

# Возможности ДОООН сейчас и в будущем

# DOOH VK — гибкий и доступный канал продвижения для любого бизнеса



Федеральные  
рекламодатели

01



Средний и малый  
бизнес

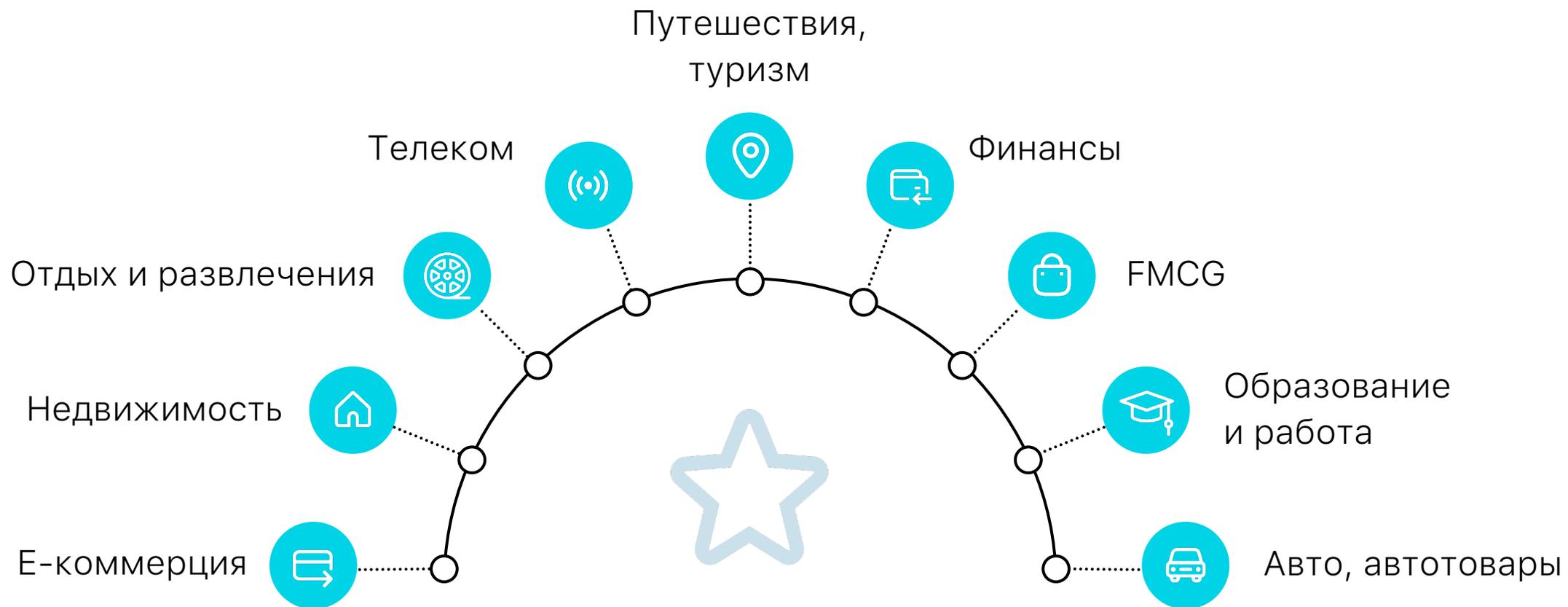
02



Диджитал-агентства,  
в том числе  
региональные

03

# Топ отраслей, инвестирующих в DOOH VK



# DOOH и динамический креатив

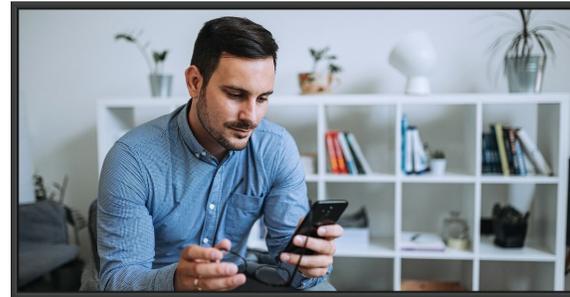
В рамках одной кампании мы можем задействовать инфлюенсеров, форматы и сообщения, которые максимально релевантны целевой аудитории бизнеса

**Пример:** реклама услуг сотового оператора для широкой аудитории

**Механика:**

- сегментация аудитории в режиме реального времени согласно теории поколений
- создание вовлекающего креатива, который откликнется у ЦА

