

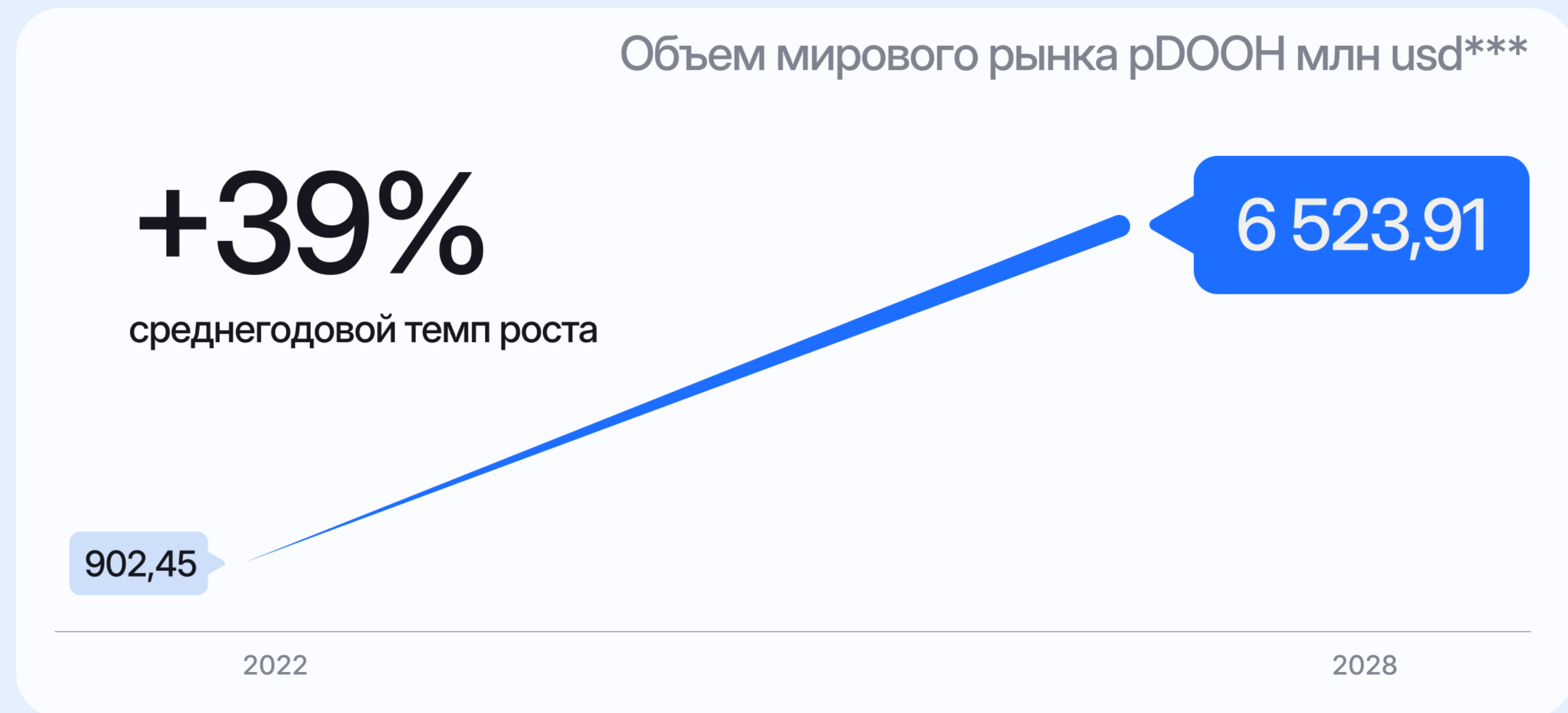
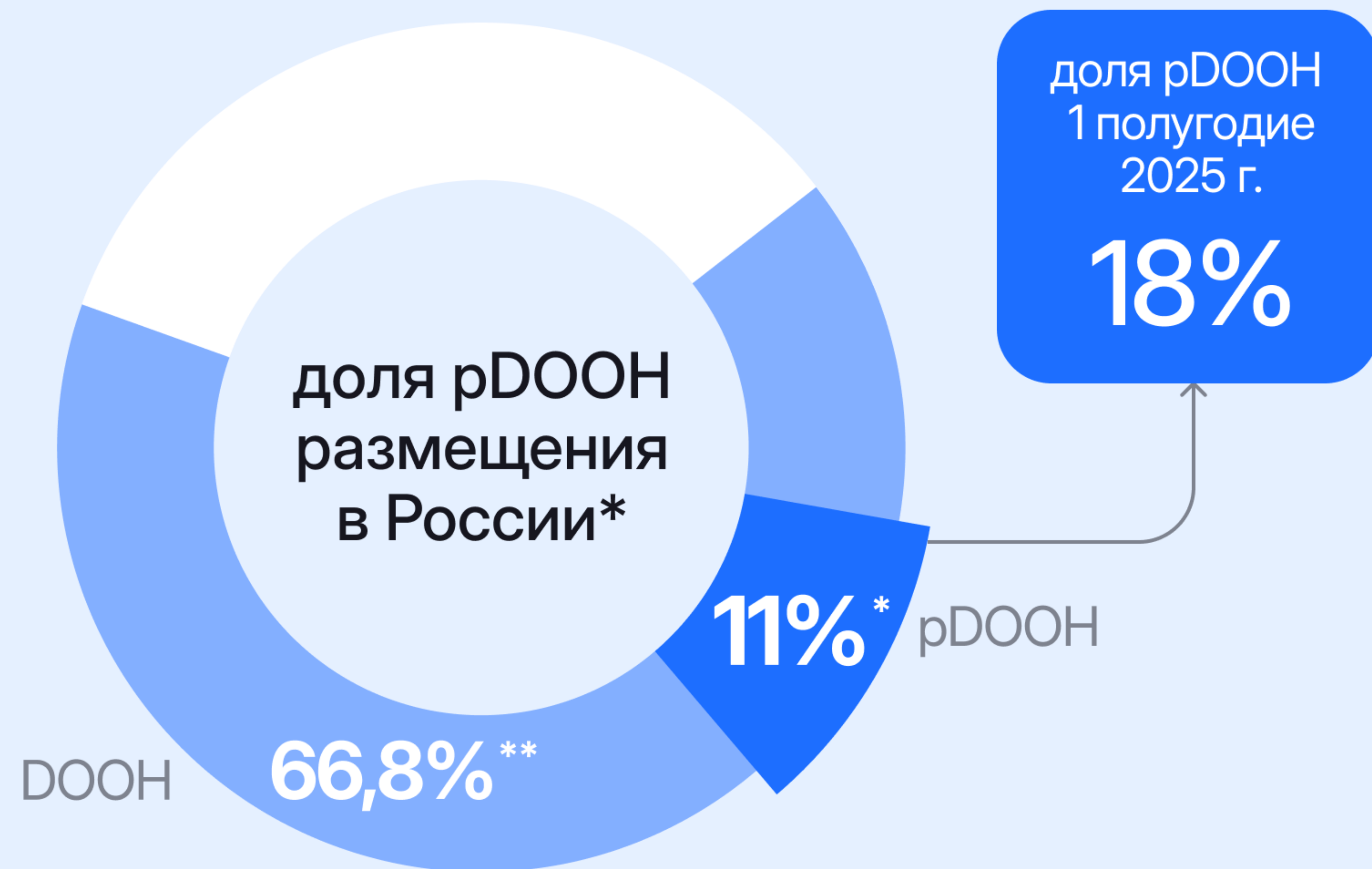
Быстрее, выгоднее, гибче: как МСБ конкурировать за внимание

