

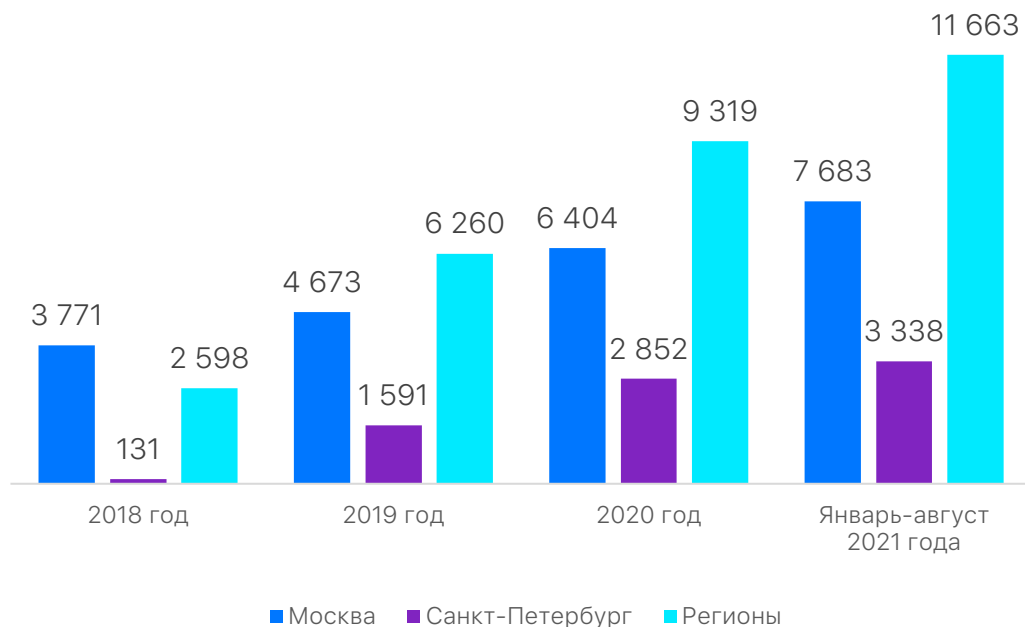
Тренды развития цифровой наружной рекламы

Мария Филина

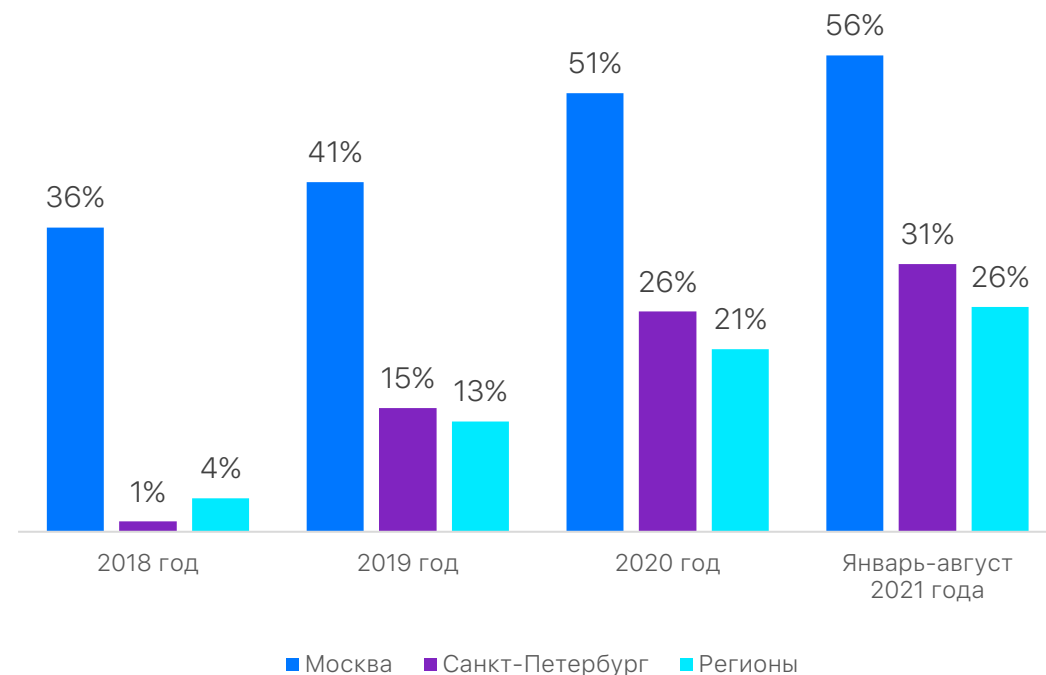


DOOH – главный драйвер рынка наружной рекламы

Динамика роста рекламных поверхностей



Доля рекламных затрат на диджитал-инвентарь в ООН



Оценка Admetrix. 50 городов России. Суммарное и среднегодовое количество цифровых поверхностей по стандартным форматам (щиты 3x6, суперсайты, ситиборды, пиляры, сити-формат (без учёта остановок "Мосгортранса"))
Период: январь 2018 - август 2021

