

BARTH

TIME



**NAŠE POLEPY
VONÍ KAŽDÉMU!**

PŘESVĚDČTE SE SAMI »

PŘETŘETE
ZÁPĚSTÍM

OBSAH

05	ÚVODNÍ SLOVO	25	VENKOVNÍ REKLAMA JINAK
06	NAŠE PRÁCE NA DAKARU	26	NEOBYČEJNÉ EVENTY
08	PŘÍBĚH POLEPU	28	MĚNÍME JIP
09	NEVIDITELNÁ OCHRANA VOZU	29	FOTOGRAFIE
10	ONLINE MARKETING	30	OBLÉKÁME VÁS
12	SOCIÁLNÍ SÍTĚ	32	ŽIJEME HOKEJEM
14	LEPÍME UNIPETROL	34	NOVINKY
16	KOLEKCE NAŠICH POLEPŮ	35	NAŠE TECHNOLOGIE
23	BILLBOARDY		
24	NÁBOROVÁ KAMPAŇ		



06



08



10



12



14



23



26



28



37



300 polepených vozidel

REFERENCE IVECO



ÚVODNÍ SLOVO

Milí čtenáři,

rádi bychom vám představili nové číslo časopisu BARTHtime. Tentokrát jsme ho zaměřili na novinky v našem výrobním oddělení, a to především na reklamní polepy, které pro vás zajišťujeme již více než 20 let. Díky této zkušenosti jsme se stali odborníky v oboru.

Dozvíte se o moderních technologiích i materiálech a zároveň vás necháme nahlédnout do naší „kuchyně“. Zjistíte, jak připravujeme materiál, jak probíhá instalace a nakonec také, jak se o polep následně staráme.

V tomto čísle zároveň najdete informace o online světě, na který jsme se v poslední době hodně zaměřili. Objasníme vám pojmy jako SEO, PPC nebo HOT JAR. Zároveň se podíváme na zoubek českým youtuberům. Co je to za povolání a jak vlastně vydělává? Zajímalo nás to, tak jsme se zeptali. Výsledky vás možná, stejně jako nás, překvapí.

Děláme eventy, které naše klienty baví. Podívejte se, jak jsme připravili další BARTH Day nebo zorganizovali akci pro Lanškrounskou společnost SCHOTT. Je radost se na takových akcích podílet.

Fungujeme na trhu už více než 20 let a začínali jsme jako malá firma BARTH-media provozující billboardy. Během té doby jsme se ale vypracovali na velkou reklamní agenturu, která nabízí široké portfolio služeb a výrobků s cílem pomáhat zákazníkům zvyšovat jejich obrát a zisk. Abychom vám více přiblížili, čemu se nyní věnujeme, budeme od 1. ledna 2019 měnit obchodní název z BARTH-media a.s. na BARTH Reklamka a.s..

David Burkoň
ředitel společnosti



NAPSALI NÁM

Vážený pane, Morkesi,

rádi bychom vám touto cestou poděkovali za dlouhodobou vzájemnou spolupráci, která odstartovala v roce 2012. Od vzniku naší spolupráce jste našim zákazníkům polepili přes 300 vozidel. Oceňujeme zejména vaši dobrou cenovou politiku, ale hlavně velmi flexibilní provedení reklamních polepů vozidel dle našich potřeb. Také jsme rádi, že jste se přizpůsobili interním bezpečnostním opatřením v našich provozech, která jsou velmi přísná. V loňském roce jsme rozšířili vzájemnou spolupráci i o nové aktivity, které nabízíte v rámci marketingových služeb.

Jsmo s naší vzájemnou spoluprací velmi spokojeni.

S pozdravem
Martin K.
za společnost IVECO

POLEPY NA DAKARU

Tento příběh se začal psát v říjnu roku 2017, kdy se tým BARTH Racing připravoval na nejtěžší závod světa, slavnou Rallye Dakar. Vymýšleli jsme první vizualizace polepů závodních strojů a doprovodných vozidel, které formou brandingů poveze závodní tým.

Po dokončení jsme všechna data připravili a v té nejvyšší kvalitě vytiskli na našem tiskovém stroji MUTOH. K tisku jsme využili fólii nejvyšší kvality 3M.

Počátkem listopadu proběhla aplikace na všechny stroje a veškerou techniku. Poté se vozy vydaly na cestu do přístavu Le Havre, kde proběhlo naložení veškeré techniky na cestu do Argentiny, kde na začátku roku 2018 odstartoval nový ročník soutěže Rallye Dakar. První etapy byly velmi náročné. Teploty dosahovaly 50 °C, objevoval se prach i bláto. Další etapy pokračovaly ve vyšších nadmořských výškách, kde se teplota dostávala až k -10 °C a slunce střídaly déšť a kroupy.

Jsme rádi, že jsme mohli otestovat naše fólie a kvalitu práce právě na této rallye. Všechna vozidla dokončila Rallye Dakar v pořádku a jsme právem hrdí, že naše polepy obstály ve všech zátěžových zkouškách na výbornou.



PŘÍBĚH POLEPU

Vzhledem k naší 20leté praxi v oboru jsou naše polepy kvalitní a poutavé. Snažíme se o to, abyste díky originální grafice byli jedineční, oslovili co nejvíce klientů a získali nové obchodní příležitosti. Jsme profesionálové v oboru, jelikož jsme již uskutečnili polepy na více než 2 000 automobilech, 700 autobusech a tisíci výloh, desek a jiných materiálech. Na to, jak realizace polepů probíhá, jsme se zeptali Káti Koptové, specialistky na polepy v naší společnosti.

Co mám dělat, když se rozhodnu pro polep?

Stačí se na nás kdykoli obrátit. Velice rádi s vámi probereme vizualizaci, tedy poradíme s kreativní i technickou stránkou věci. Grafický návrh navrhne v našem grafickém studiu a domluvíme harmonogram prací.

Podle čeho vybíráte dodavatele materiálu?

Na základě našeho vlastního testování. Pokud se bavíme o fóliích na polepy vozidel, testujeme je nejprve na vlastních autech. Jakmile projdou touto zatěžkávací zkouškou, můžeme se na ně spolehnout a nebojíme se je vypustit i na nejtěžší závod světa, na slavnou Rallye Dakar. Právě tam totiž dochází k tomu nejnáročnějšímu testování. Během několika dní na ní vozy zažívají spalující žár sluníčka, bláto, písek a také dlouhotrvající déšť s nánosy bahna. I přesto polepy stále drží.

Potisk fólií probíhá u vás?

Ano, máme vlastní oddělení tiskové reklamy vybavené tiskovými stroji, laminátory i řezacími plotry. Takže vše pod jednou střechou. Díky tomu jsme schopni reagovat na změny požadavků ze strany klienta v podstatě obratem.

Jaké přípravky k lepení používáte?

K polepu používáme plastové stěrky, kvalitní řezáky, horkovzdušné pistole, speciální čističe na auto a k tomuto účelu určené textilie. Díky cviku a pevné ruce zkušeného technika se o své auto nemusíte bát.

Je nutná nějaká speciální péče o polepené vozidlo?

Není. Stačí se o vozidlo starat stejně, jako o nepolepené. V podstatě můžeme říci, že polep auto chrání. Pokud se stane, že se na voze objeví oděrka, poruší pouze fólii, u které to mnohdy končí. Po sundání je lak vlastně zcela nový.

Jak dlouho polep trvá?