Елена Кукарина

руководитель отдела развития программатик-продаж Russ  Media



Развитие рынка программатик в цифрах. РФ и мир



* pDOOH – экспертная оценка Russ, 2024 г.

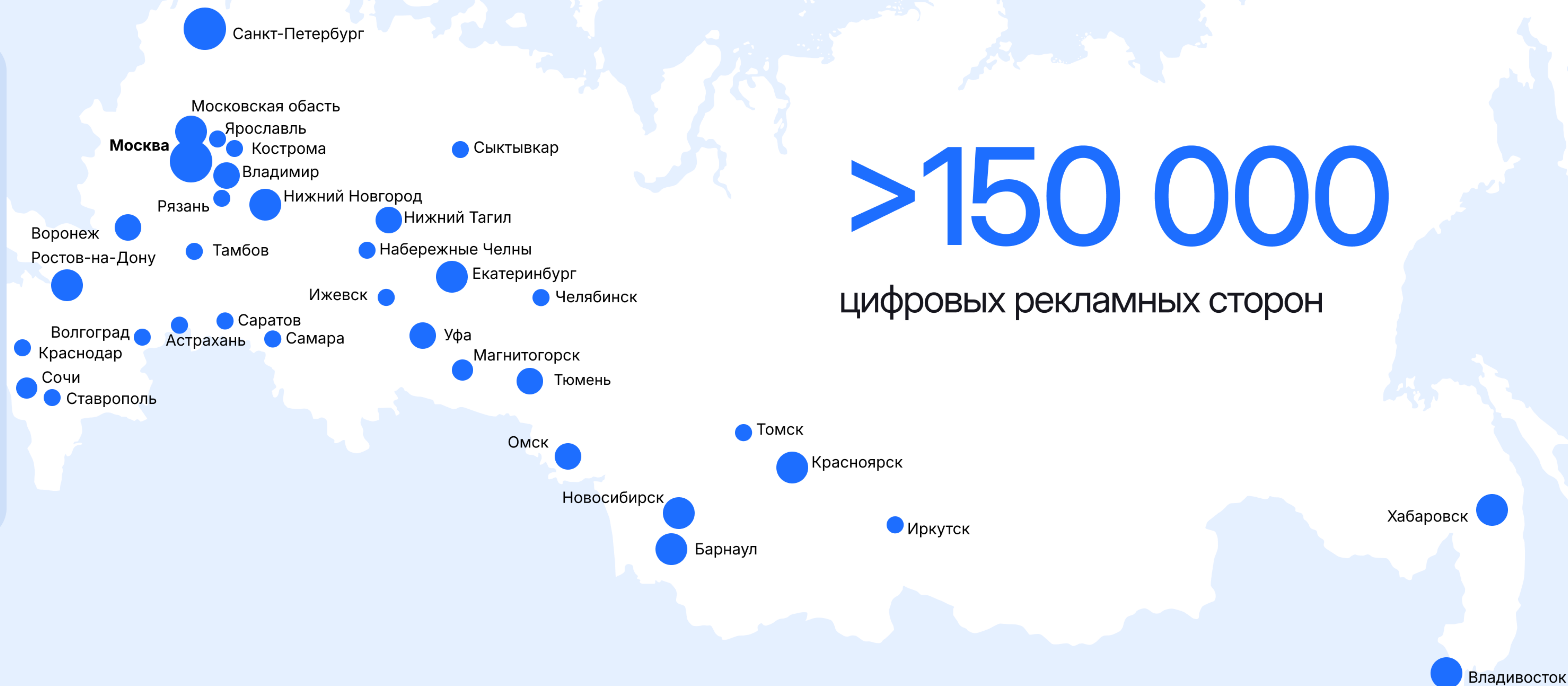
**доля DOOH от общего объема рынка наружной рекламы — АКАР, 2024 г.