Миллениалы



Федеральный селебрити

ЦА: 30-40 лет; М., Ж.  
Средний и высокий доход

Тарифы для бизнеса

Поколение Z



Интернет инфлюенсер

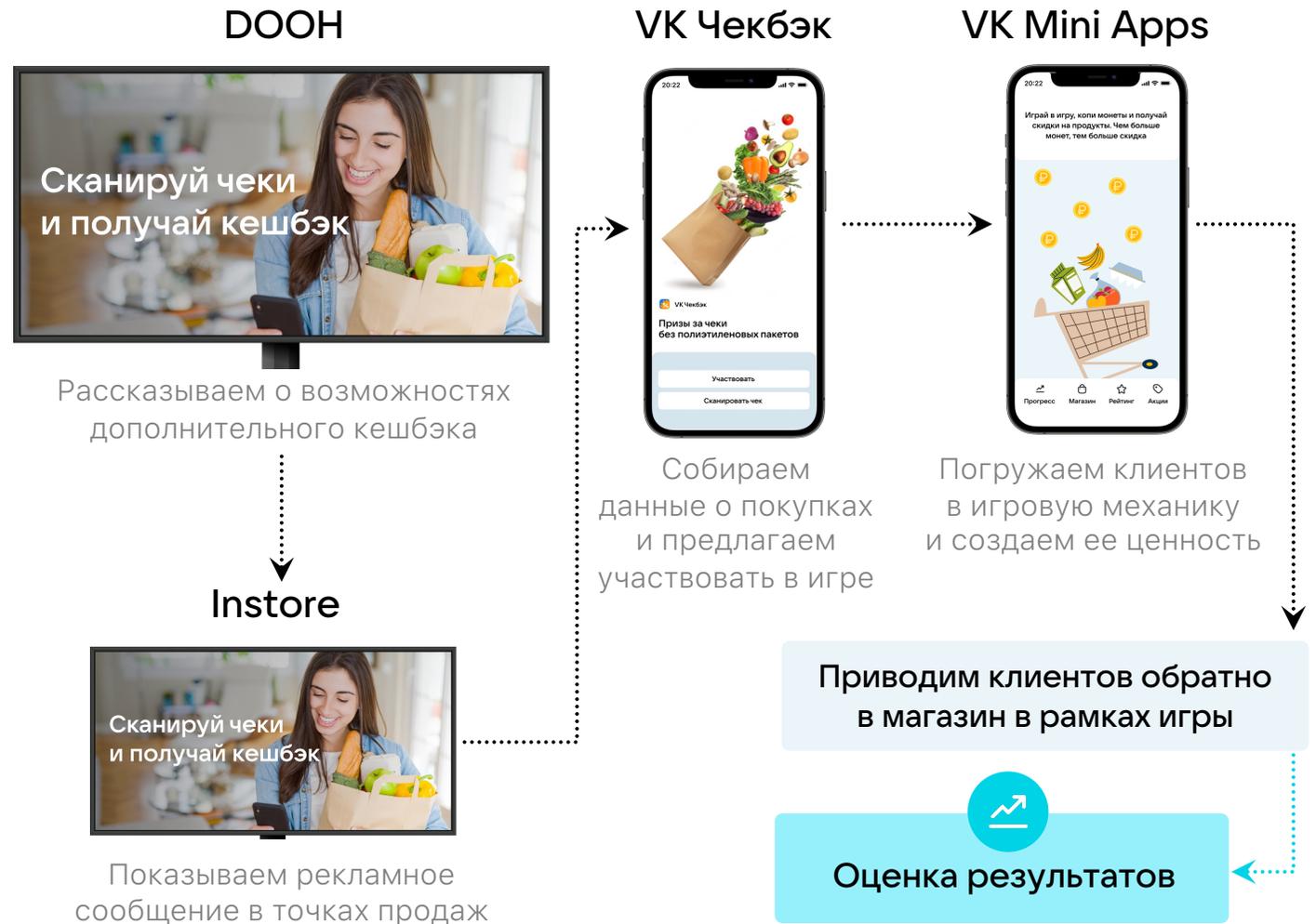
ЦА: 18-25 лет; М., Ж.  
Студенты и молодые специалисты

Молодежный тариф

# DOOH как инструмент геймификации

Геймификация — эффективный инструмент для работы с широкой аудиторией. Интеграция этой механики с DOOH позволяет переносить проекты из онлайн в офлайн

