

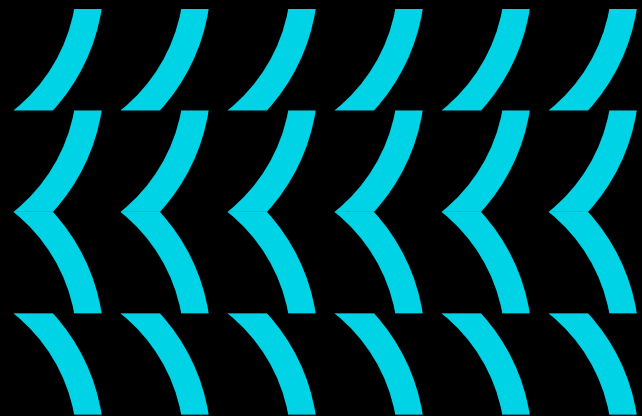


Контент. Креатив. Медиа.



Дарья Лебедева

заместитель коммерческого
директора VK



Тренды рекламы 2024



Создание сложных воронок продаж



Рост значения видеоконтента



Нативность рекламных сообщений



82% предпринимателей ведут аккаунты в соцсетях и мессенджерах самостоятельно



87,9 млн
в России

MAU



34,2 млн
в России

MAU



37 млн
в России

MAU



30 млн
в России

DAU



~37 млн*

DAU

объём нативных
интеграций бизнеса:

>1 млрд ₽



1,7 млрд
просмотров

бюджеты бизнеса на продвижение
в VK Клипах выросли почти

в 3 раза
год к году



постинг активных бизнес
сообществ ВКонтакте

16,25 млн

публикаций**

Источники: Исследование «Продвижение бизнеса через социальные сети» Минэкономразвития России и Ассоциации «Мой бизнес – мои возможности»
Результаты VK за Q2 и 1 пол. 2024

*Mediascore, данные за неделю 19-25 августа 2024 года среди россиян без учета использования SmartTV

** Внутренние данные компании, август 2024

VK AdBlogger – новая платформа для сотрудничества авторов и бизнеса

- **Потребность бизнеса** – прямой контакт с целевыми сообществами в соцсетях
- **Потребность авторов** – гибкая и оперативная коммуникация с рекламодателями

спрос

+

предложение



Сложные целевые аудитории



С помощью авторов и сообществ можно «достать» до пользователей, которых сложно охватить через традиционные каналы

Аудитория регионов РФ



Авторы ВКонтакте есть во всех регионах России – это возможность точно продвигаться локально в небольших городах и специфических регионах

Влад А4 & Сбер



цель:

выйти в отрыв от конкурентов в данной категории, привлечь внимание детской аудитории

охваты в СМИ:

>5,5 млн

охваты в соцмедиа:

13 млн

Feduk & КХЛ



цель:

омолодить аудиторию, заинтересовать и расширить территорию

охваты в СМИ:

>5,5 млн

охваты в соцмедиа:

16 млн

Источники:

Mediascope, данные с начала кампаний по 20 сентября 2024 года

Brand Analytics, данные с начала кампаний по 20 сентября 2024 года (потенциальные охваты)



Спасибо за внимание

