# Транзитная реклама

**Транзитная реклама** впервые удачно была применена фирмой по производству жевательной резинки «Риглиз» (США) в 1910 году. **Транзитная реклама** принесла компании небывалый успех. Созданный писателями Ф.С. Фицджеральдом и Огденом Нэшем образ «мятного человечка» заполонил общественный транспорт и надолго укрепился в сознании американцев как символ беззаботной жизни и успеха. Продажи жевательной резинки «Риглиз» увеличились вдвое.

## Агентство транзитной рекламы

Не менее впечатляющими были и успехи рекламной фирмы, которая занималась реализацией проекта. **Агентство транзитной рекламы** «Кольер» стало одной из ведущих компаний, предоставляющей информационные услуги на рынке Соединенных штатов. Перспективу роста обеспечило отсутствие проблемы свободного места. Маршруты всех видов общественного транспорта, пролегающие по основным районам городов, давали возможность донести небывалый объем рекламы к самым разным потребителям.

Транспортные средства, разукрашенные яркими изображениями и запоминающимися слоганами, привлекают к себе внимание пешеходов и водителей. А постоянное перемещение носителя позволяет охватить максимум потенциальных потребителей в разных районах населенного пункта. Реклама стала появляться в тех местах, где до этого ее никто не ожидал увидеть.

Воздействие **транзитной рекламы** на человека достаточно длительное. Оно повторяемо. Продолжительность средней поездки составляет не менее 25 минут, а одним и тем же маршрутом люди пользуются десятилетиями. При этом неизбежна скука в ожидании прибытия нужного маршрута. И потенциальный потребитель непреднамеренно обращает внимание на предлагаемый ему рекламный продукт. И так день за днем. Данные социологических опросов свидетельствуют, что 55% пользователей метро помнят содержание настенных плакатов.

Данный вид рекламы сравнительно недорог, так как не требует аренды или покупки дорогостоящего оборудования. Она обладает гибкостью, позволяя знакомить потенциальных потребителей с продуктом даже в самых отдаленных уголках. При этом ее просто изменить с учетом территориальных или этнических особенностей каждого отдельно взятого города или района.

И не только гибкость, но и возможность использования различных форматов и цветовых эффектов выгодно отличает рекламу на маршрутах общественного транспорта от другой. Рекламное агентство «Нью Тон» активно использует этот вид рекламы в своей деятельности. Это позволяет быстро сориентировать предоставляемую информацию согласно сезонным требованиям с применением последних разработок полиграфической индустрии.

Знаков: 2230.