Záleží na jeho složitosti. Pokud se bavíme o celopolepu, vozidla, jde o dvoudenní akci. V první fázi si z auta odstrojíme vše, co by nám při lepení mohlo překážet (kliky, světla, lišty a případně zrcátka). Potom vozidlo dokonale očistíme, aby na laku nezůstala špína, prach nebo mastnota. To vše napomáhá tomu, aby si polep tzv. sedl a zbytečně netvořil nežádoucí bubliny. Auto musí být v suchu a ve stálé teplotě. To je jedna z nejdůležitějších věcí. Celopolep potom trvá asi jeden den a po aplikaci se musí nechat ještě pár hodin v teple, aby se aktivovalo lepidlo. Před předáním zákazníkovi ještě provádíme důkladnou kontrolu.

Může se na kvalitě polepu časem podepsat slunce?

Ani tohle v současné době není problém. Díky laminaci s ochranou proti UV záření jsme na podobné situace připraveni. Kvalitní a správně provedený polep je tedy základ úspěchu.

A jaký polep vám dal tzv. „nejvíc zabrat“?

Velkou výzvou pro nás byl polep nejmenšího auta, Fiat Maluch. Jeho původní barva byla červená a zákazník se rozhodl, že z něj udělá zlatý poklad. Obtížnější práce spočívala v tom, že je zlatá fólie specifická a vyžaduje větší pozornost v rámci úprav. Jde o vícevrstvou fólii, která se skládá z několika materiálů. Nedá se moc tepelně upravovat, protože když se přehřeje, zmatní, a když se natahuje, tak se trhá. Je tedy opravdu potřeba zkušeností a trpělivosti. Tento polep nám trval dva dny.

NEVIDITELNÁ OCHRANA VÁŠEHO VOZU

V souladu s právními požadavky jsou výrobci automobilů povinni používat barvy na bázi vody. Ty ochrání životní prostředí, což je důležité, bohužel lak vašeho vozu již méně.

Naštěstí máme výrobce transparentních fólií, díky nimž můžeme ochránit lak vozu před odletujícími kamínky nebo větvičkami či jinými drobnými škrábanci. Jsou dokonale čiré, takže po aplikaci nezmění barvu vašeho vozidla.

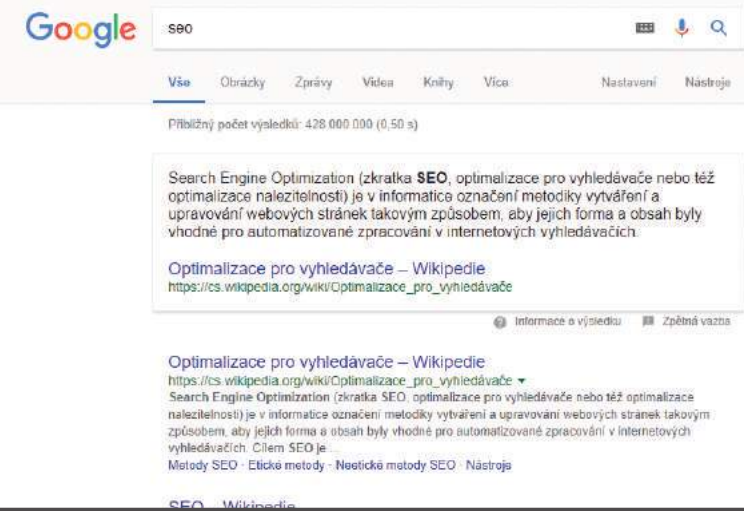
Jen fólie však nestačí. Ke správné instalaci potřebujete profesionály, kteří mají zkušenosti s tímto polepem. A od toho máte nás.



ONLINE MARKETING

SEO

SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION



Optimalizuje webové stránky pro vyhledávače. Česká republika je jednou z asi pěti zemí světa, kde dominuje jiný vyhledávač než Google. Proto se v Čechách musí web optimalizovat pro dva různé vyhledávače - Google a Seznam. Každý z nich má jiné hodnotící algoritmy a zobrazuje tedy pořadí výsledků podle různých kritérií. SEO zajišťuje, aby se váš web vyhledávačům líbil a aby se ve vyhledávání dostal výše. Např. abyste při zadání „reklamní agentura Pardubice“ do Googlu nebyli na třetí stránce ve vyhledávání, kam se dostane mizivé procento lidí, kteří tento výraz hledají. Principem naopak je, aby se informace od vás zobrazily co nejvýše, ideálně na první pozici strany.

HOT JAR



Analytické služby a webové poradenství pomáhají pochopit, co návštěvník webu nebo e-shopu dělá, o co se zajímá a co se mu nejspíše nelíbí, a tomu všemu web poté přizpůsobuje. Hot Jar umí nahrávat, co návštěvníci na webu dělají a z těchto nahrávek zjišťuje, že např. hledali tlačítko pro nákup nahore a když ho nenašli, odešli.

PPC

PAY PER CLICK
TJIN. PLÁTĚTE ZA KLIKNUTÍ



Klasickou formu PPC reklamy představují textové inzeráty ve vyhledávačích (typicky Google a Seznam) a bannery na webech. Díky reklamním systémům AdWords a Sklik jsme schopni tvořit kvalitní cílenou reklamu, která se zobrazuje zdarma a platí se až poté, co na ni někdo klikne a dostane se na web. Klasická cena za proklik se u textových reklam pohybuje v rozmezí 5 až 10 Kč a u bannerů okolo 10 Kč. Možnosti cílení PPC reklamy jsou neuvěřitelně rozsáhlé. Může se zaměřit na lidi, kteří vyhledávají určitá slova nebo výrazy (např. „originální vánoční dárky“), nebo na ty, kdo mají určité zájmy (např. „milovník zahradičení“). Dále na uživatele, kteří váš web již navštívili nebo například nemají děti a poslední dobou vykazují zájem o koupi horského kola.

Online marketing představuje funkční celek, který se neustále vyvíjí a musíme s ním držet krok. Toto odvětví můžeme také nazvat internetovým marketingem. Patří mezi ně například sociální sítě, e-mailový marketing, optimalizace pro vyhledávače, affiliate marketing, PPC reklama, YouTube marketing a nespočet dalších služeb.

