

outdoor airport



Russ
All Out-of-Home

transit indoor

В. Кан, О. Туманов

VK WOW: МАРКЕТИНГ УДИВЛЕНИЯ ВИРУСНЫЙ НЕСТАНДАРТ НА СЛУЖБЕ МЕДИА

DOON СЕГОДНЯ



>50
городов
присутствия



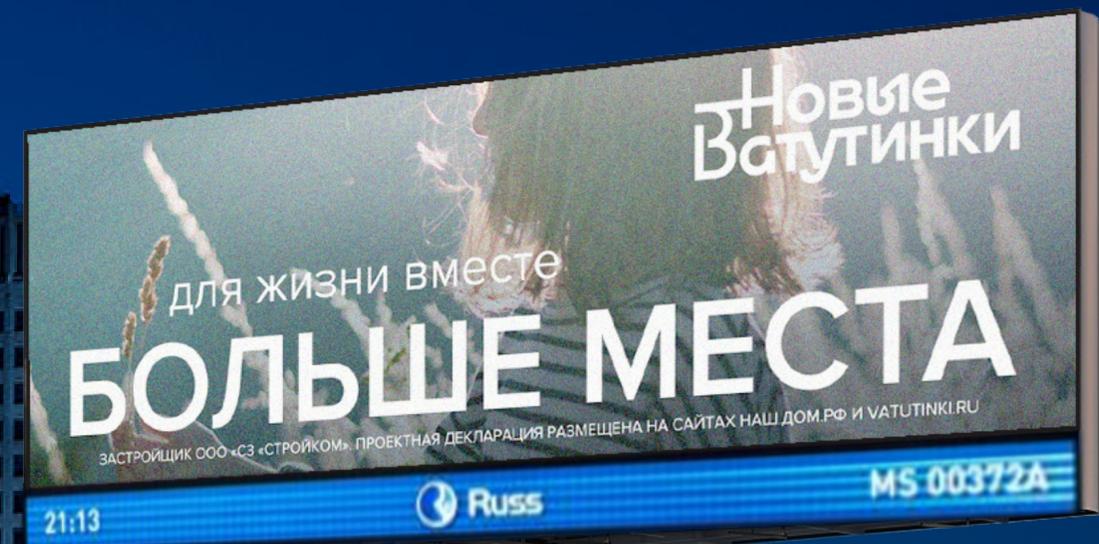
55 тыс.
цифровых
поверхностей
(и это только улицы!)

+56%

доля
выручки
DOON

ГРАНИЦЫ DIGITAL-KOMМУНИКАЦИЙ СТЁРЛИСЬ

За пределами дома / офиса
сформировалась цифровое
городское пространство



БРИФ И ПРОДУКТ

Цель:

Построить восприятие VK, как мегабренда со множеством сервисов: VK Play, VK Клипы, VK Знакомства, VK Мессенджер, VK Видео, Маруся, VK Музыка

Бриф:

Сделать лучший ambient 2023 года, который станет бенчмарком рынка



**Техническая
реализация**



**Согласование
с городом**

ЛАЙФХАК: КАК ВЫБРАТЬ ЛУЧШЕЕ

Шорт-лист: вычеркивать по сомнениям и проблемам.
Топ: выбирать за достоинство.

Тут-то и нужен правильно сформулированный пункт брифа, зачем мы это делаем. А мы делали это, чтобы «сделать лучший ambient 2023 года, который станет бенчмарком рынка».