Предпосылки развития programmatic-решений в DOOH

1

Рост числа цифровых поверхностей

2

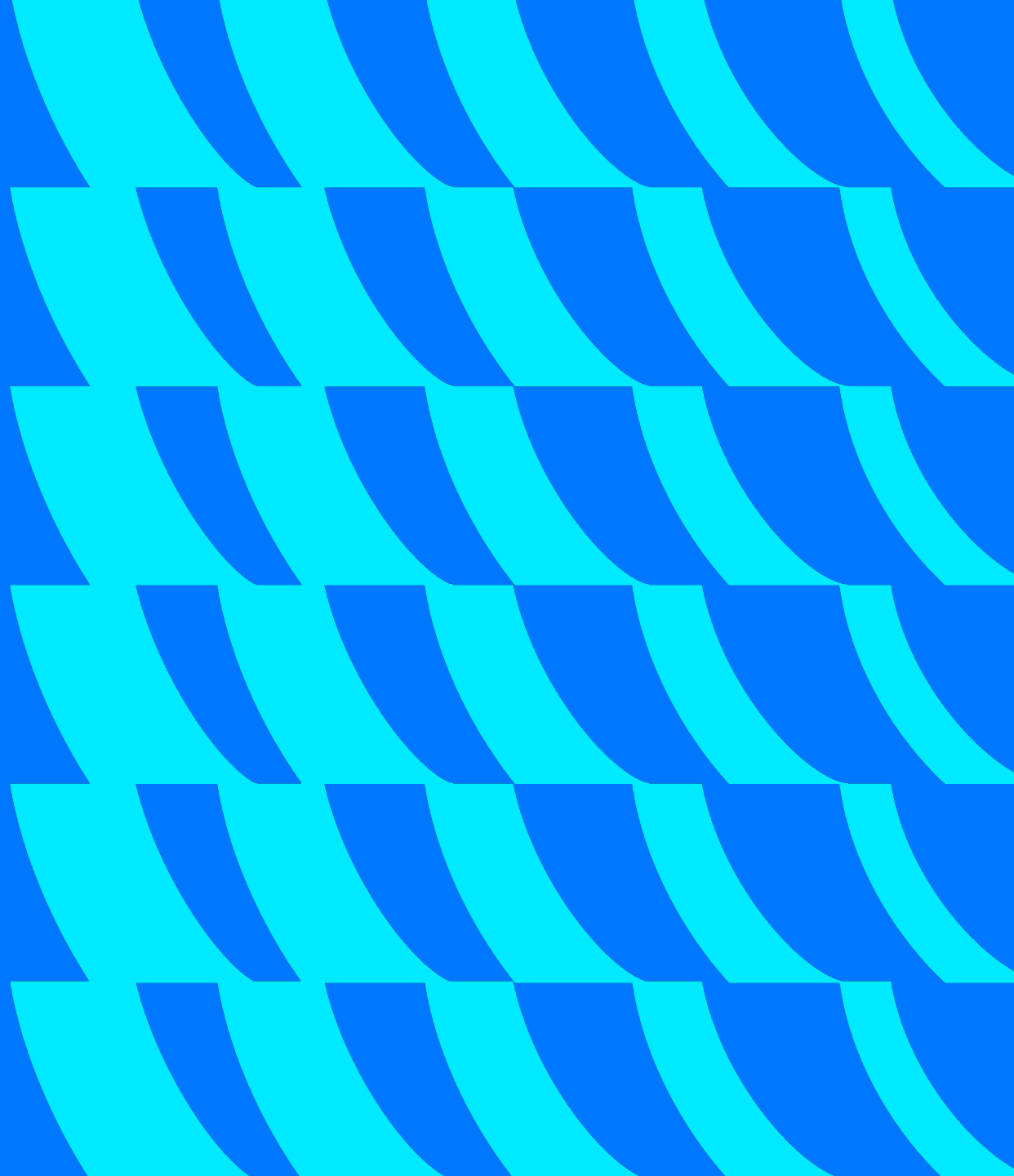
Гибкие и технологичные системы трансляции контента

3

Агрегация и анализ данных в режиме реального времени



Тренды



Синергия игроков рынка

Для федеральных операторов – расширение партнерского инвентаря в регионах

Для региональных и локальных операторов
- доступ к бюджетам федеральных рекламодателей и к ресурсам крупных операторов