***Оценка объемов мирового рынка pDOOH: <https://www.businessgrowthreports.com/global-programmatic-digital-out-of-home-pdooh-market-23904679>

Цифровое присутствие

Количество конструкций

- до 10
- до 20
- до 30
- до 50
- до 100



>150 000

цифровых рекламных сторон

Russ.Online

Быстрее — закупка self-service, автомедиапланирование, статистика real-time

Выгоднее — низкий порог входа и возможность распределения бюджетов

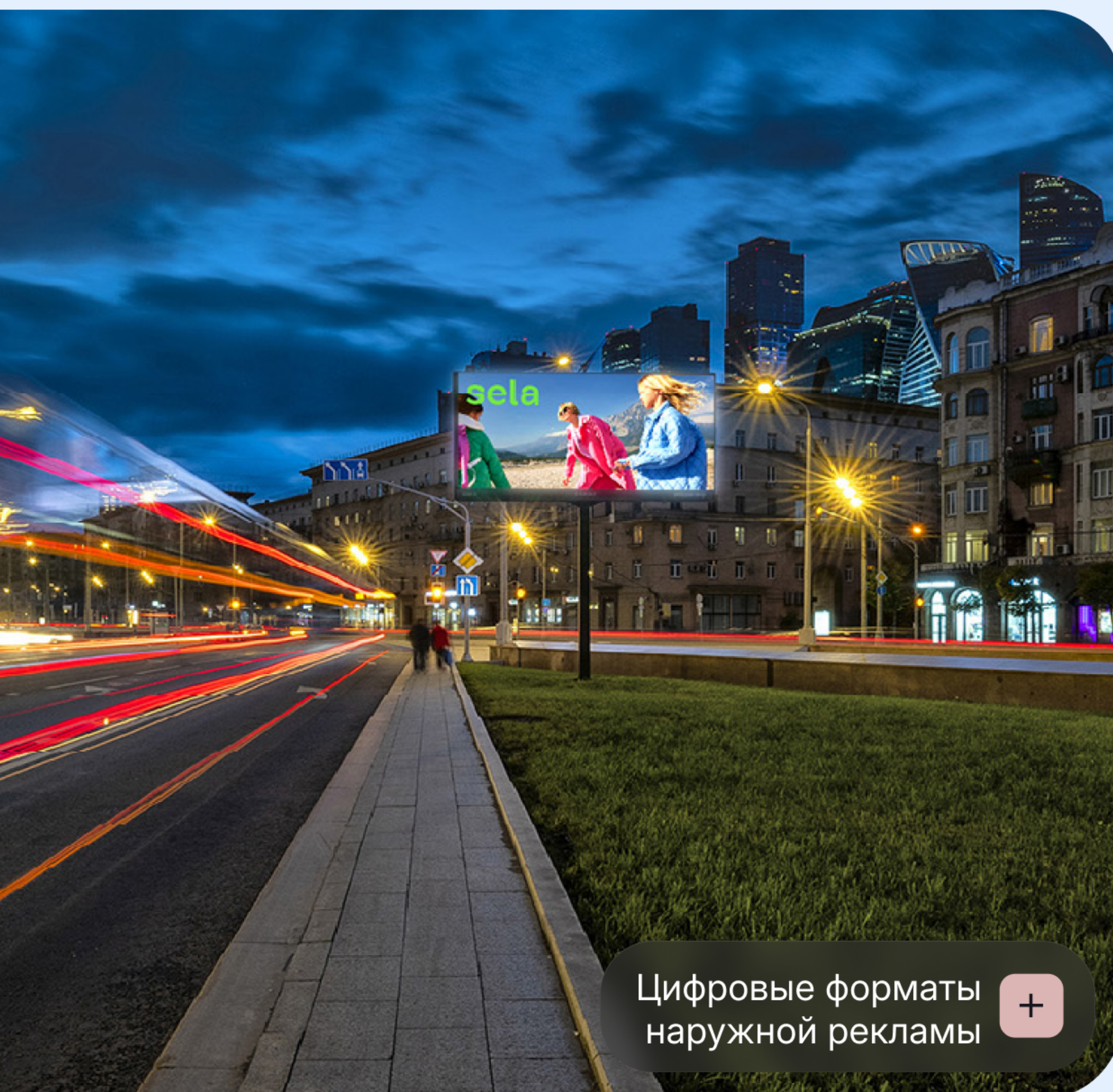
Гибче — таргетирование по ГЕО, времени/дням, частоте вещания и продолжительность РК