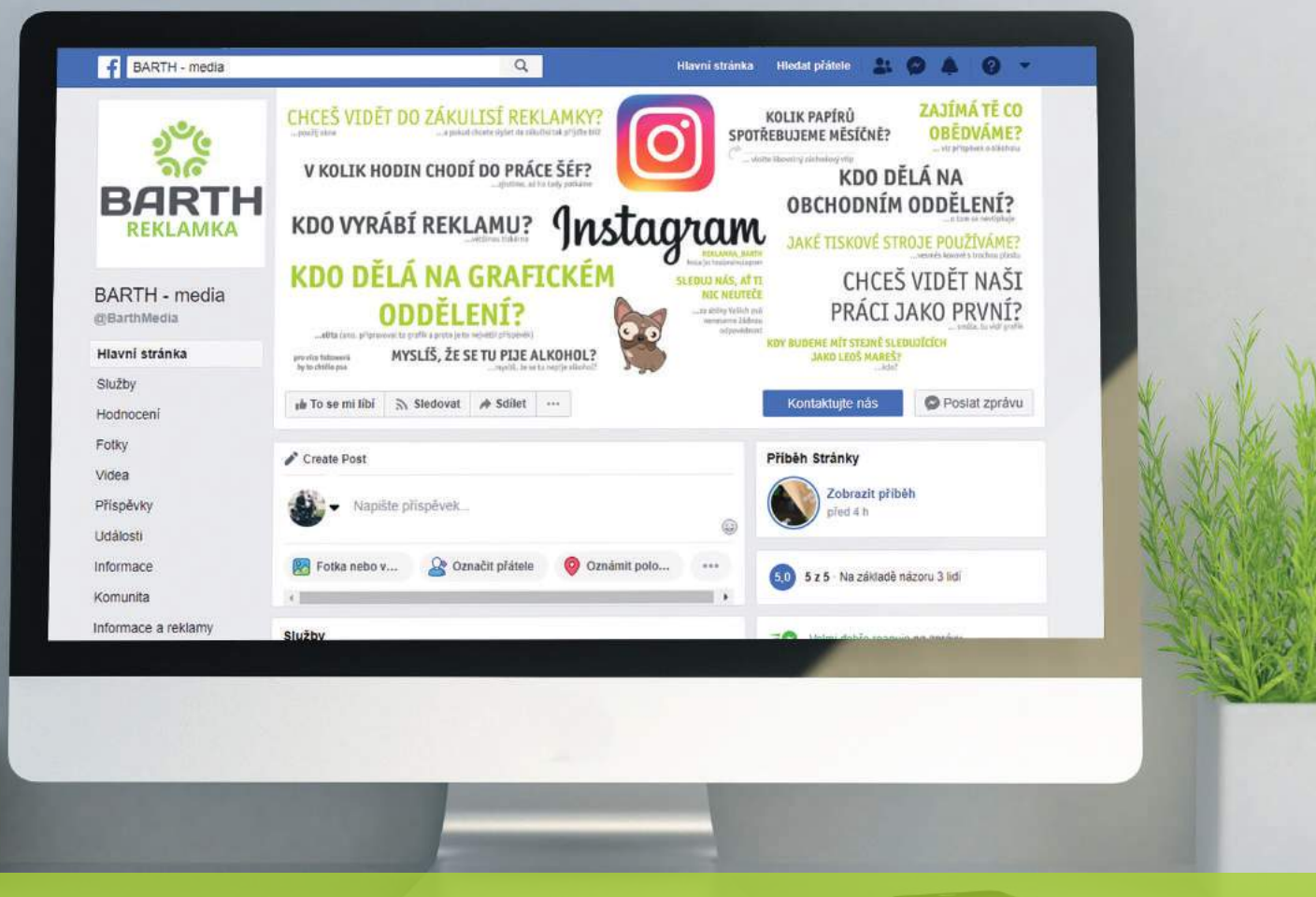
Pokud dnes žije firma pouze v „offline“ podobě a neřeší propagaci či zviditelnění na internetu, připravuje se o nespočet potenciálních zákazníků, a tedy i možných uzavřených obchodů. Naše skupina BARTH mezi ně naštěstí nepatří a na internetu žije a je vidět – každá divize má své vlastní webové stránky a celkové měsíční skóre se v poslední době pohybuje okolo 90 000 unikátních návštěv. Zajistíme vám služby v online marketingu, které vám pomohou být na internetu vidět.

Mezi nejžádanější služby patří:

- **PPC reklama**
- **SEO optimalizace**
- **Správa zbožových portálů**
- **Copywriting**
- **Analytické služby**
- **a webové poradenství**
- **Správa sociálních sítí**

NOVINKY

SOCIÁLNÍ SÍTĚ



Sociální sítě mají v dnešní době obrovskou moc. Jejich klasickým zástupcem je Facebook, který například sleduje, jaké weby navštěvujete, i když ho nemáte otevřený v záložce prohlížeče. Mohou za to vaše cookies – speciální soubory, které některé weby vytvářejí ve vašem PC. Díky tomu má Facebook přehled, na jaké weby chodíte, o co se zajímáte, a může na vás cílit reklamu. Nové reakce, které na Facebook před pár lety přibýly, jsou tam proto, aby přesněji pochopil vaše emoce, které mu ukazujete např. označením příspěvku typu „To se mi líbí“. Další známou sociální sítí je YouTube, i když ho za sociální síť mnoho uživatelů nepovažuje. Dnešní online svět není o textech, ale o vizuálech a video představuje výbornou formou, jak zaujmout potenciální zákazníky.

KDO JE VLASTNĚ YOUTUBER?

Dle portálu Wikipedia je youtuber osobou, která na internetový server YouTube nahrává videa, ale také dlouhodobě sleduje nahrávky ostatních. Pro významné youtubery s mnoha fanoušky se pak tato platforma stává díky příjmům z reklamy i živností. Při zadání slova "youtuber" do vyhledávače Google vám vyskočí více než 125 milionů výsledků. Není se čemu divit, podle posledních studií je YouTube nejsledovanějším médiem ve věkové kategorii do 35 let. Většinu z vás však zajímá jediné – kdo jsou tito lidé a jak je možné, že natáčením videí vydělávají?

Youtubery můžeme dělit podle typů a žánrů jejich videí například na:

- Video blogger (neboli vloger) vytváří a publikuje videa na různá témata
- Let's player komentuje a přidává své poznámky či hlásky k hraní počítačových her
- Beauty vlogeréři se věnují líčení a kosmetice
- Pranksteři jsou uživatelé natáčející „pranky“, tj. videa, ve kterých zkouší vtipným způsobem nějak nachytat ostatní osoby, nebo provádějí různé sociální experimenty
- Streamer je youtuber, který natáčí videa přes livestream, baví lidi online, hraje hry a vypráví příběhy ze života

Kromě zmíněné definice můžeme dnes považovat youtubera v podstatě za celebrity. Jde o člověka mezi svými vrstevníky známého a velmi oblíbeného. Kolik fanoušků má Lucie Bílá nebo Michal David? To můžeme jen těžko odhadovat. Kdežto youtuber moc dobře ví, kolik jich přesně má. Komunikují spolu totiž prostřednictvím všech dostupných sociálních sítí. Ty jsou ostatně pro takovou osobu nedílnou součástí jeho „byznysu“. Ale jak je to vlastně s penězi, z čeho jejich zisky plynou?

Kouzelným slovem je REKLAMA. Ti úspěšní, kteří mají dostatek zhlédnutí (rozuměj více než desítky tisíc), na svých videích vydělávají. Jednak díky možnosti zobrazování reklam, umístěných vždy před videem na jejich kanálu, díky čemuž si mohou přijít na stovky tisíc korun ročně, a dále tvorbou reklam a reklamních videí v přímé spolupráci s firmami.

V současné době jde o nejúčinnější nástroj, jak komunikovat s mladou generací. Jelikož s ní chceme komunikovat také, rozhodli jsme se oslovit ty nejlepší youtubery. Ze široké nabídky jsme vybrali Jakuba Steklého alias Stejka. První spolupráci jsme si vyzkoušeli na projektu Zimní olympiáda dětí a mládeže, kde Jakub natočil sérii videí s úspěšným olympionikem Josefem Dostálem. Ve spolupráci jsme pokračovali i na letošním BARTH Day, kde jsme dali Jakubovi prostor přímo na pódiu, a reakce na jeho vystoupení byly velmi pozitivní.



Jsme pyšní na to, že pro UNIPETROL již několik let provádíme firemní polepy osobních vozidel. Reklamní polepy vozidel značky ŠKODA (více modelů) polepujeme motivem VERVA či MOGUL. Pro polepy používáme ty nej kvalitnější fólie značky 3M.