Для клиентов из FMCG будет интересна коммуникация на всех этапах маркетинговой воронки: охватные кампании в DOOH, использование медиаэкранов в торговых точках, геймификация взаимодействия с пользователями. Этот подход позволяет создать дополнительную мотивацию к покупке и работать с уже сформированным спросом

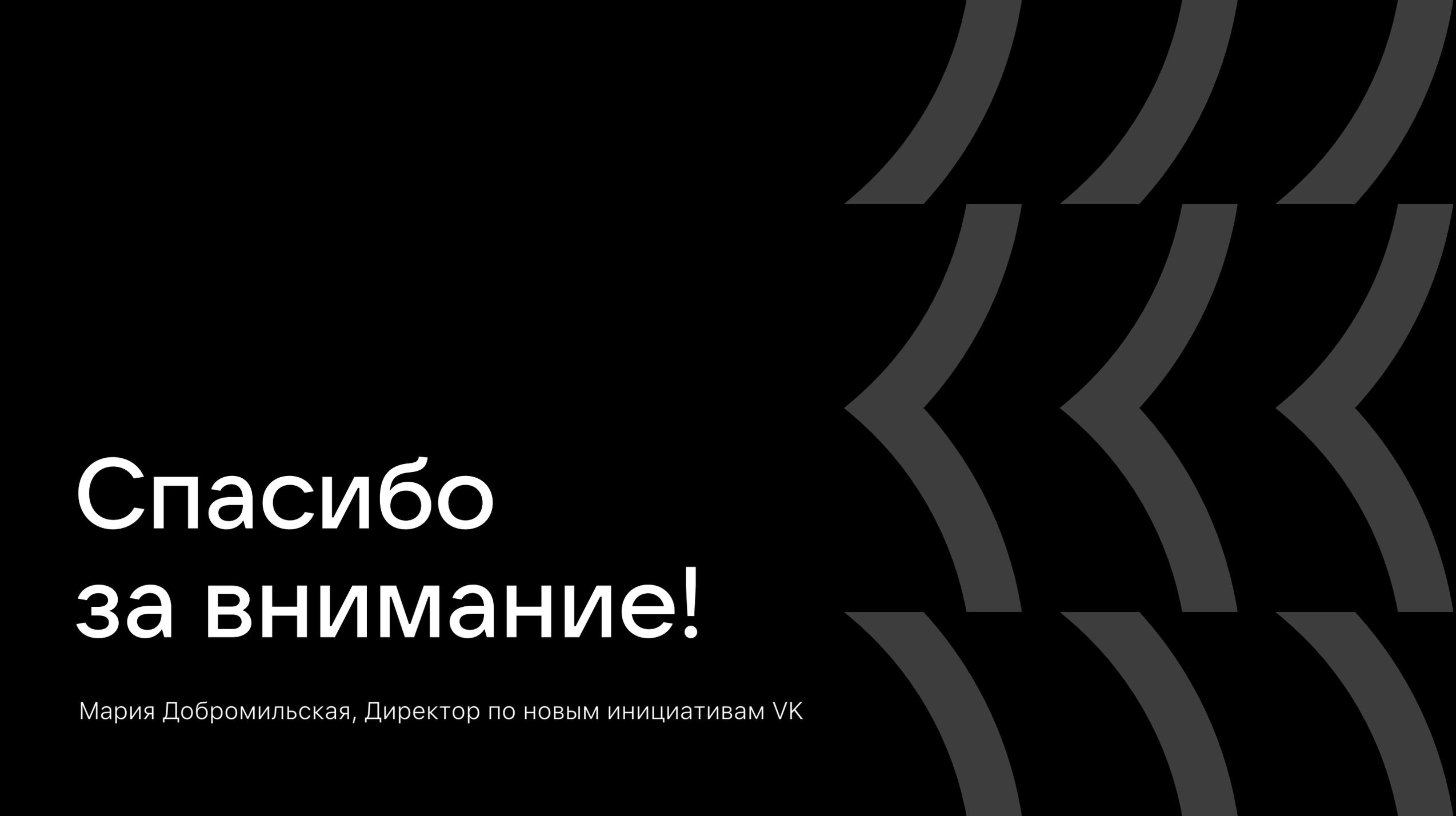


# DOOH в омниканальных кампаниях

Раскрыть дополнительный потенциал DOOH можно с помощью связки с другими инструментами VK

Для клиентов, которым важно работать с персонализированным сообщением (например, банкам), programmatic DOOH VK поможет решать задачи по построению охвата и активации аудитории





Спасибо  
за внимание!

Мария Добромильская, Директор по новым инициативам VK