Несомненно, что директора и сотрудники каждой молодой фирмы, собирающейся или уже начавшей заниматься изготовлением наружной рекламы, задавались вопросом, а каким же объектам и материалам стоит отдать предпочтение? Что изготавливать в первую очередь и что будет пользоваться постоянным спросом?

Ведь, как известно, на рынке наружной рекламы присутствует огромное множество конструкций и материалов, начиная от простеньких рекламных табличек и щитов и заканчивая сложнотехнологическими световыми вывесками, созданными на основе различных световых коробов, с применением новейших технологий, например, неоновой газовой подсветки.

В первую очередь, необходимо отталкиваться от статистических данных , полученных специально для этого, - нужно знать и понять, какое выражение своих проектов и мыслей хотят видеть заказчики, и на что , несомненно, будут реагировать те люди, для которых эта реклама и создается.

Во-вторых, необходимо определиться, какая рекламная продукция будет ближе к оптимальной по соотношению цены и качества.

И в-третьих, оценить и проанализировать (естественно, с привлечением необходимых специалистов) действия и приоритеты будущих конкурентов, дано работающих на рынке рекламы (в том числе и наружной).

Только определив для себя данные позиции и выработав стройную концепцию будущего направления работы. Можно смело вступать в бой за свое «место под солнцем».