Rádi bychom vám představili, jak se celý projekt tvoří a jak je časově náročný:

Tisk samolepicích fólií	3 hodiny
Laminování tištěných fólií	2 hodiny
Řezání log ze samolepicích fólií a tvarový ořez tištěných samolepek	4 hodiny
Lepení fólií na vozidlo	6 hodin
Celkový čas polepu jednoho vozidla Unipetrol	15 hodin

Zároveň pro tohoto zákazníka zajišťujeme i odstranění starých polepů.



Flotila polepených vozů



Dobrý den, slečno Trejtnarová,

rádi bychom poděkovali za spolupráci v roce 2017 na polepech našich firemních vozidel s brandingem VERVA a MOGUL. Od roku 2015 jsme díky vám polepili přes 200 vozidel. Pro nás je velkou výhodou, že nám společnost Autocentrum BARTH dodává vozy, které dceřinka BARTH-media polepuje. Vozidla od vaší skupiny si přebíráme již kompletní, tudíž je můžeme ihned předat našim zaměstnancům.

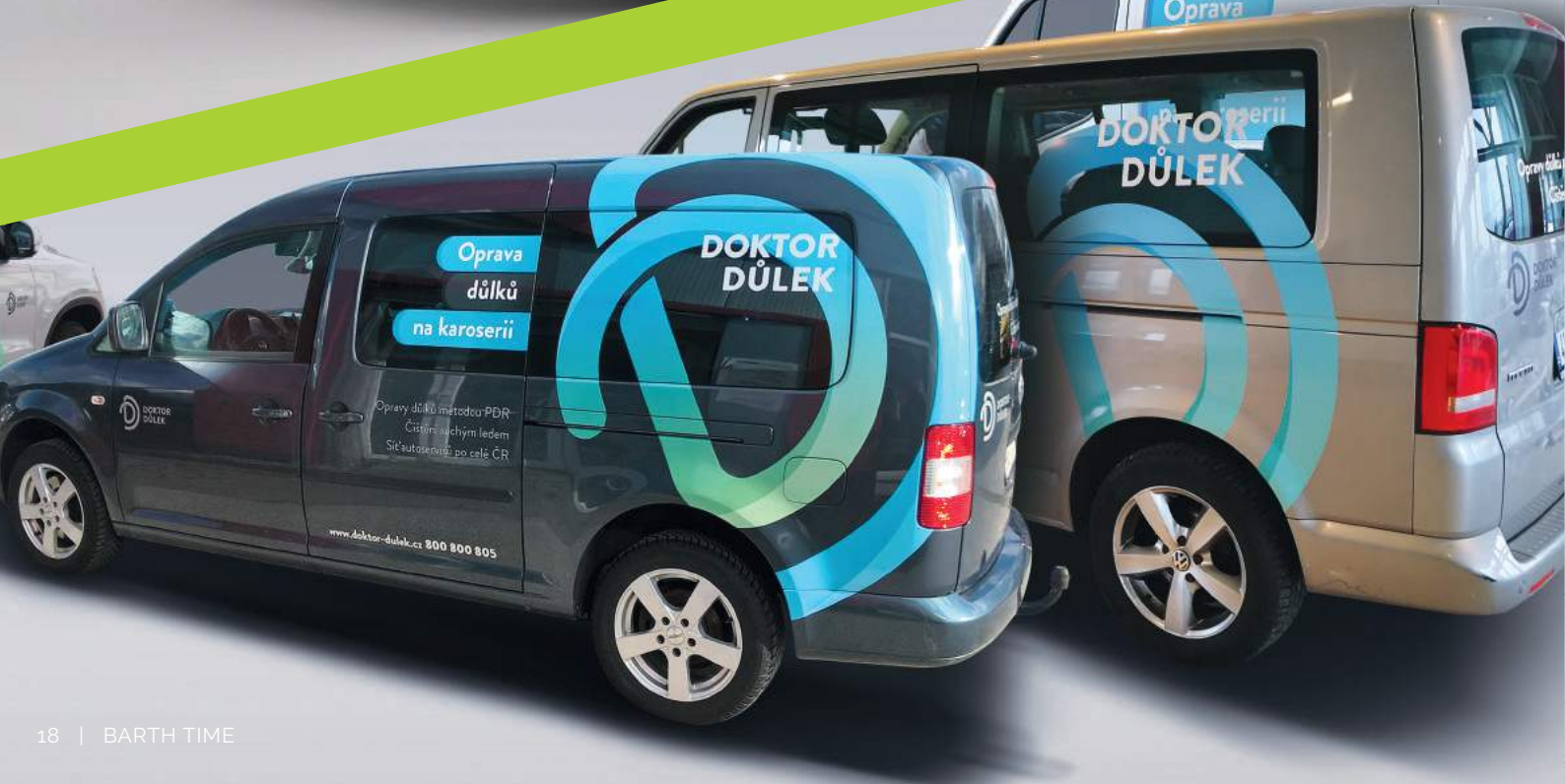
S pozdravem
Michal Janeček
za společnost UNIPETROL

PESTRÉ PORTFOLIO POLEPŮ

Firemní polepy na dopravních prostředcích patří mezi velmi účinný typ reklamy. Polepy na vozidlech jsou stále na očích, a to nejen u sídla vaší společnosti, ale i na cestách. Je tedy potřeba zvolit jejich výraznou podobu a obchodní příležitosti se jen pohnou. Polepy vám v našem grafickém studiu nejen navrhne, ale i vytiskne a nalepí. Pokud budete mít zájem, zajistíme vám i jejich odstranění.

Naše společnost vám polepí nejen dopravní prostředky, ale i výlohy provozoven a informační tabule. Pro označení interiéru kanceláří vám vyrobíme 3D logo na stěnu.





REALIZACE NÁKLADNÍ VOZY, MHD, LODĚ.

Polepem opatříme jakýkoli dopravní prostředek. V našem portfoliu máme nespočet polepených vozů MHD, firemních dodávek či přívěsů. Prestižní zakázku pro nás představovaly polep pardubické výletní lodi Arnošt, rolby na zimním stadionu a soukromého letadla.



REALIZACE INTERIÉRY, VÝLOHY.

Do našeho portfolia patří i interiérové polepy výloh, stěn, desek, navigačních a informačních tabulí nebo stolů a pultů. Naše práce je vidět v řadě společností, pro které jsme polepy vytvořili.



COŽ TAKHLE DÁT SI BILLBOARD?

Billboard je dlouhodobě mocné reklamní médium. Jedná se o obrovskou plochu, díky které se zviditelníte, nebo s jejíž pomocí navigujete zákazníka do své provozovny. Stále zaznamenáváme úspěch tohoto reklamního nosiče.

Plochy k pronájmu si můžete online prohlédnout na našich stránkách:

www.BARTH-REKLAMKA.cz/nase-reklamni-plochy

Zde najdete interaktivní mapu, kde si můžete místo pro vaši reklamu sami vybrat. Naše společnost vlastní a pronajímá přes 160 vlastních billboardových ploch.





NÁBOROVÁ KAMPAŇ

PŘÍBĚH O KOBYLE, KTERÁ NECHODILA BOSA

Připadá vám, že najít nové zaměstnance je v době nízkého procenta nezaměstnanosti nadlidský výkon? Způsob náboru, který využíváte, přestal být efektivní? Pojďme společně najít cestu, která přivede nové uchazeče o práci do vaší firmy. Budte vidět!