Приоритет					
		Цена покупки	Резервирование инвентаря	Возможность выбора адреса размещения	Возможность настраивать часы размещения
	Гарантированная закупка	Цена согласовывается и фиксируется заранее	+	+	-
	Гибкая закупка (аукцион)	Цена закупки PPV и OTS определяется в аукционе, не может быть ниже floor*	-	+	+
	Алгоритмический охват	Цена закупки PPV и OTS определяется в аукционе, не может быть ниже floor*	-	- размещение на всем доступном инвентаре	+

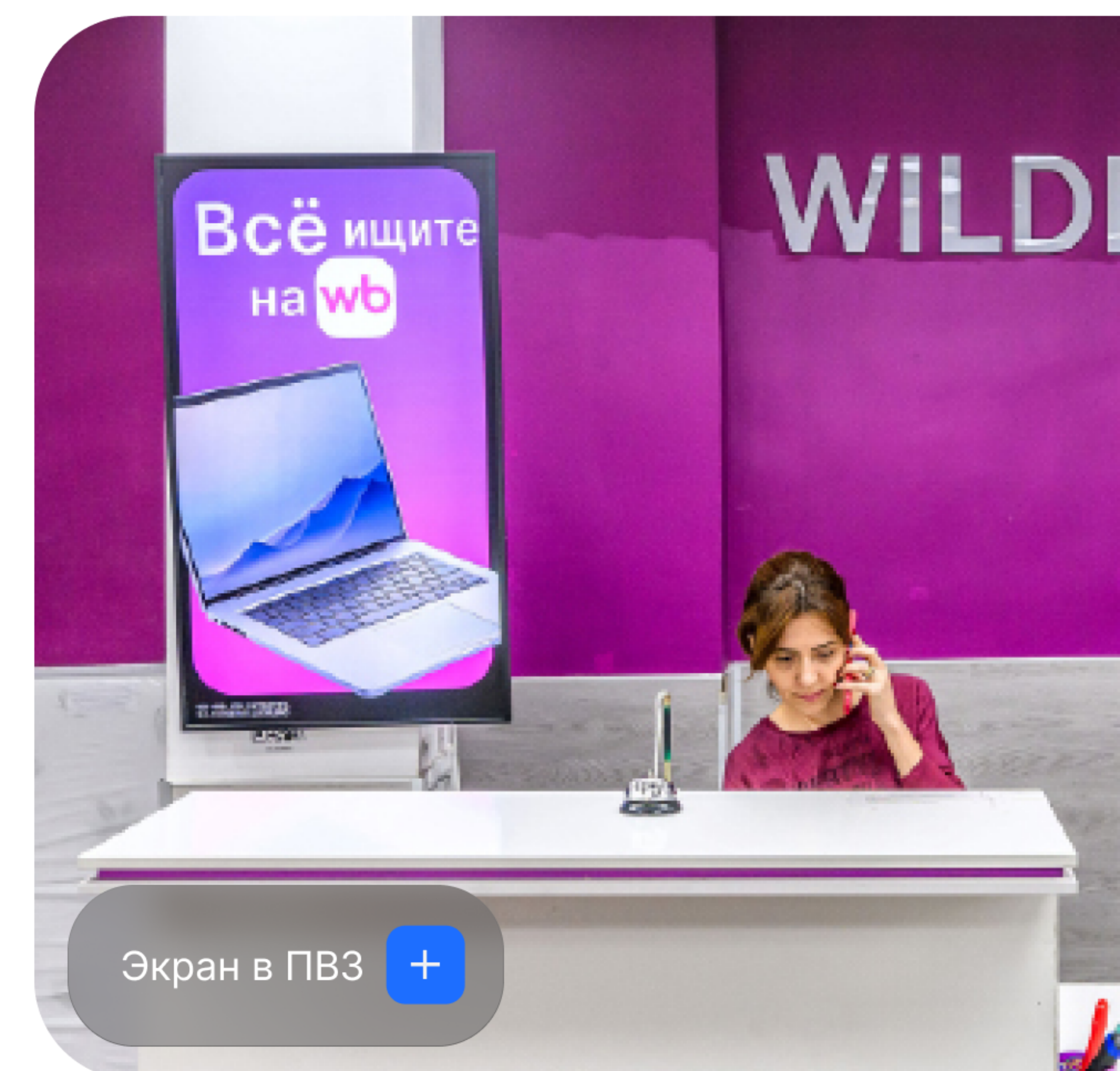
