

Возможности ДОООН сейчас и в будущем

DOOH VK — гибкий и доступный канал продвижения для любого бизнеса



Федеральные
рекламодатели

01



Средний и малый
бизнес

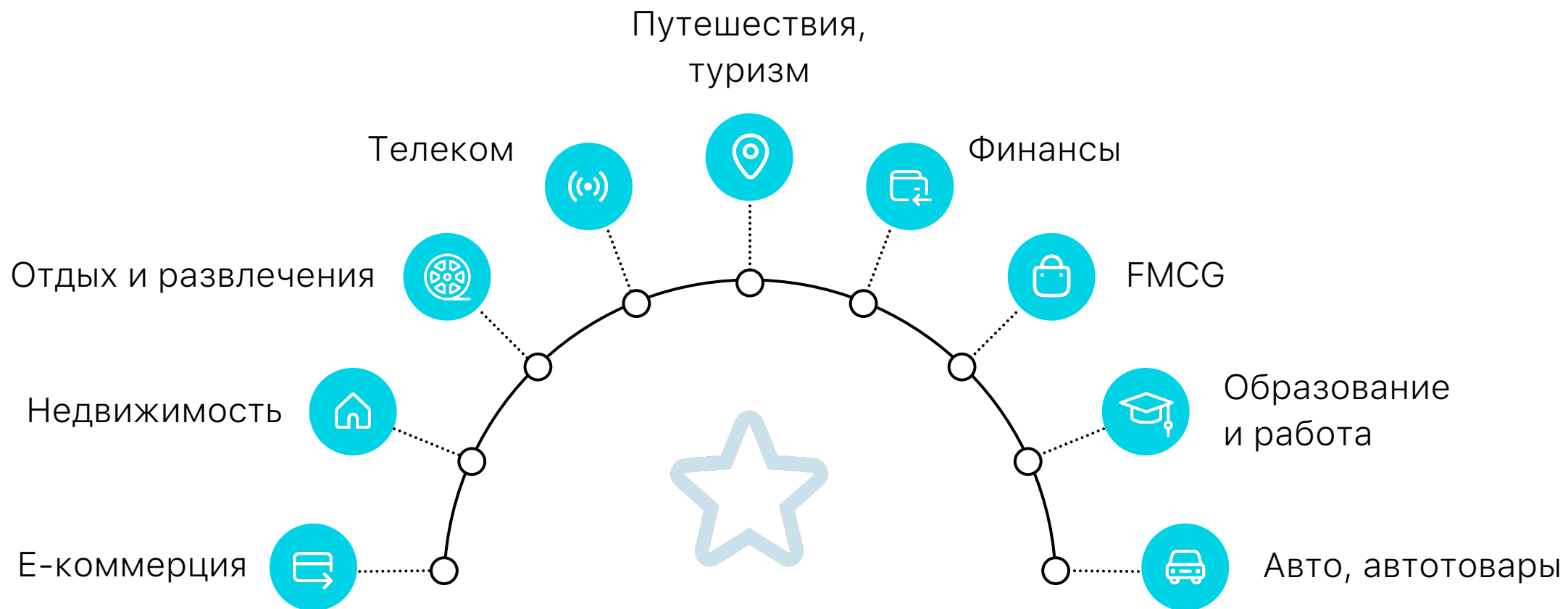
02



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

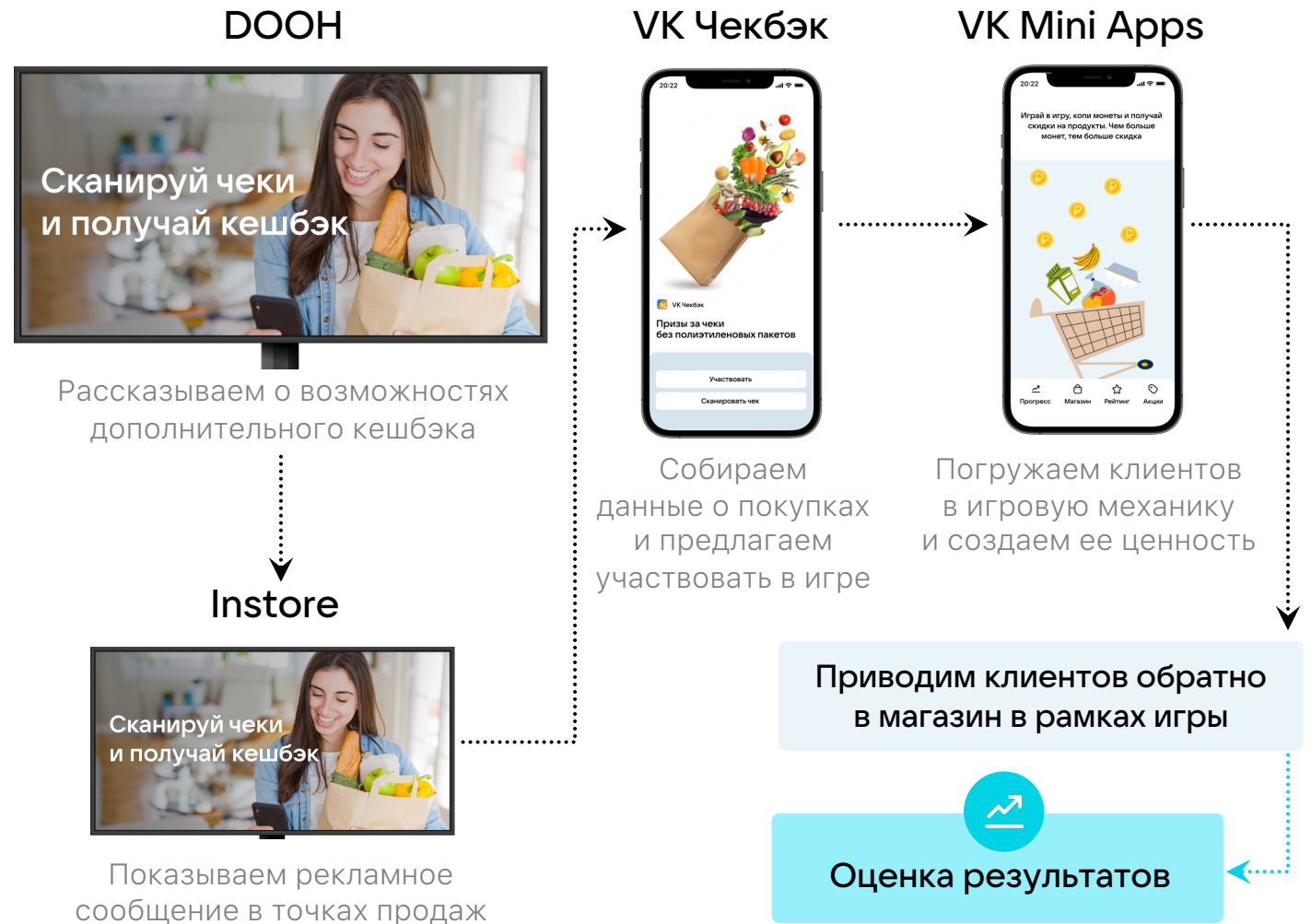
ЦА: 18-25 лет; М., Ж.
Студенты и молодые специалисты

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