Abyste nám uvěřili, že náborové kampaně fungují, vyzkoušeli jsme je na vlastní kůži. V rámci náboru zaměstnanců jsme na multimediální kostku Tipsport Areny, na webové stránky a sociální sítě vypustili tzv. kariérní videa, na kterých se kolegové ze skupiny BARTH bez předepsaných scénářů vyjadřovali ke svému působení ve firmě.

V době spuštění kampaně jsme hledali zaměstnance jak pro AUTOCENTRUM, tak pro naši agenturu. Věřte nebo ne, většina tehdy volných pozic, a to jak manuálních, tak

kancelářských, se do několika dnů obsadila. Náhoda? Jakmile se vám ve firmě uvolní pracovní pozice, kterou budete potřebovat obsadit, doporučujeme vám vypustit tuto informaci do světa správnou cestou. My jsme k tomu využili ještě billboardové panely a city-light vitríny. Samozřejmě jsme nezapomněli ani na online svět. Spustili jsme PPC a bannerovou kampaň, která přivedla na naše stránky nové, unikátní uživatele. Ti měli možnost prohlédnout si všechny informace na vytvořené microsite Kariéra BARTH. „Náhodu“ jsme současně podpořili tvorbou microsite BARTH Kariéra. Na této zjednodušené webové stránce neustále přinášíme potenciálním kolegům veškeré informace o volných pracovních pozicích a benefitech, které nabízíme, o celé skupině BARTH – včetně toho, co děláme a jak se bavíme.

HLAVNĚ NENUDIT

CHCETE-LI ZAUJMOUT, MUSÍTE PŘEKROČIT TRADIČNÍ ZPŮSOB MYŠLENÍ A UDĚLAT NĚCO

JINAK

Outdoorová média znáte sice v nezměněné podobě již řadu let, ale u klientů jsou stále v oblíbě. Stejně jako v ostatních typech reklamy se i u nich cení nápad, který kampaň vytrhne ze záplavy ostatních a povýší ji na něco, o čem se mluví.

Prohlédněte si několik povedených kampaní na našich nosičích.

CITY-LIGHT VITRÍNA BAGETERIE BOULEVARD

Klient si přál, aby jeho Focaccia působila jako 3D a tím vzbuzovala v přihlížejících chuť na daný produkt. Zde je výsledek naší práce.



CELOPOLEP AUTOBUSU MHD KLIENTA PRO FAIR

Společnost PRO FAIR chtěla oslovit nové uchazeče o zaměstnání netradiční reklamou evokující hippie styl a la VAN od Volkswagen. Jedná se o velmi zajímavý personální nábor.



EVENTY

BARTH DAY



Co je BARTH Day? Den plný zábavy, sportů, skvělých zážitků, známých osobností a dobrého jídla

Již tradičně se BARTH Day konal na pardubickém dostihovém závodišti a i přes nepříznivé počasí dorazilo 4 000 návštěvníků! Plánování, organizace a marketing celé akce probíhal již měsíce dopředu. Zadáním bylo udělat den, který si užije celá rodina. Na prvním místě bylo vymyslet dětskou část proběhl a program pro rodiče či jiné dospělé. Vznikl organizační tým, který si rozdělil jednotlivé úkoly a začal na nich okamžitě pracovat. Bylo zapotřebí zajistit vhodný catering, atrakce, účinkující, hostesky, ostrahu, úklidovou četbu a spoustu dalšího. Nedílnou součástí správně naplánované akce pak byla její propagace. Na počátku jsme vymysleli

komunikační linku, která se prolínala napříč médii a díky které se akce stala jasně rozpoznatelnou. Dále jsme vytvořili nové webové stránky, kde jsme postupně odkrývali veškeré podstatné informace. K propagaci celé akce jsme se rozhodli využít následující média: billboardy a city-light vitríny, reklamu na MHD, reklamu v rádiu. Pro zacílení na všechny věkové skupiny jsme se rozhodli využít PPC kampaň s animovanými GIF bannery. Použili jsme textovou a responzivní grafickou reklamu, která se zobrazovala lidem ve vybraných regionech. Náš tým online specialistů se postaral o správu sociálních sítí a kampaň na webu. Na samotnou akci jsme museli

zajistit spoustu reklamních předmětů, o což se postaralo naše produkční oddělení. Vytipovali jsme vhodné dárky a ceny do soutěží. Jednalo se o klíčenky (lanyardy), batohy, medaile, trofeje, trička apod., na které jsme aplikovali jednotný grafický vzor, který byl s celou akcí propojen. V samotném areálu jsme rozmístili kompletní navigační systém, aby byla orientace po rozlehlém závodišti co nejsnazší. Přímou na místě jsme nechali postavit pódium, na kterém se během dne vystřídalo několik účinkujících. Celé dění na pódii potom přenášel kameraman na dvě LED obrazovky. Hlavním moderátorem akce byl Vlasta Korec, který dokázal návštěvníky správně naladit.

SCHOTT



LETEM SVĚTEM SE SCHOTTEM

Stalo se to přesně 10. ledna. Ten den pršelo, místo aby sněžilo, a tma byla v podstatě celý den. Přesto naši kancelář rozsvítila jedna poptávka. Přišla od společnosti SCHOTT a týkala se vytvoření nabídky na oslavu 25 let společnosti. Mělo se jednat o dětský den + sportovní den + oslavu výročí tak, aby si každý zaměstnanec našel to své a chtěl se akce zúčastnit. Dostali jsme i předběžný termín, počet hostů a rozpočet akce.

Těto příležitosti jsme se chytili tzv. „za pačesy“ a pro klienta připravili nabídku s trefným názvem **LETEM SVĚTEM SE SCHOTTEM**.

Na začátku bylo potřeba připravit celý koncept akce. Zabavit děti a zároveň vymyslet něco zajímavého pro dospělé. Tedy udělat celý den tak, aby se opravdu nikdo nenudil. Další důležitou součástí, na kterou se nesmělo zapomenout, bylo jídlo. Všichni se musí dobře bavit, ale hlavně musí být najedeni.

Po prvních dvou schůzkách u klienta jsme věděli, že je akce „naše“. S realizačním týmem společnosti jsme si padli do noty a sedli si i lidsky – to je jedna z nejdůležitějších věcí. Být na stejné vlně a pochopit, co přesně od vás klient očekává, je nejdůležitější. A to se nám podařilo. Po podání ruky jsme tedy zasedli ke strojům a začali celé akci dávat tvář. V centru pozornosti stály děti. Připravili jsme pro ně proto několik stanovišť, kde na ně čekaly záložní úkoly. Některé se týkaly fyziky a jiné logických dovedností. Za každé splnění stanoviště obdržely děti razítko do hrací karty a za její vyplnění dárek. Dále mohly využít bohatý program na pódii a v celém areálu akce. Například na autodromu, skákacích hradech, bungee runningu, zaskákat si na obřím terči jako mouchy nebo si zadovážet v okolí pódia spolu s Wikim a jeho žlutými kamarády.

V 18. hodin jsme ukončili dětský den a hned po proslovu pana ředitele začal program pro dospělé. Ti se mohli proletět kolem světa díky jídelním workshopům. Sami

si vyzkoušeli přípravu japonského sushi, amerických hamburgerů, indických placek a poznávali německé pivní speciály. Na pódii je při tom bavily takové hvězdy jako moderátor Jakub Kotek, zpěvačka Helena Zeťová či Voxel. Své umění předvedli kluci ze streetworkoutového sdružení a mikromág Damian, který díky svému kouzelnickému umění motal hlavy nejen dámám, ale i přítomným pánům. Večer potom završilo vystoupení ABBA revival spolu s ohnivou show v podání uskupení Postrpoi.

