

ПРОТОТИП НОВОГО МЕДИА



Владимир
Морковин

Руководитель стратегического
направления СберМаркетинг



Константин
Остриков

Заместитель
генерального директора





**СберМаркетинг
всегда стремится
находить новые
эффективные
коммуникационные
решения**





**ЗАДАЧА:
привлечь
максимальное
количество
участников
масштабного
мероприятия**





**Зачастую
эффективнее
не вести человека
к контенту,
а донести контент
до человека там
и где ему будет
удобно**





**Крупный формат
цифровых экранов
отлично решил
стоящие перед
нами
коммуникационные
задачи**





Федеральный оператор
наружной рекламы

ТОП-3 ОПЕРАТОРОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

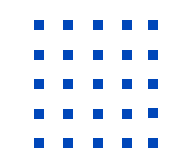
по данным AdIndex

№1 РЕКЛАМНОГО РЫНКА РОССИИ ПО ПЛОЩАДИ ЦИФРОВЫХ НОСИТЕЛЕЙ В СЕГМЕНТЕ «МЕДИАФАСАДЫ»

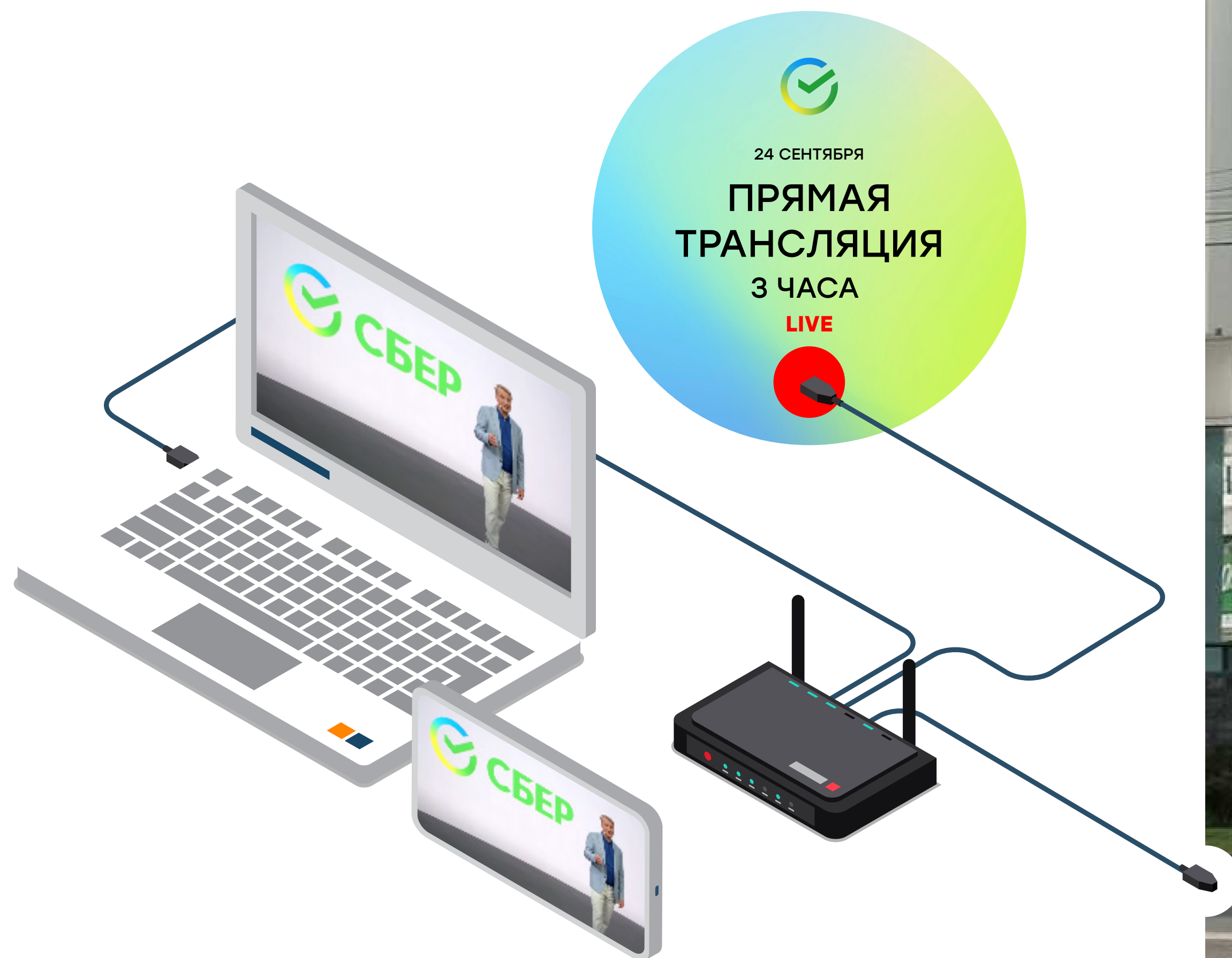
по данным AdMetrix. 2019 г.