Примеры:

- партнерская программа Russ Outdoor
- партнерство Gallery с «Дизайнмастер»
- создание федеральной партнерской сети медиагруппой РИМ

Цифровизация рынка



Расширение партнерств
с технологическими
игроками



Рост технологической
экспертизы в индустрии



Развитие технологий
и решений в области
данных

Самостоятельный запуск кампаний



myTarget – платформа для запуска кампаний в онлайн и офлайн (в наружной рекламе и в торговых точках) и оценки эффективности продвижения

Доступность канала для СМБ

- ✓ Снижение порога входа
- ✓ Простой запуск
- ✓ Доступность инвентаря

Аналитика и контроль кампаний в реальном времени

- ✓ Доступ к статистике кампаний на ежедневной основе по каждой поверхности
- ✓ Быстрое принятие решений по оптимизации

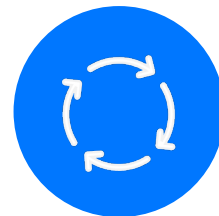
Трансляция контента на базе данных

- ✔ Возможность опираться на данные в режиме реального времени при показе релевантного контента
- ✔ Максимизация охвата целевых пользователей
- ✔ Рост эффективности

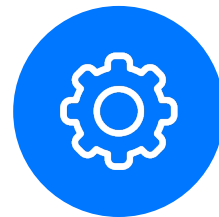
Расширенные возможности таргетирования



Таргетинги по времени
суток и дням недели



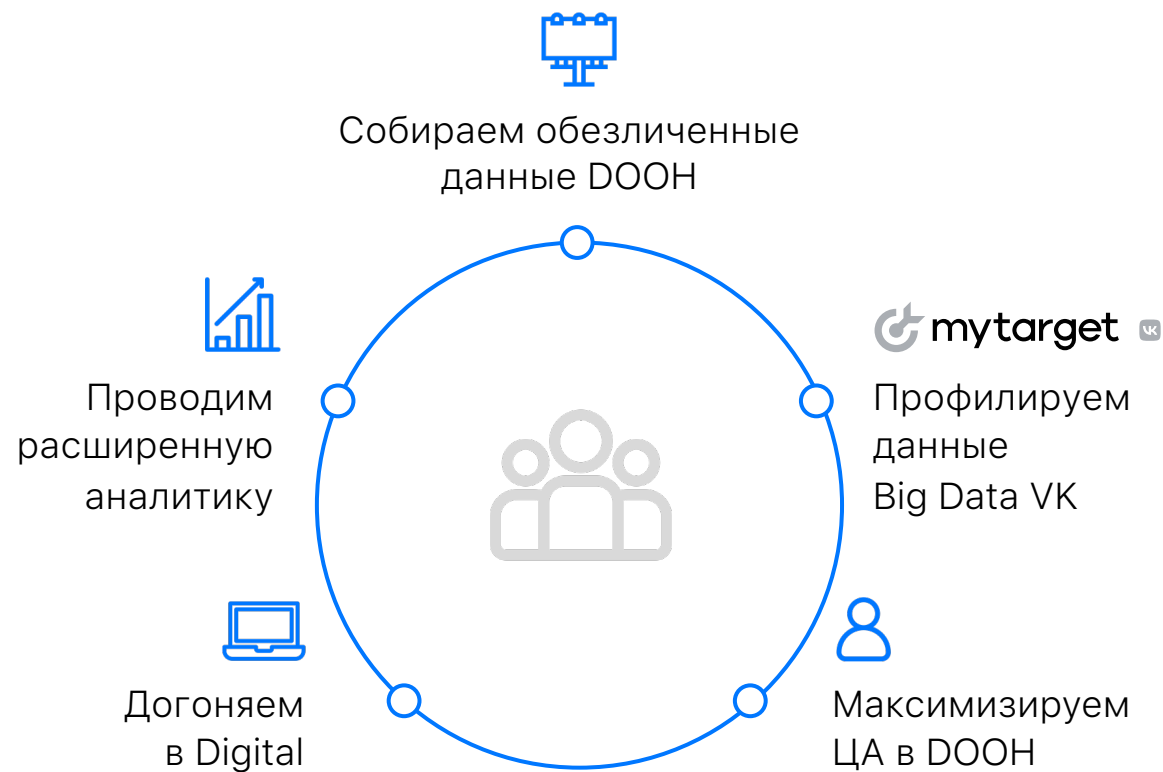
Таргетинги по изменениям
в окружающей среде
(погода, пробки и тд.)