Kromě tvorby a zajištění programu bylo důležité vymyslet jednotnou grafickou linku, která by celou akci i provázela. Vytvořili jsme úvodní informační pozvánku pro celý den. Dále jsme ji použili na: tvorbu A1 programů do áčkových klip rámců, mapy areálu, na hrací kartu pro dětskou soutěž, diplom pro děti, poukazy na jídlo, označení stanovišť označení workshopů atd.

REFERENCE



ZMĚNA DESIGNU SE NESE NA RŮSTOVÉ VLNĚ, TRŽBY STOUPAJÍ

Prodejna v Sezemicích byla otevřena jako pilotní projekt na konci roku 2017 a podle prvních čísel je důvod k optimismu. Prodejna byla přemístěna do nových prostor, které jsou však o třetinu menší, než ty původní. Dřívější prostory využila jiná síť maloobchodních prodejen, která v Sezemicích otevřela svou první pobočku. Ani tato skutečnost se nijak negativně neprojevila. I přesto, že se prostory zmenšily a přibyla konkurence, došlo ke zvýšení tržeb.



Celá prodejna se nese v duchu zbrusu nového konceptu, který se kromě příjemného vzhledu s využitím přírodních materiálů obrací za nejnovějšími trendy v oblasti prodeje potravin. Nabízí čerstvé masné a mléčné výrobky z obslužného úseku. Součástí prodejny je také teplý pult, kde si zákazníci mohou dát například párek v rohlíku, grilované kuře nebo třeba čerstvou obloženou bagetu. Tyto úseky jsme odlišili díky 3D nápisu, který je vyroben z 20mm PVC. Písmo je následně stříkáno do šedé barvy a připevněno pomocí jeklové konstrukce.



✉ NAPSALI NÁM

Vážená slečno, Žatečková,

chtěl bych vám touto cestou poděkovat za spolupráci při budování zcela nového konceptu prodejen naší společnosti. Jsme rádi, že se firma JIP, která je na trhu více než 20 let, spojila se společnostmi se stejnými hodnotami. Pevně věříme, že budeme i nadále dobrými obchodními partnery.

Děkuji
M. Lelek
za společnost JIP

NEBOJTE SE UKÁZAT PRAVOU TVÁŘ!

Fotografie na webových stránkách společností představují maličkost, přesto důležitou.

Vaše fotografie mohou ovlivnit vnímání vašich zákazníků, obchodních partnerů nebo fanoušků. Správná a dobrá fotografie vyvolává emoce. Těch lze docílit mnoha prostředky nicméně nejdůležitější je zachovat cit pro přirozenost.

Vznik takové fotografie představuje proces, jehož správný výsledek je v rukou fotografa.



Na fotkách se dá upravovat:

Expozice – nastavuje/opravuje, zda to foťák zkrátka nevyfotil světlejší nebo tmavší, než se vám líbí

Světlost – stejně jako expozice, světlost ale upravuje střední tóny

Světlé tóny, černé tóny a stíny – správná korekce přesně mířená na světlou nebo tmavou část fotky

Úrovně – dovoluje vám nezávisle na sobě zesvětlovat a ztmavovat různě světlé a tmavé partie obrázku.

Jas a kontrast

Sytost a teplota barev



MÁME VÁS NA TRIKU



Firemní a reklamní textil dokazuje prestiž firmy a oddanost zaměstnanců

Není to již o tom, jak všichni z minulosti znáte, že se rozdávají trička s firemním logem. Naopak stále více společnosti obléká do firemního dresu především své zaměstnance. Ať už se jedná o skladníky, mechaniky, obchodní zástupce či management. Reklamní textil je především konfekční záležitostí, tzn. že zákazníci vybírají z katalogů.

Mají možnost si podle účelu reklamy či dárku vybrat styl a druh oblečení, typy barev, materiálu apod. Nejčastěji se na textil umísťují loga nebo motiv dodaný zákazníkem. Nabízíme různé techniky zpracování – standardní sitotisk, nášivku, výšivku aj.

Díky konfekci můžeme využít pestrého řešení firemního textilu. Ten má nesporné výhody – jednodušší doobjednání chybějících kusů pro

nové zaměstnance, levnější pořizovací cenu, rychlejší dodání. Nevýhodou je, že se jedná o textil standardní, řekněme bez nápaditosti ve zpracování.

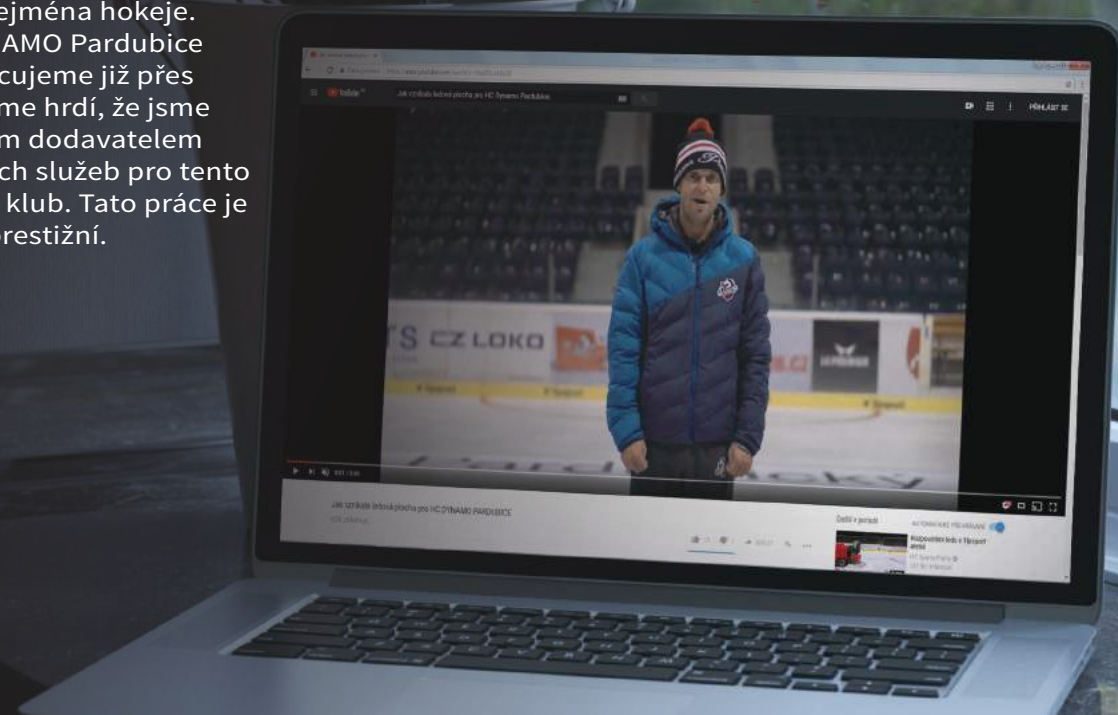
V této chvíli přichází na řadu druhá varianta – zakázková výroba. Oproti konfekci jsou zde nevýhody zřejmé – o něco dražší výroba či delší dodací lhůty. Ale zde je právě důležitá především přidaná hodnota zboží. Představte si, že si sednete s grafikem a začnete si kreslit návrhy oblečení, kterému můžete dát jednotný design od triček přes mikiny, montérky, košile, softshellové či zimní bundy.