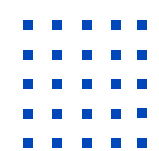


ОПЕРАТОР НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ №1

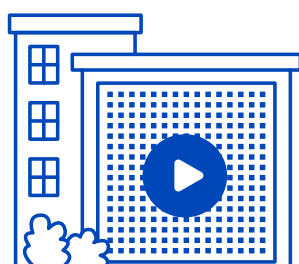


DOOH – МЕДИА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

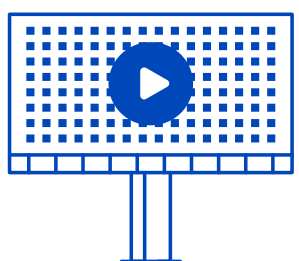




МЕДИААКТИВЫ



**Уникальная сеть
медиафасадов
в ключевых регионах
России**



**Охватная сеть
Digital-суперсайтов
в Москве и Московском
регионе**



ПЛАН МЕДИЙНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ДООН

1 этап

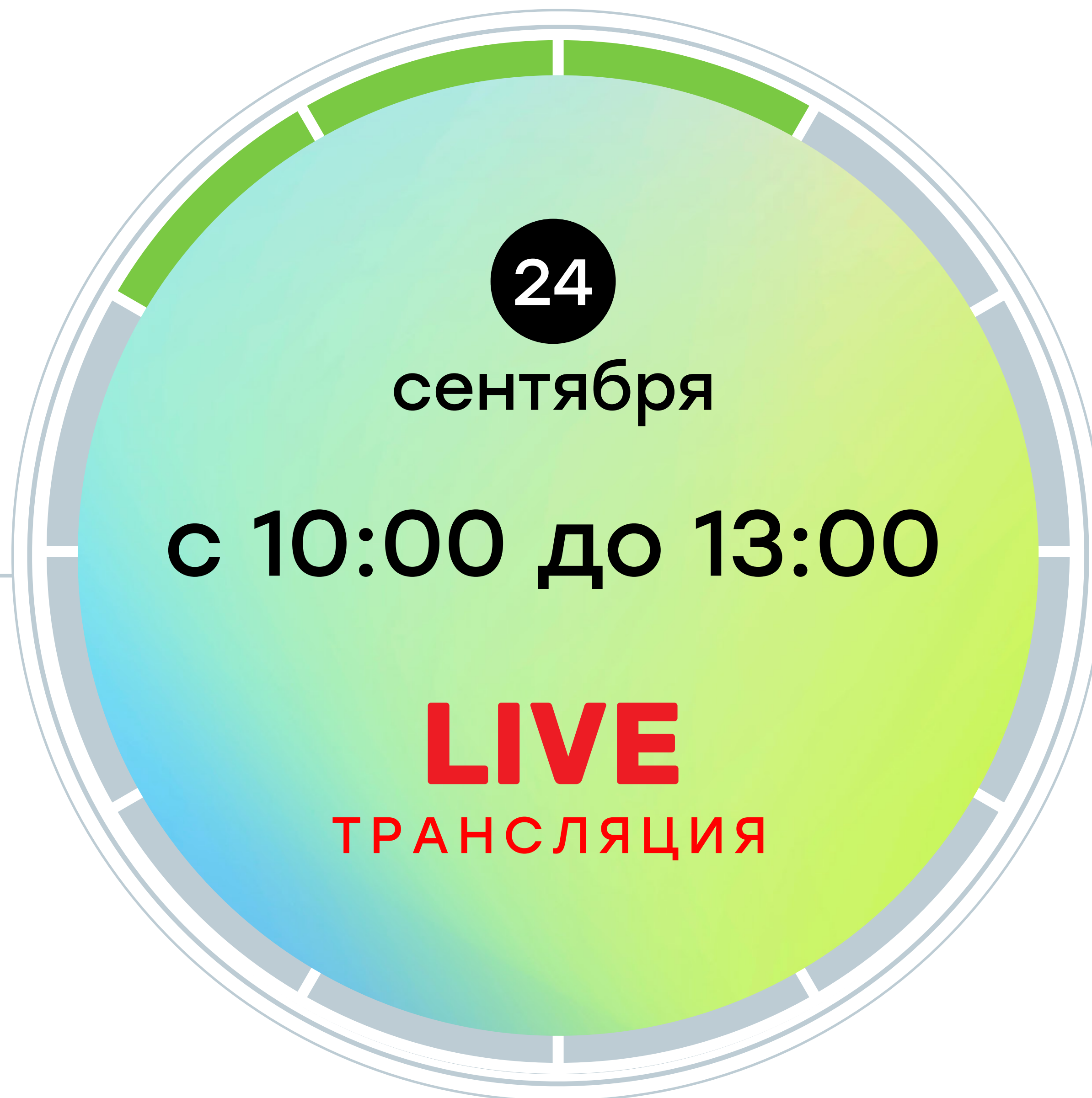
АНОНС

2 этап

ЭКСКЛЮЗИВ

3 этап

ПОСТКАМПЕЙН



МЕДИАПОКАЗАТЕЛЬ
за 2 дня эксклюзивного
размещения



OTS
(средний по всем измерителям)

25,5
млн

* OTS (opportunity to see) – показатель, используемый
в медиапланировании; позволяет оценить общее
количество контактов в численном выражении (в чел.)



СБЕР И МАЕР ПОКАЗАЛИ ПРОТОТИП НОВОГО МЕДИА



 **ВОПЛОЩАЕМ В ЖИЗНЬ
САМЫЕ СМЕЛЫЕ ИДЕИ**

