AMS skupił się na działaniach CSR-owych, w tym roku związanych przede wszystkim z pomocą uchodźcom z Ukrainy. W Cityinfo – kanale kontentowym, którego logo zyskało w tym czasie błękitno-żółte barwy – pojawił się dział poświęcony Ukrainie. AMS przygotował dwujęzyczne plakaty będące wyrazem solidarności z walczącym o niepodległość sąsiadem, informujące o dostępnych formach pomocy, a na cyfrowych ekr-



Digital Indoor – skuteczne narzędzie do kontaktu z marką

nach przy współpracy z OOHlife.org publikował rozmówki polsko-ukraińskie oraz informacje dotyczące pomocy czworonogom – akcji adopcyjnych oraz przewozu zwierząt przez granicę.

W Galerii Plenerowej Łazienek Królewskich, we współpracy ze Stowarzyszeniem Twórców Grafiki Użytkowej, AMS umieścił prace graficzne artystów z całego świata, które tematyką dotyczyły rosyjskiej agresji na Ukrainę. STGU do akcji zaangażowało zaprzyjaźnione instytucje z Ukrainy. 30 prac trafiło również na przystanki – na citylighty i cyfrowe nośniki AMS w największych miastach. Akcja spotkała się z ogromnym zainteresowaniem nie tylko w Polsce, a AMS po raz kolejny udowodnił, że przestrzeń publiczna to doskonałe miejsce do komunikacji społecznej.

Osiągnięcia

AMS od lat udowadnia, że tworzenie SMART OOH w smart cities jest nie tylko możliwe, ale również konieczne. Technologia, nowoczesne rozwiązania, działania prośrodowiskowe, ciekawy kontent i zmiana postrzegania reklamy OOH jako jako innowacyjnego i technologicznego medium to wyróżniki marki. Działalność firmy jest doceniana zarówno przez mieszkańców miast, jak i ekspertów. Podczas Carbon Footprint Summit w Krakowie firma otrzymała nagrodę Carbon Footprint Challenge Awards. Jury konkursu doceniło zielone przystanki, EKO słupy

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

AMS we współpracy z Lenovo Polska stworzył pierwszą w pełni zintegrowaną eko-kampanię OOH, która została zrealizowana w obiegu zamkniętym – po jej zakończeniu materiały reklamowe zostały poddane 100-procentowemu certyfikowanemu recyklingowi.

1410 ton CO₂,

706,4 kg SO₂, prawie tona NO i 78,9 kg pyłów – tyłu zanieczyszczeń pozwoliło uniknąć zastosowanie energooszczędnej technologii LED na 1580 wiatrach przystankowych dla Warszawy.

solarne, EKO Backlighty i inne działania marki znacząco przyczyniające się do ochrony planety.

Z kolei podczas Światowego Forum Miejskiego 2022 – World Urban Forum w Katowicach – AMS otrzymał tytuł Lidera Transformacji Energetycznej za realizację projektu 1580 wiat przystankowych dla Warszawy z zastosowaniem energooszczędnej technologii LED. EKO wiata oraz EKO słup zostały finalistami konkursu Dobry Wzór 2021. Po raz dziewiąty AMS otrzymał też zaszczytny tytuł Mecenasa Kultury Krakowa.

Marka doceniana jest także przez środowisko mediowe. W corocznym raporcie Biur Reklamowy Media Marketing Polska zwyciężyła w 5 z 6 kategorii, w tym w ocenie ogólnej biur reklamy outdoorowej, tym samym stając się najwyżej ocenianym przez klientów biurom reklamy OOH 2021 roku.

www.ams.com.pl

HISTORIA MARKI

1990 Powstaje AMS Sp. z o.o.

1998 Spółka debiutuje na Giełdzie Papierów Wartościowych. Powstaje Zewnętrzna Galeria AMS – pierwszy w branży systemowy projekt z zakresu CSR.

1999 Marka wprowadza pierwszą nowoczesną sieć regularnych nośników podświetlanych – backlightów 18m².

2002 Udziały AMS przejmuje Grupa Agora.

2004 Powstaje Galeria Plakatu AMS.

2005 Marka uruchamia projekt „Bramy Kraju” oraz program „AMS dla Integracji”.

2006 Początek ekspansji mebli miejskich. W kolejnych latach firma realizuje pionierskie na polskim rynku inwestycje w zrewitalizowanych obszarach Szczecina, Warszawy i Wrocławia.

2008 AMS wprowadza pierwszą systemową reklamę wewnątrz pojazdów komunikacji pasażerskiej: kanału informacyjno-reklamowego CityInfoTV.

2011 Pojawia się AMS Metrics – pierwsze na rynku narzędzie do liczenia parametrów mediowych reklamy zewnętrznej.

2013 AMS podpisuje umowę koncesji na budowę i utrzymanie 1580 wiat przystankowych w stolicy i powołuje Fundację „Akademia Integracji. Praca, Edukacja, Sport”.

2017 Firma wprowadza system nośników Dynamic Backlight – pierwszy krok w kierunku systemowej digitalizacji OOH.

2018 Marka wprowadza nową politykę handlową i cennik w oparciu o dane z badania Outdoor Track. Na przystankach pojawiają się pierwsze systemy cyfrowych Citylightów z funkcjonalnościami dla pasażerów,

a na ulicach słupy solarne w pełni zasilane energią słoneczną.

2019 AMS przejmuje udziały w spółce Piano Group (DOOH). Marka rozwija oferty eko: AMS otrzymuje srebrną nagrodę w konkursie Innovation za projekt „Zielone Przystanki” w Krakowie, buduje EKO wiata na warszawskiej Woli.

2020 AMS tworzy System Informacji Pasażerskiej (SIP) na przystankach w Krakowie oraz Poznaniu i otrzymuje za niego brąz w konkursie Innovation oraz tytuł finalisty konkursu Dobry Wzór. Powstaje największy system EKO wiat w Polsce – oferta eko jest sukcesywnie powiększana.

2021 AMS wprowadza programatyczny zakup powierzchni reklamowej w Digital OOH.