A nemáte žádné omezení, vybíráte si z materiálu, barvy nití a barvy knoflíčků, na které můžete dát název firmy, vlastní etiketu, poutko.



REFERENCE HC DYNAMO PARDUBICE

Pardubice jsou městem sportu, zejména hokeje. S HC DYNAMO Pardubice spolupracujeme již přes 10 let. Jsme hrdí, že jsme výhradním dodavatelem reklamních služeb pro tento hokejový klub. Tato práce je pro nás prestižní.



Podívejte se na video z tvorby reklamy na ledě Dynama na Youtube skupiny BARTH: Jak vznikala ledová plocha pro HC Dynamo Pardubice.

Tipsport Extraliga



Memorial Zbyňka Kusého



Vážený pane Cerele,

Hokejový klub Dynamo Pardubice dlouhodobě a spokojeně od roku 2006 využívá služby společnosti BARTH-media. Profesionální přístup je pro nás zárukou úspěšné spolupráce. Společnost dokáže velmi flexibilně řešit požadavky klubu, což je pro nás nejdůležitější.

Na tuto spolupráci se můžeme vždy spolehnout. Poslední realizaci – branding ledové plochy – jste zvládli na výbornou a v rekordním čase. Jsme hrdí, že mezi významné partnery klubu patří i vaše společnost.

Miroslav Novotný
za společnost HC Dynamo Pardubice

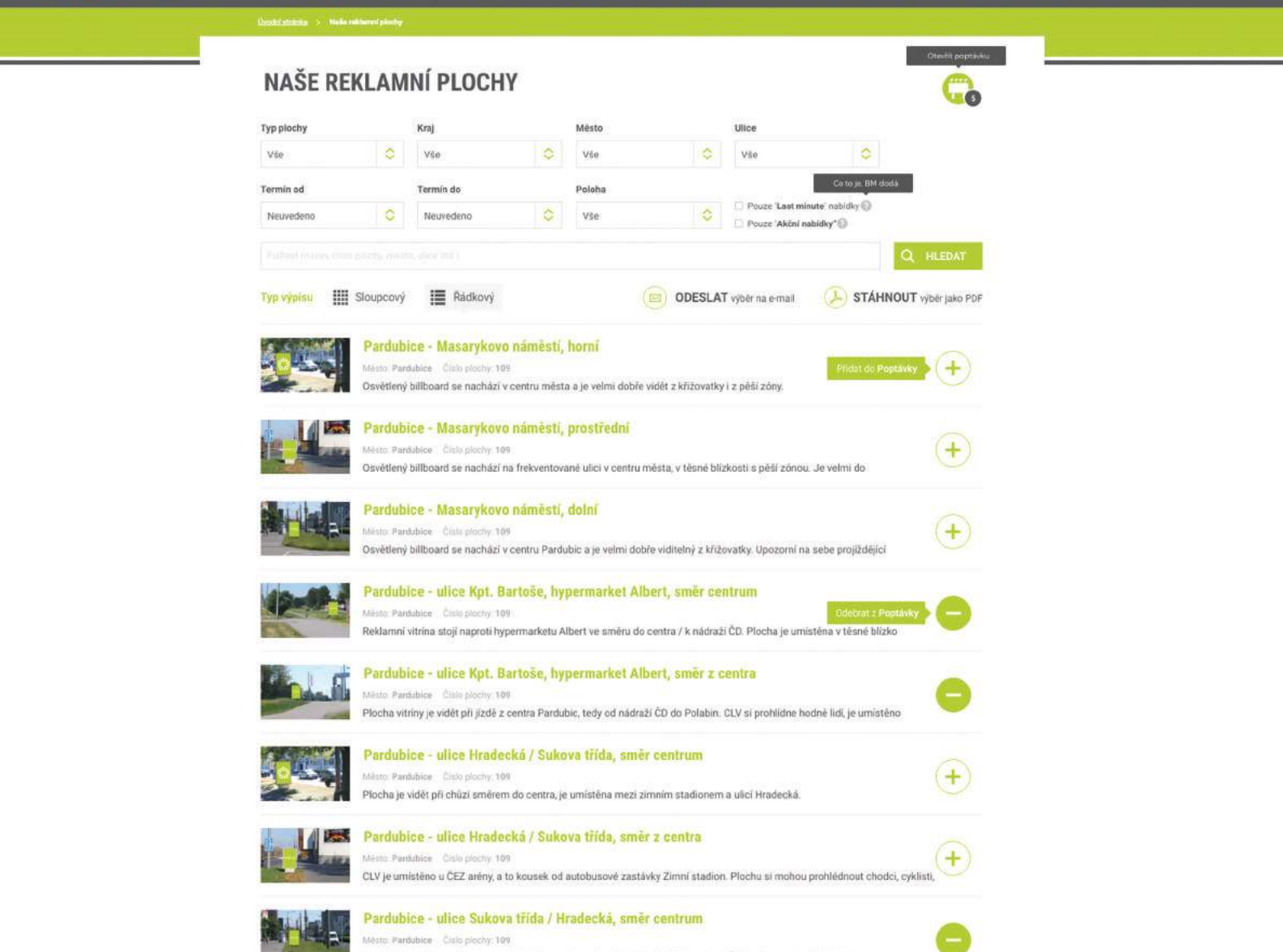
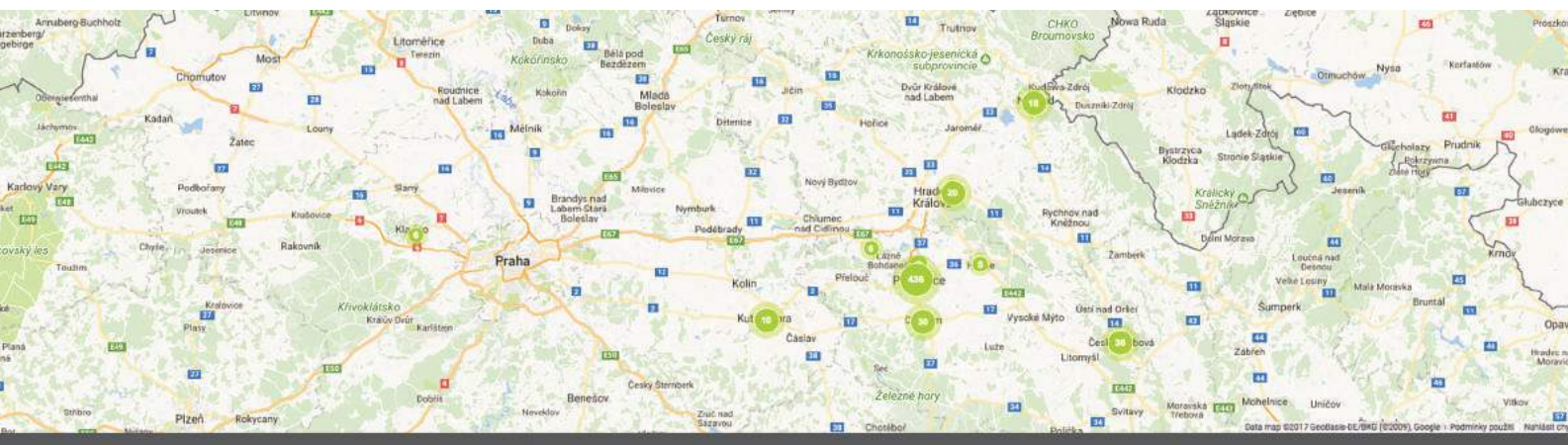


NOVÝ ONLINE SYSTÉM

Chceme vám co nejvíce usnadnit výběr outdoorové reklamy, proto pro vás chystáme nový online systém evidence a výběru ploch.

