

مقدمه

تبلیغات مترو یکی از روش های نسبتا جدید تبلیغات می باشد. امروزه با توجه به سرعت حمل و نقل در جهان، شیوه های مختلفی برای تبلیغات مترو در نظر گرفته شده است. شرکت های تبلیغاتی به سمت روش های نوین رفته اند تا بتوانند هرچه بیشتر نقش موثرتری در تبلیغات داشته باشند. تبلیغات در مترو بازاری از مخاطبان می باشد. هر روز میلیون های نفر از مردم بوسیله مترو جا به جا می شوند. این موضوع، شرکت های تبلیغاتی را بر آن داشت تا از این پتانسیل استفاده کنند.

هر روز میلیون ها نفر؟ عجب بازار داغی؟

چطور این بازار رو بشناسیم؟

برای این منظور، برای درک بیشتر و بهتر تبلیغات مترو باید اطلاعات کافی داشته باشیم. این مقاله تا حد زیادی اطلاعات کافی و مورد نیاز به شما خواهد داد. تبلیغات در مترو می تواند **کسب و کار** هر کسی را متحول کند و باعث **ارتباط موثر** بیشتری با مخاطبان هدف شود.

مزایای تبلیغات مترو

- 1 روزانه حدود 4 میلیون نفر از مترو استفاده می کنند.
- 2 زیاد بودن مدت زمان دیده شدن تبلیغات مترو جلوی چشم مخاطب
- 3 کسانی که از مترو استفاده می کنند بارها یک تبلیغ را در مسیر رفت و برگشت می بینند.
- 4 انتخاب خط مورد نظر مترو با توجه به سطح محصول یا خدمات
- 5 روند بیشتر شدن تعداد ایستگاه های مترو

6 اعتبار تبلیغات مترو

7 ارزانی نسبت به بعضی از رسانه های دیگر. از جمله: تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات بیلبورد، اسپانسرینگ

8 بازدهی بیشتر نسبت به بعضی از رسانه های دیگر. از جمله: تبلیغات رادیویی، تبلیغات با روزنامه، تبلیغات در فرودگاهها

9 استفاده قشرهای مختلف جامعه از مترو

10 استفاده سنین مختلف از مترو

انواع تبلیغات در مترو

1 تابلوهای داخل واگن

تابلوها معمولا بر روی قسمت بالای صندلی ها و درب ورود و خروج واگن قرار دارند و معمولا مستطیلی هستند. ابعاد فضای تبلیغاتی در بالای درب ورود و خروج کاملا مشخص است اما ابعاد فضای در بالای صندلی ها بیشتر می باشد. هم کسانی که روبروی آن ایستاده باشند می توانند آن را مشاهده کنند و هم کسانی که در سکوی روبرو، نشسته یا ایستاده باشند. اگر در واگن ها شلوغ باشد امکان دیدن آن برای کسانی که نشسته اند کمی سخت می شود.

2 دستگیره ها

به میله هایی که افراد ایستاده می گیرند، تبلیغاتی به کاربرد دستگیره نصب می شود. این تبلیغات در انواع مختلف و با توجه به محصول مورد تبلیغ می باشد. اگر بصورت یک قطعه کارت باشد، ابعاد آن مشخص است. اگر بصورت استوانه باشد، باز هم ابعاد آن مشخص است. به هر شکلی می توان باشد البته نه اینکه هر شکلی. بهر حال محدودیت وجود دارد و باید با توجه به محصولی که قرار هست در تبلیغات مترو مورد استفاده قرار گیرد، محل مناسبی در نظر گرفته شود.

اینکه محصولی به عنوان دستگیره در تبلیغات مترو استفاده می شود واقعا ایده ای خلاقانه است. در حالت عادی دستگیره است و دستگیره چیزی است که مردم نه تنها آن را می گیرند بلکه بارها به آن نگاه می کنند و این اثرگذاری بیشتری دارد. چه زمان شلوغی باشد و چه خلوتی، باز هم جلب توجه می کند. در زمان خلوتی با تکان خوردن، جلب توجه می کند و زمانی که شلوغ می باشد، کسانی که دستگیره را می گیرند زیاد به آن نگاه می کنند. این موضوع در بازاریابی و فروش بسیار مهم است.

3. تابلوهای هوشمند آینه ای

این روش تبلیغات مترو، در ایران جدید می باشد و عمر آن حدود 1 سال است. این طرح بسیار جالب جزو ایده های خلاقانه می باشد. طرز کار آن بدین صورت است. در قسمت وسط و پایین آن، سنسور وجود دارد. وظیفه آن عکس العمل در مقابل رد شدن افراد از جلوی تابلو می باشد. در حالت عادی و از دور، یک آینه است ولی وقتی کسی از جلوی آن رد می شود چراغ پشت آینه روشن می شود و عکسی که پشت آینه وجود دارد نمایش داده می شود. در حالت عادی بسیار جلب توجه می کند چون ویژگی های بصری از خود نشان می دهد و افراد کنجکاو را که تعدادشان کم نیستند متوجه می سازد. [تمرکز حواس](#) این تبلیغات بر روی افرادی که از جلوی آن رد می شوند و در نتیجه کسانی که در سکوی روبرویی هستند، می باشد.

