

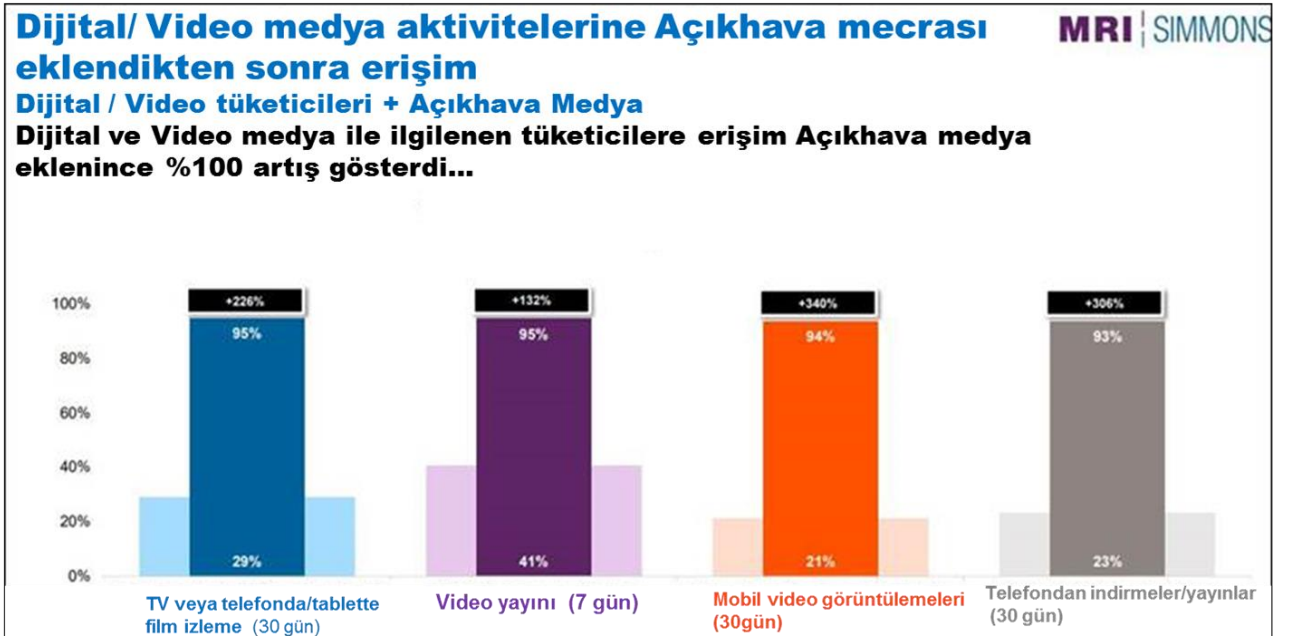


21 Ekim 2019 (Washington, DC OAAA tarafından MRI | Simmons araştırma şirketine yaptırılan son araştırmaya göre;
Açikhava Reklamcılığı diğer bütün büyük mecraların erişimini %90 arttırma kapasitesine sahip.

Out of Home Advertising Association of America (OAAA) tarafından yaptırılan araştırma raporunda, açikhavanın, diğer mecra kullanıcılarına, özellikle video platformu tüketicilerine erişimi arttırmada en güçlü mecra olduğu açıkça belirtildi.

OAAA Başkanı ve CEO Anna Bager “Açikhava reklamları ile karşılaşan kitle, dijital konusunda bilgili ve sürekli hareket halinde olduğu için pratik çözümler arayışında. Çoklu mecra kullanımıyla iletişime açıklar.” dedi. “Açikhavanın yoğun mecra planlarına eklenmesi, erişimi ve kitleyi belirgin bir şekilde büyütüyor. Bu yeni analiz, bize hangi mecraların bu durumdan daha çok yararlandığını gösteriyor.” dedi.

Rapora göre dijital video platformlarıyla yapılan çalışmalara Açikhava mecrası eklendikten sonra erişim 2, 3 hatta 4 katına kadar çıkabiliyor:



Bager “Açık hava ve dijital arasındaki bağ ve etkileşim inkar edilemez bir hal aldı. Akıllı cihazlar yoluyla birbirine bağlı hareketli bir topluluk haline geldiğimiz için Açık hava, cihazlarımız ve diğer içeriklerle olan etkileşimi artırıyor.” diyerek açıklamasını sürdürdü.

Araştırmada, genel Açık hava izleyicileri ve yoğunlukla Açık hava reklamlarıyla etkileşenler örneklem olarak alındı ve aşağıdaki sonuçlar elde edildi:

- Genel Açık hava izleyicisinin %93’ü yetişkinlerden oluşmakta
- Genel Açık hava izleyicisi, diğer mecralarla karşılaştırıldığında vaktinin büyük bir çoğunluğunu (13.5 saat) telefonuyla iletişim içinde geçiriyor.
- Ağırlıklı Açık hava izleyicisi olan kitle ise, genel izleyici kitlesinden daha fazla telefonları ve iş bilgisayarlarıyla etkileşim halindedir.
- Ağırlıklı Açık hava izleyici kitlesinin eğitim, istihdam ve yıllık gelir oranları daha yüksektir.

Araştırma; 22,000’in üzerinde, geçen hafta içerisinde en az bir kez araba yolculuğuna çıkmış, 18 – 64 yaş arası ABD vatandaşları incelenerek gerçekleştirildi.