Таргетинги на внешние
сегменты / триггеры

Оmnиканальность

Цифровая наружная реклама эффективно работает в миксе с продвижением в интернете



Оценка влияния на конверсии

- ✓ Офлайн-конверсии (доходимость)
- ✓ Онлайн-конверсии
- ✓ Заявки
- ✓ Установки приложений
- ✓ Продажи (UpSale)

Programmatic DOOH

Сложности

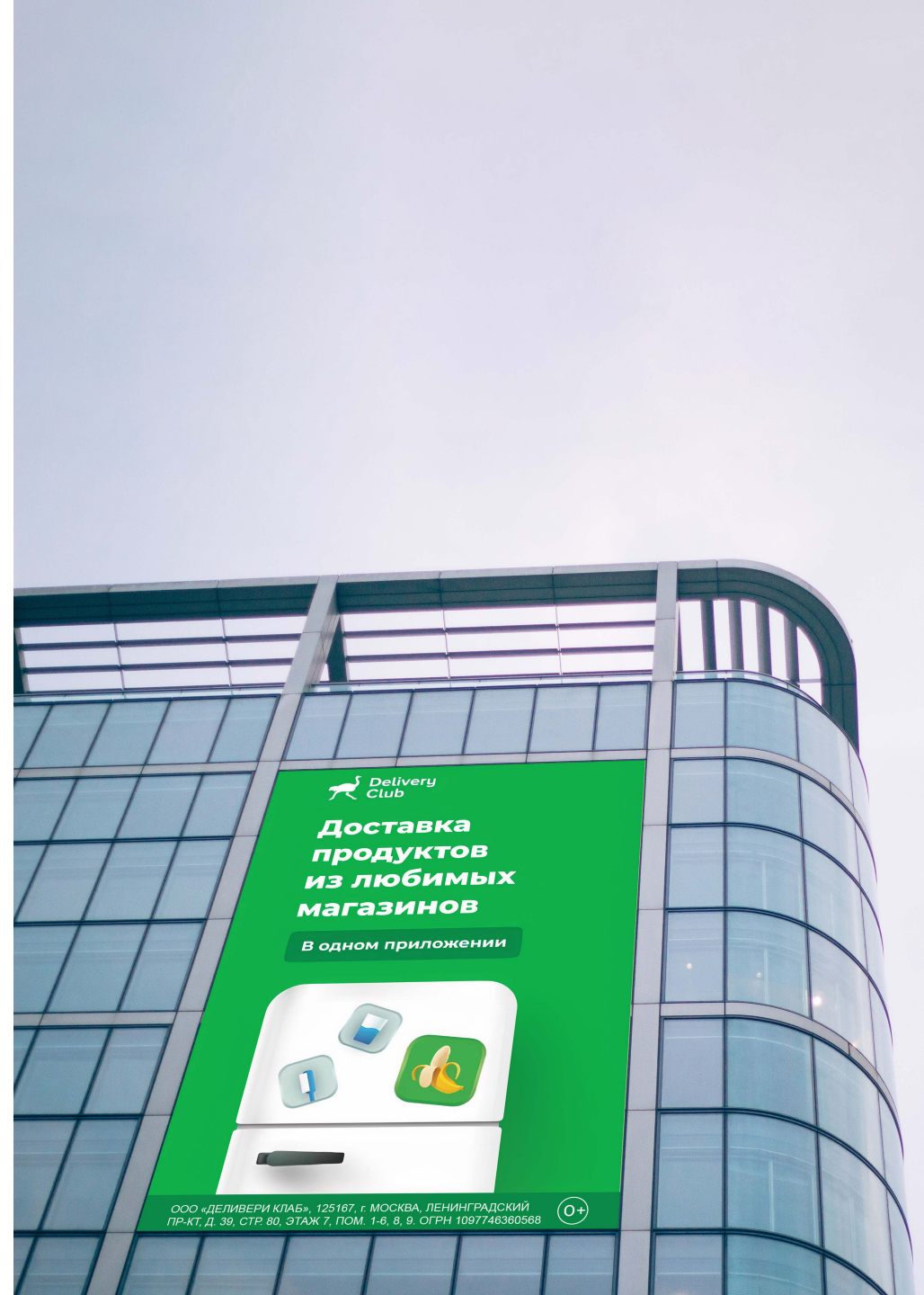
- 1 Низкий уровень доверия к данным и новым решениям
- 2 Отсутствие понимания у СМБ специфики медиа
- 3 Сложности в создании креативов (СМБ)



Programmatic DOOH

Решения

- 1 Прозрачный диалог участников рынка и развитие инструментов верификации
- 2 Объединение игроков для инвестиций в обучение рынка
- 3 Разработка простых инструментов для создания и адаптации креативов





Спасибо
за внимание!

Мария Филина