4. دیوارهای کنار پله برقی (بک لایت - لایت باکس)

این روش تبلیغات مترو، مخصوص کناره های پله برقی می باشد. ابعاد آن ها بسیار بزرگ است پس به اندازه کافی جلب توجه می کند. سرعت پله برقی به قدری می باشد که باعث می شود ناخودآگاه، افراد به این تابلوها نگاه کنند. ابعاد بزرگ آن بگونه ای است که از دور هم کاملا مشخص می باشد. نور لامپ آن ها به نظر زیاد می باشد و برای تبلیغاتی که بنر آن ها زمینه روشن دارد ممکن است باعث اذیت کردن چشم شود. در این حالت بهتر است که اگر زمینه روشن است، تعداد لامپ های داخل باکس را کم کنند تا بتواند نمای بهتری داشته باشد.

5 دیوارهای سکو (بیلبردهای دیواری)

تبلیغات مترو در این بخش، در ابعاد بزرگ می باشد. طرح ما بخوبی نمایان است ولی برای چه کسی؟

اگر تبلیغات مترو در دیوارهای سکو را در نظر بگیریم، چون ابعاد آن بزرگ است و نزدیک به افرادی که از کنار آن رد می شوند، است بنابراین زیاد مورد توجه **نمی باشد**. تمرکز این تبلیغات برای افرادی می باشد که در سکوی روبرویی قرار دارند. کسی که در دیوارهای سکو، تبلیغات مترو دارد، برای بیشتر اثرگذاری آن، بهتر است در هر دو طرف سکو تبلیغات داشته باشد.

6 تلویزیون های سکو و داخل واگن ها

با توجه به فاصله افراد با تلویزیون، ابعاد تلویزیون های سکو، بزرگ و برای داخل واگن ها، کوچک در نظر گرفته شده اند. ویژگی این تلویزیون ها، بی صدا بودن آن می باشد. افرادی که در سکو منتظر رسیدن قطار هستند و یا کسانی که داخل واگن، منتظر رسیدن به مقصد یا ایستگاه بعدی هستند، وقت خود را با نگاه کردن به برنامه های این تلویزیون ها می گذرانند. صدا در داخل مترو و سکو ها شاید زیاد می باشد و این تلویزیون ها اگر صدا داشتند باعث آلودگی صوتی بیشتر می شدند. اگر تبلیغات تلویزیونی ما، جوری ساخته شده که بدون صدا مفهوم را می تواند برساند، برای تبلیغ در این تلویزیون ها مناسب است. ویژگی های بصری این روش تبلیغات مترو، تاثیر زیادی بر مخاطب می گذارد. اگر تبلیغات تلویزیونی ما، بدون صدا نمی تواند مفهوم را بخوبی برساند، بهتر است از این روش تبلیغاتی **صرف نظر کنیم**.

7 گیت های ورودی و خروجی

هر کسی که از مترو استفاده می کند حداقل 2 بار از گیت عبور می کند. این یک فرصت خوب برای تبلیغات مترو می باشد.

8 راهروهای موجود در ایستگاه هایی که افراد در آن خط عوض می کنند

خیلی از افراد برای رسیدن به مقصد، باید خط عوض کنند. عبور از این راهروها برای رسیدن به سکوی دیگر راه مناسبی برای تبلیغات مترو می باشد.

9 تابلوهای رولینگ

این تابلوها بصورت ایستاده و پایه دار، و یا دیواری می باشند. بصورت چرخشی، بنرهای مختلفی را با مدت زمان های مختلف نمایش می دهند. مدل های امروزی آن ها تقریباً هوشمند محسوب می شوند و برای نمایشگاه ها نیز مورد استفاده است. نوع پیشرفته آن بصورت دوطرفه و با چراغهای LED می باشد. مصرف برق آن خیلی کمتر از تبلیغات دیگر می باشد. یکی از ویژگی های آن، این می باشد که در اندازه های مختلف و بر اساس نیاز مشتری ساخته می شوند.

10 از جمله دیگر روش های تبلیغات مترو بصورت موردی

1 فضای بالایی تابلوی زمانبندی حرکت واگن ها

2 ساعت تبلیغاتی به عنوان تبلیغات مترو

3 فاصله های بین دو پله ورود و خروج

از جمله ایده های تبلیغاتی خودم برای تبلیغات مترو

1 استفاده از فضای دور جایی که کارت مترو را می زنند.

2 استفاده از فضای پایین پله برقی که به سمت پایین می آید. افراد وقتی روی پله برقی قرار می گیرند که به سمت پایین می رود معمولاً به سمت پایین نگاه می کنند. این یعنی یک فرصت.

*** برای گرفتن ایده های خلاقانه دیگر، می توانید با [تیم آموزشی ماهان تیموری](http://mahaynteymouri.ir) تماس بگیرید.

نتیجه گیری

1 هر روز میلیون ها نفر با مترو جابجا می شوند. از این فرصت بهینه استفاده کنیم.

2 حتما در برنامه تبلیغاتی خود از روش های دیگر استفاده کنید و آن ها را مکمل یکدیگر کنید. از جمله: بازاریابی پیامکی، تراکت طلایی، فاکس مارکتینگ، بازاریابی با سایت، بازاریابی با ایمیل، بازاریابی با تلگرام، بازاریابی در اینستاگرام و...

تیم آموزشی ماهان تیموری