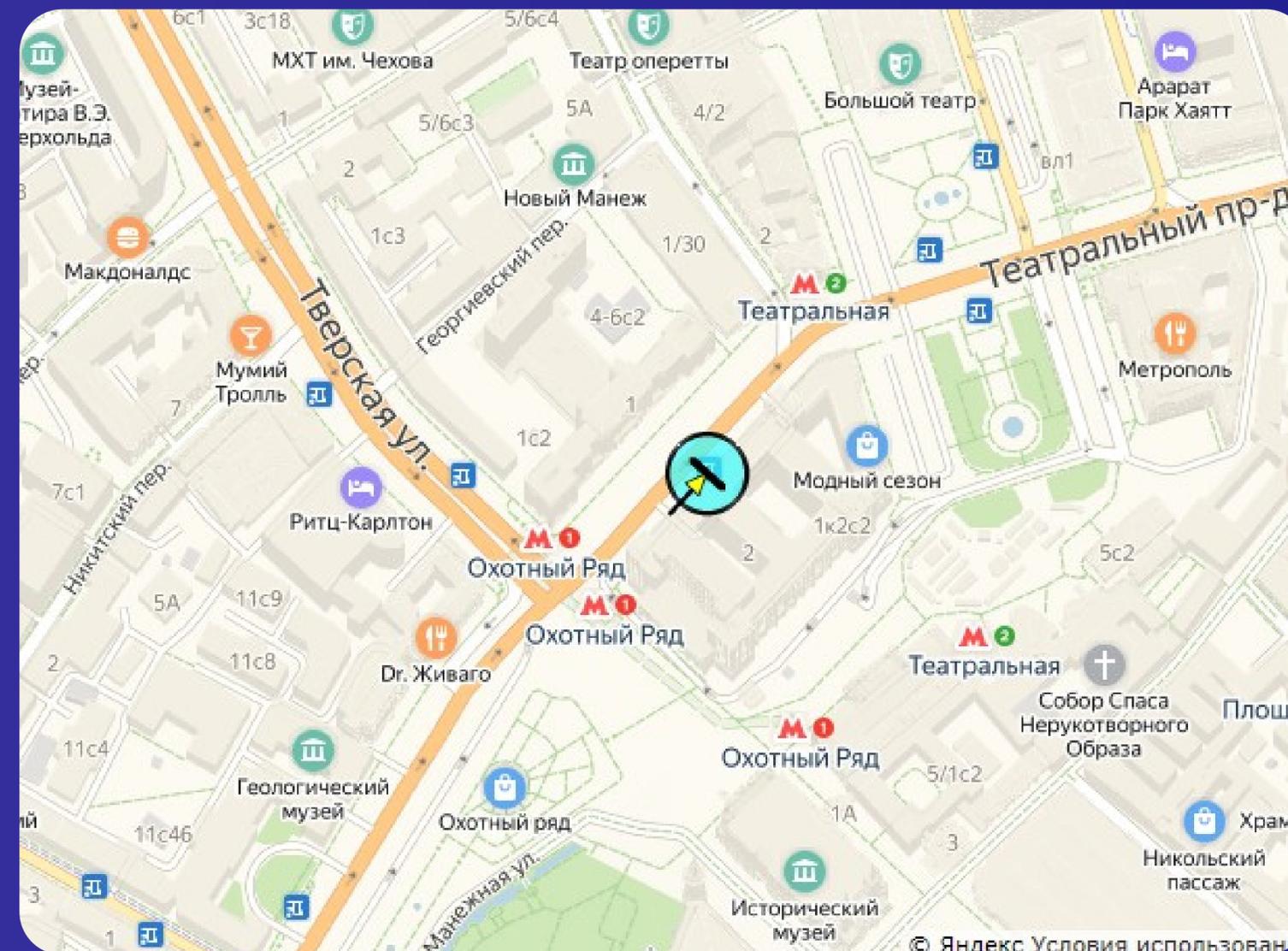
МЕХАНИКА

Прохожие могли выбрать один из трех «товаров» вендинга, посмотреть неожиданную анимацию, удивиться, получить ссылку на плейлист и новогоднее настроение, а также выиграть один из призов:

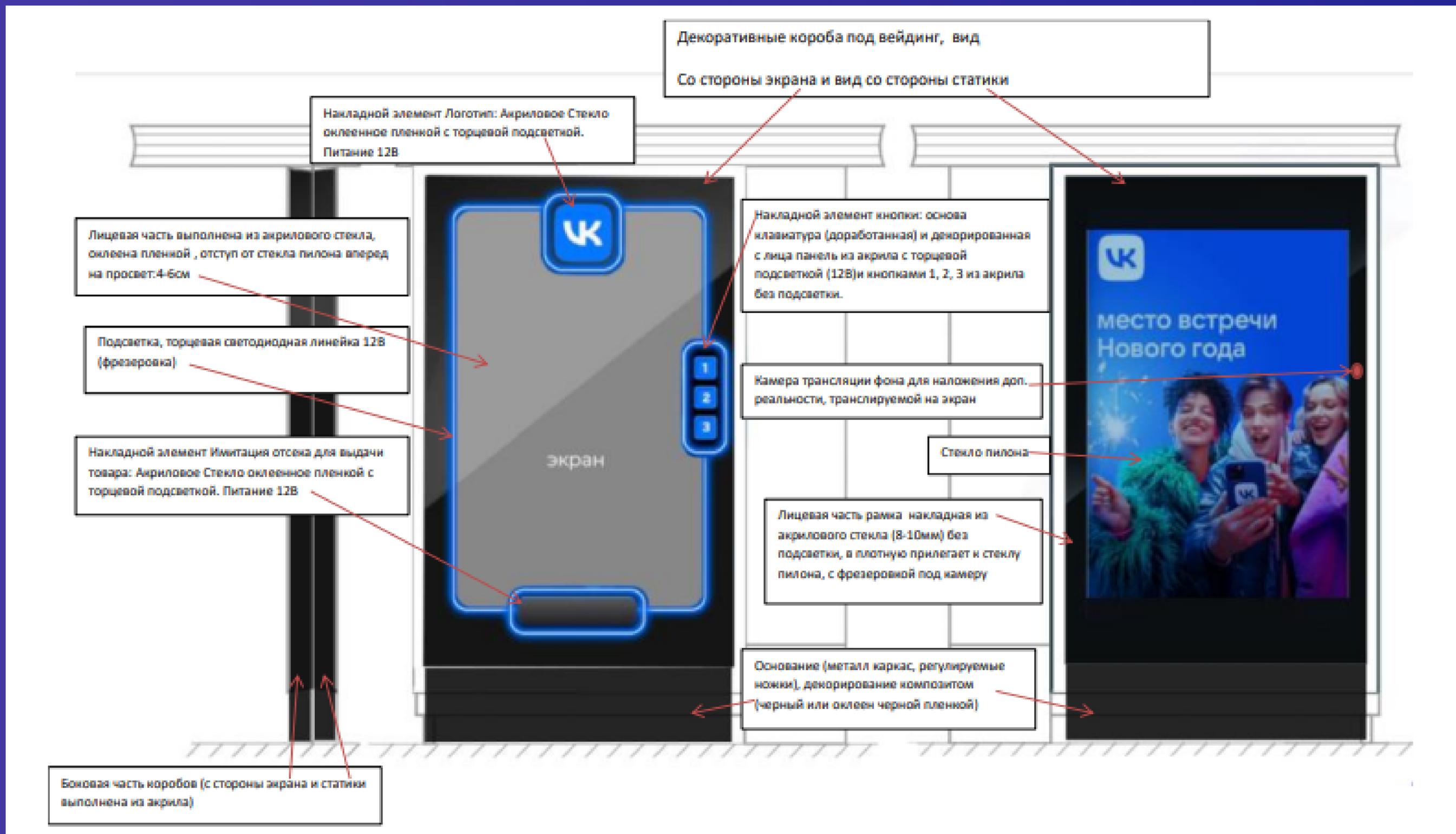
- колонка Маруся выпадала 1раз/ день
- подарок от VK Store 5раз/ день

ЛОКАЦИЯ

Цифровой ситиформат на остановке «Манежная площадь»



ТЕХНИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ



РЕЗУЛЬТАТЫ В ДООН



>5 МЛН
рекламных
контактов

WOM-ЭФФЕКТ



КАНАЛЫ

PR, блогеры
(СОЮЗ и
Импровизация),
ВКонтакте, TG

>7 млн
пользователей



OTS

ПРЕИМУЩЕСТВА РЕШЕНИЯ

- Добавляет к физическому охвату **WOW-эффект**
- Позволяет **нативно сопроводить новость о кампании** в PR и digital СМИ
- **Добавляет** к продуктовой коммуникации **бренд-часть**

outdoor  airport 



Russ
All Out-of-Home

transit  indoor 

СПАСИБО