Co vám přinese a v čem pro vás bude usnadněním?

- **Uvidíte volné plochy na vámi vybrané období**
- **Při výběru konkrétní plochy vám ihned ukáže, zda je volná či nikoli**
- **Okamžitě uvidíte ceny a při výběru více ploch i částku za celou kampaň**
- **Najdete tam přesné umístění plochy vč. GPS souřadnic a její fotografie**
- **Snadno si vytvoříte online poptávku a následně i rezervaci ploch**



NAŠE TECHNOLOGIE ZVLÁDNOU VŠE

Naše tiskové technologie jsou špičkou na českém trhu, a dokážou pro vás vyrobit vše, na co si jen pomyslíte. Vše aplikujeme na nejlepší fólie na trhu a samotný tisk je vyroben z ekologických barev, čímž šetříme životní prostředí. Všechny vytištěné materiály pro vás můžeme zalaminovat, a to jak v lesklé variantě, tak i v matné. Zároveň samolepky tvarově ořízneme na profesionálních řezacích strojích značky Summa.

Vyrobíme pro vás:

- samolepky vč. tvarových ořezů
- okenní one vision fólie
- papírové plakáty
- bannery
- plátna do roll-upů
- plakáty do city-light vitrin
- billboardové plakáty
- potisk backlightové fólie
- a mnoho dalšího...

Nejnovější materiály, které umíme potisknout

- **EasyApply fólie**
- **Transparentní fólie**
- **Tapety a wallwrapové fólie**
- **Lina**
- **Podlahové samolepky**
- **Vlajkovinu a textile**
- **Deskové materiály**





KONTAKTY

☎ 464 645 170

✉ barth@barth.cz

🌐 BARTH-REKLAMKA.cz

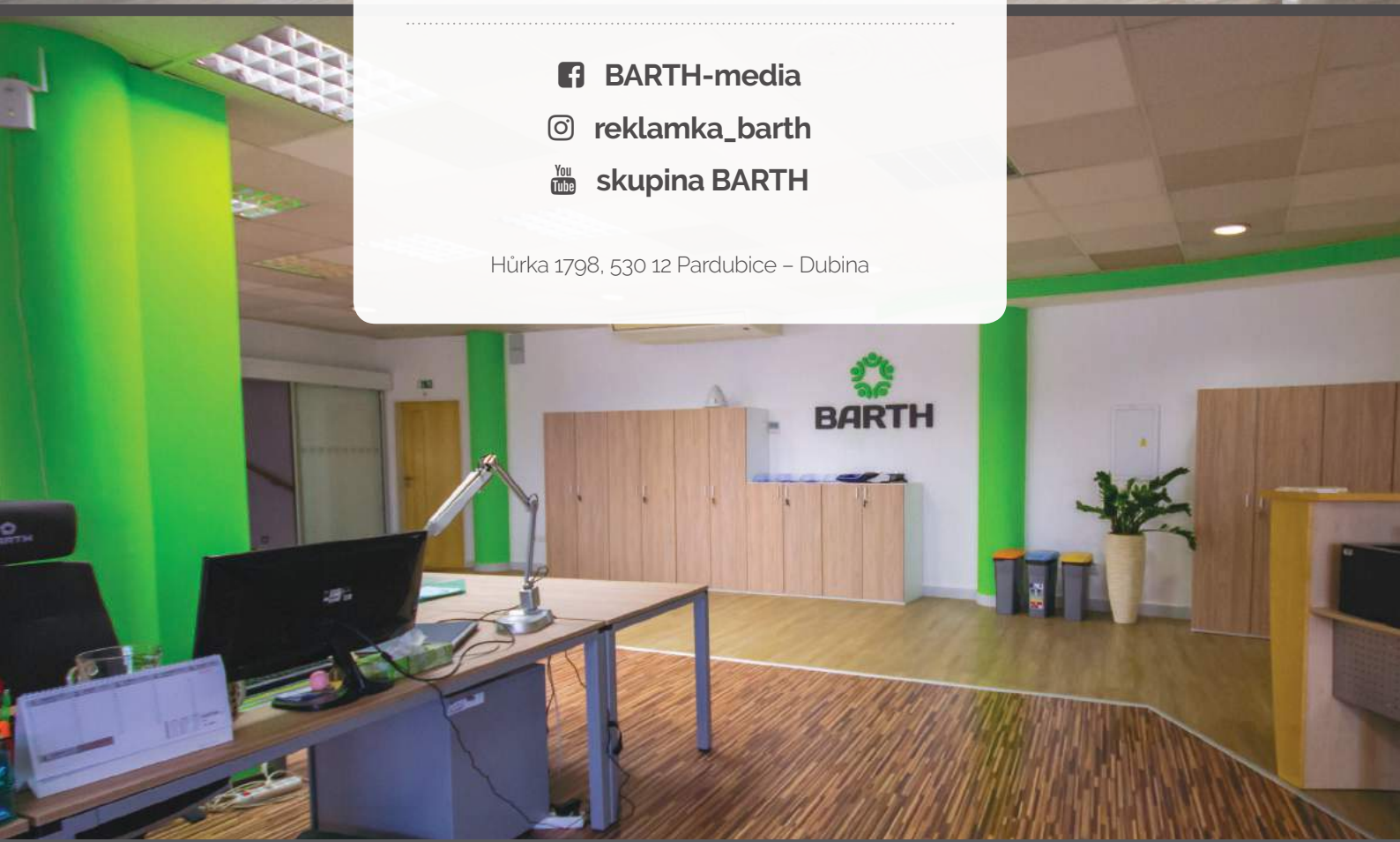
🌐 POLEPIMECOKOLIV.cz

📘 BARTH-media

📷 reklamka_barth

📺 skupina BARTH

Hůrka 1798, 530 12 Pardubice – Dubina



...neobyčejná reklamka!



Vánoce, dárky, polepy a Reklamka Barth

Jak si navodit správnou vánoční atmosféru? Zkuste dekorace.

Vánoce spojujeme s obdobím klidu a pohody a označujeme je za nejoblíbenější svátky v roce. V pracovním jazyce to znamená ukončit jeden rok, naplánovat následující a spoustu dalších povinností. Složte si „vánoční mozaiku“ pomocí dekorací doma i v práci. U nás představuje výroba

a umísťování dekorací oblíbenou aktivitu, u které se sejdeme všichni, a společně tak vytvoříme příjemné pracovní prostředí. Díky nepřebernému množství fólií a řezacímu plotru pro vás vytvoříme samolepky na dveře, stoly, okna, květináče.



Udělejte radost
DÁRKOVÝM KOŠEM
na míru



Vytipovali jsme je pro vás několik super dárků a hezky pěkně je "rozškatulkovali" do zajímavých kategorií. Pojďte si je prohlédnout, než se plně ponoříte do podzimních povinností a již tradičního každoročního předvánočního shonu. Každý rok je to stejné, jeden rok se musí uzavřít a nový dopředu naplánovat. Známe to také, proto jsme letošní prázdninové slunné období věnovali surfování ve virtuálním světě a vybírali z nejlepší dodavatelů. Těch, kteří nabízejí originalitu, funkčnost nebo dávají "zajetým" věcem nový design.

Pro sportovce



Pro milovníky hudby



Pro milovníky Vánoc



Vychytávky do kapsy