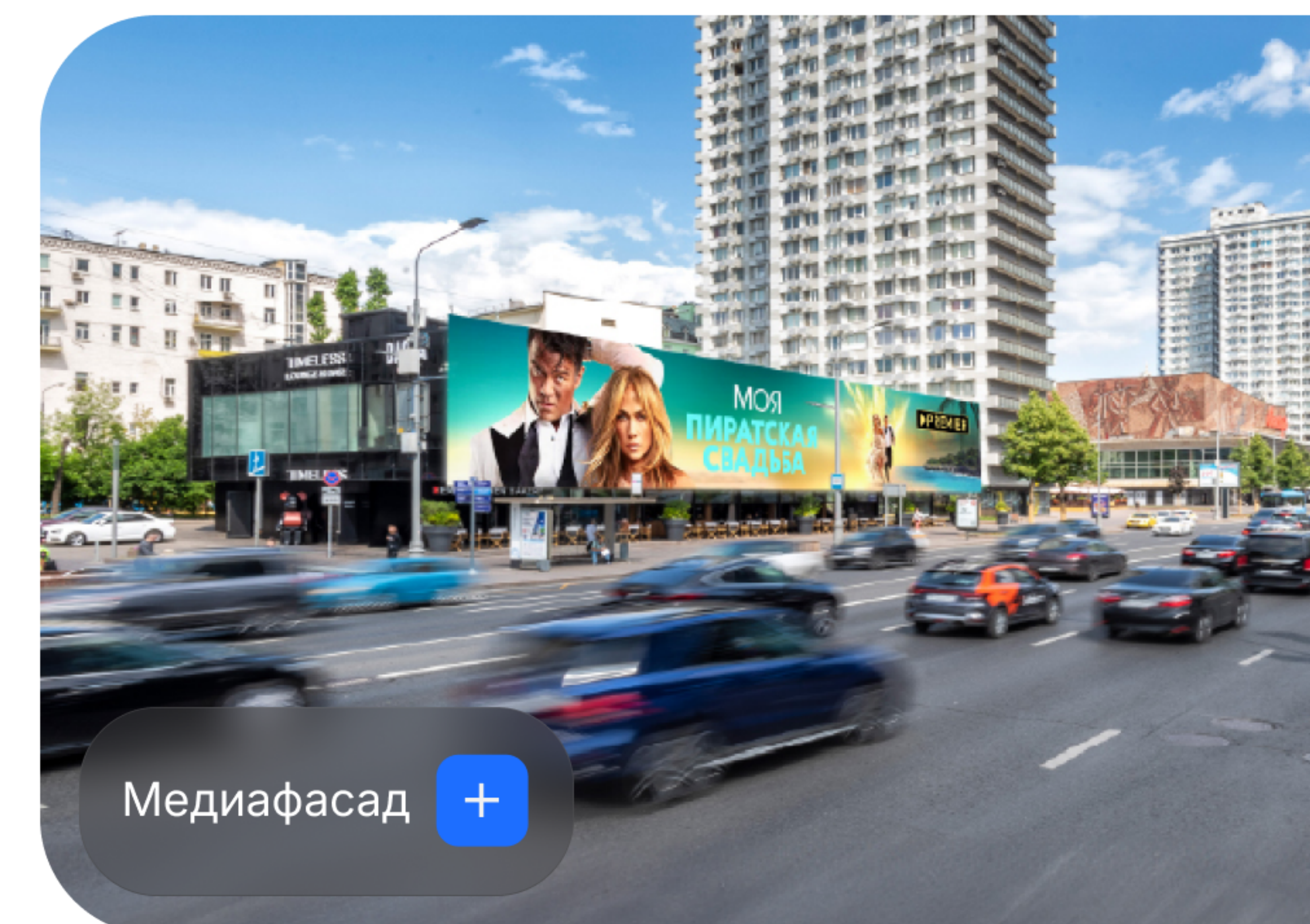
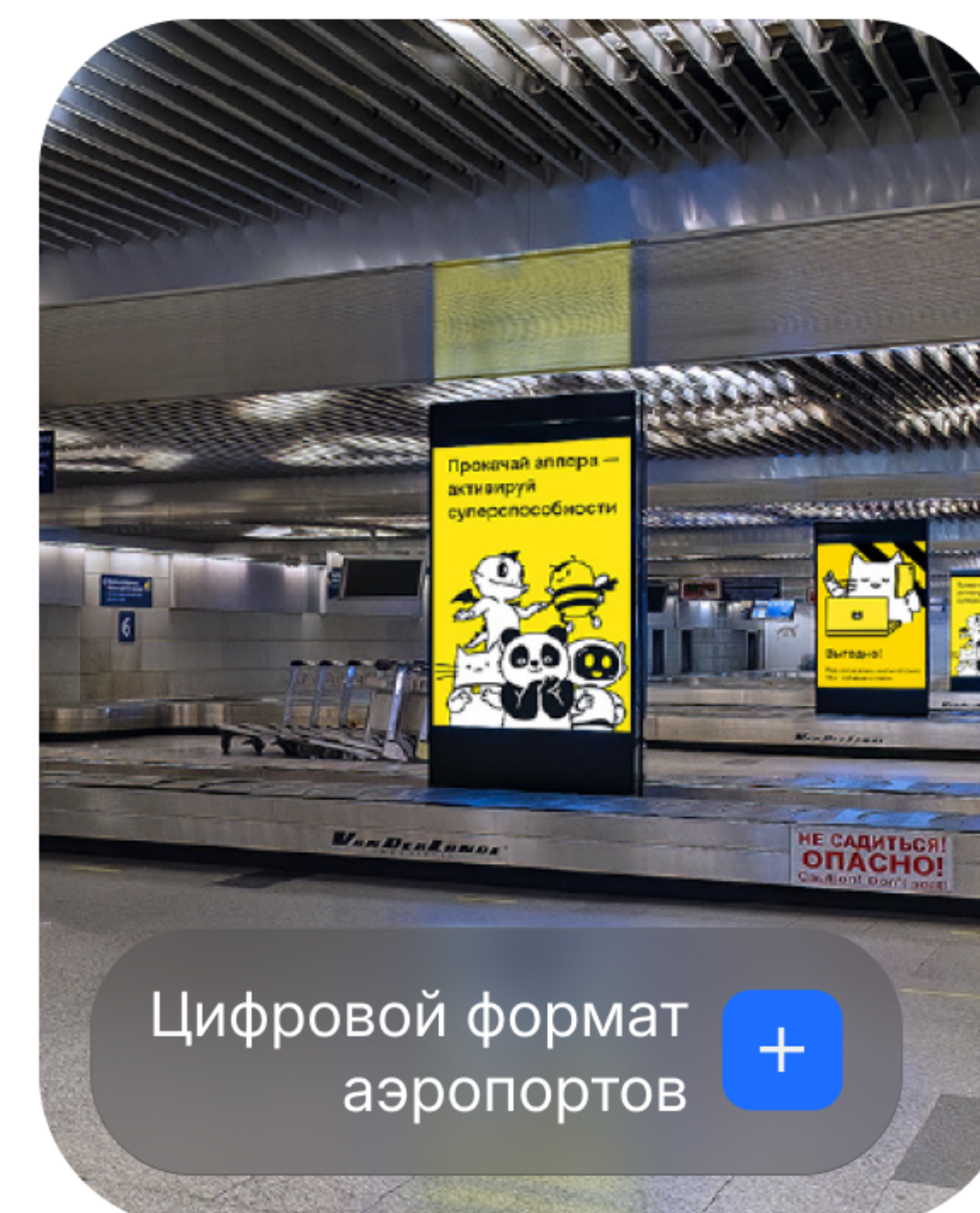
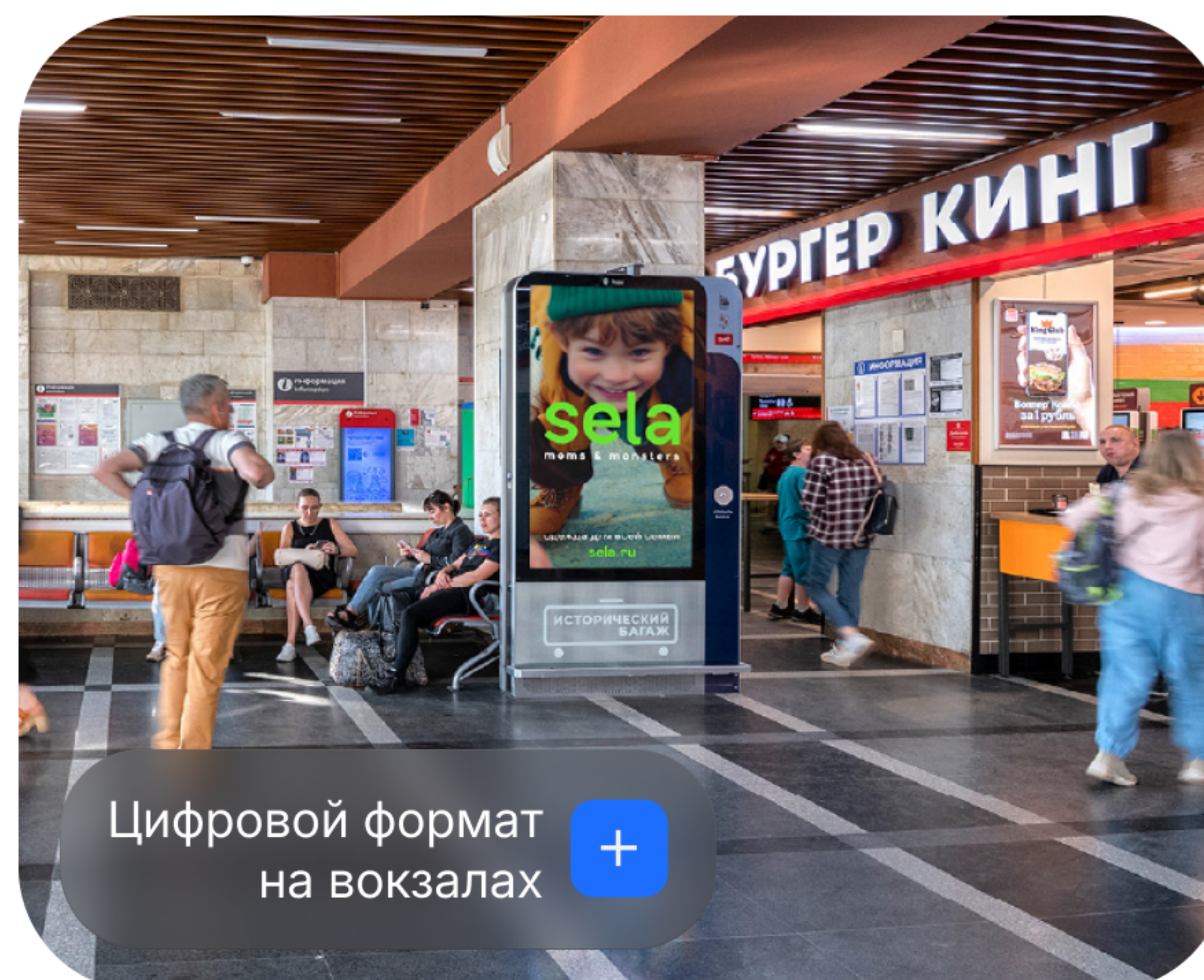
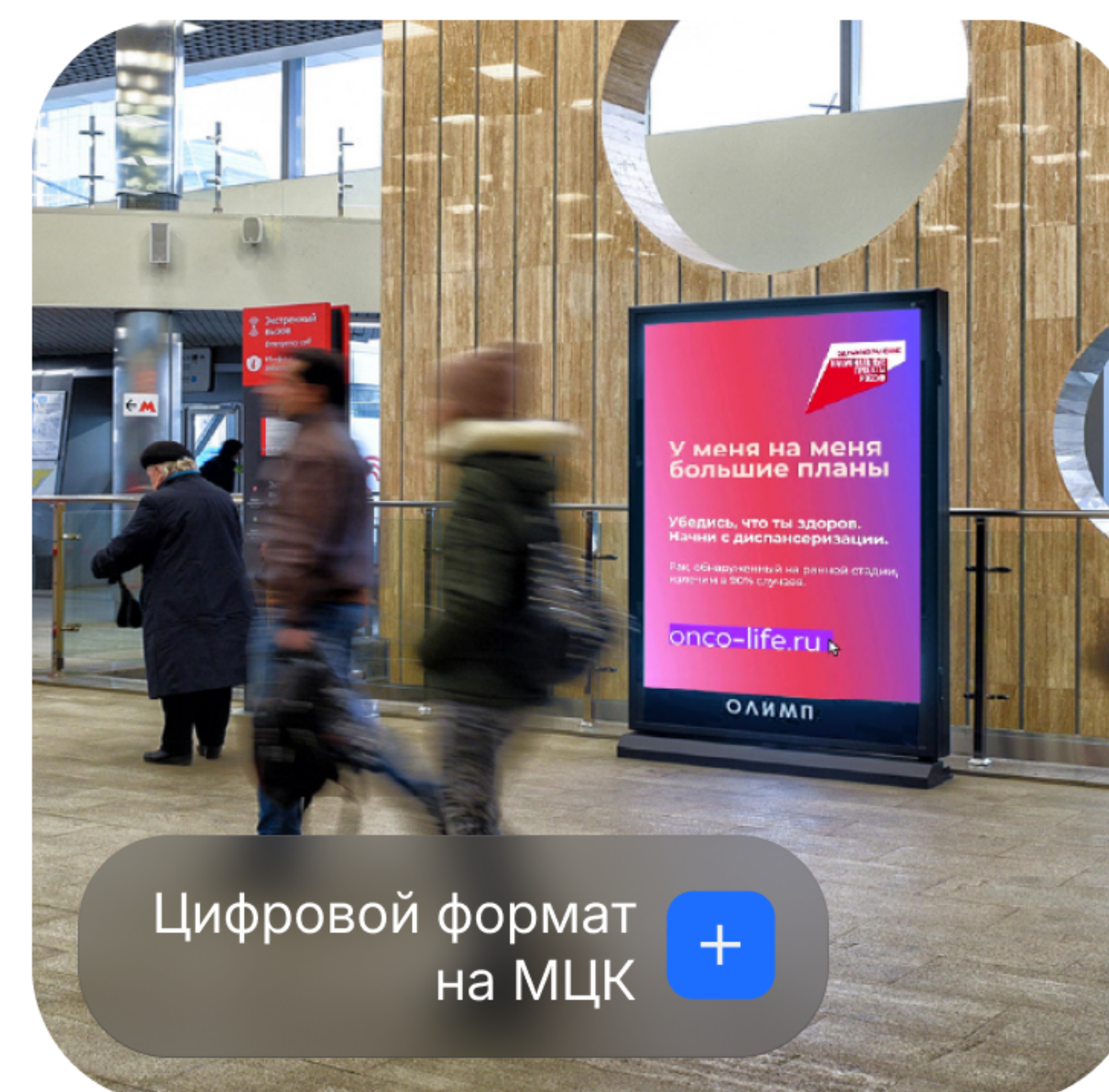
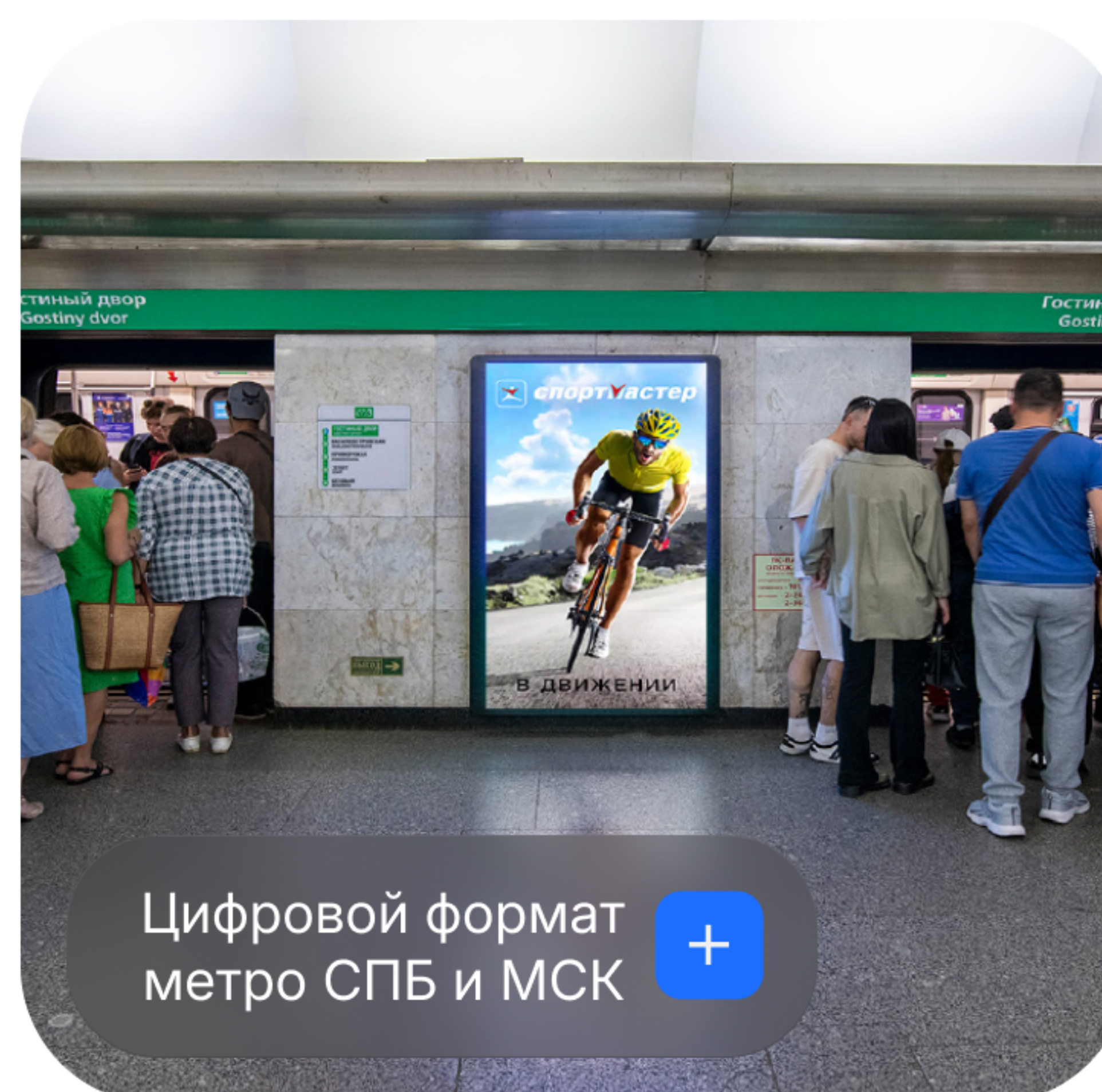
*floor — минимальная цена покупки, устанавливается площадкой

Расширение медиа каналов в RTB

Было

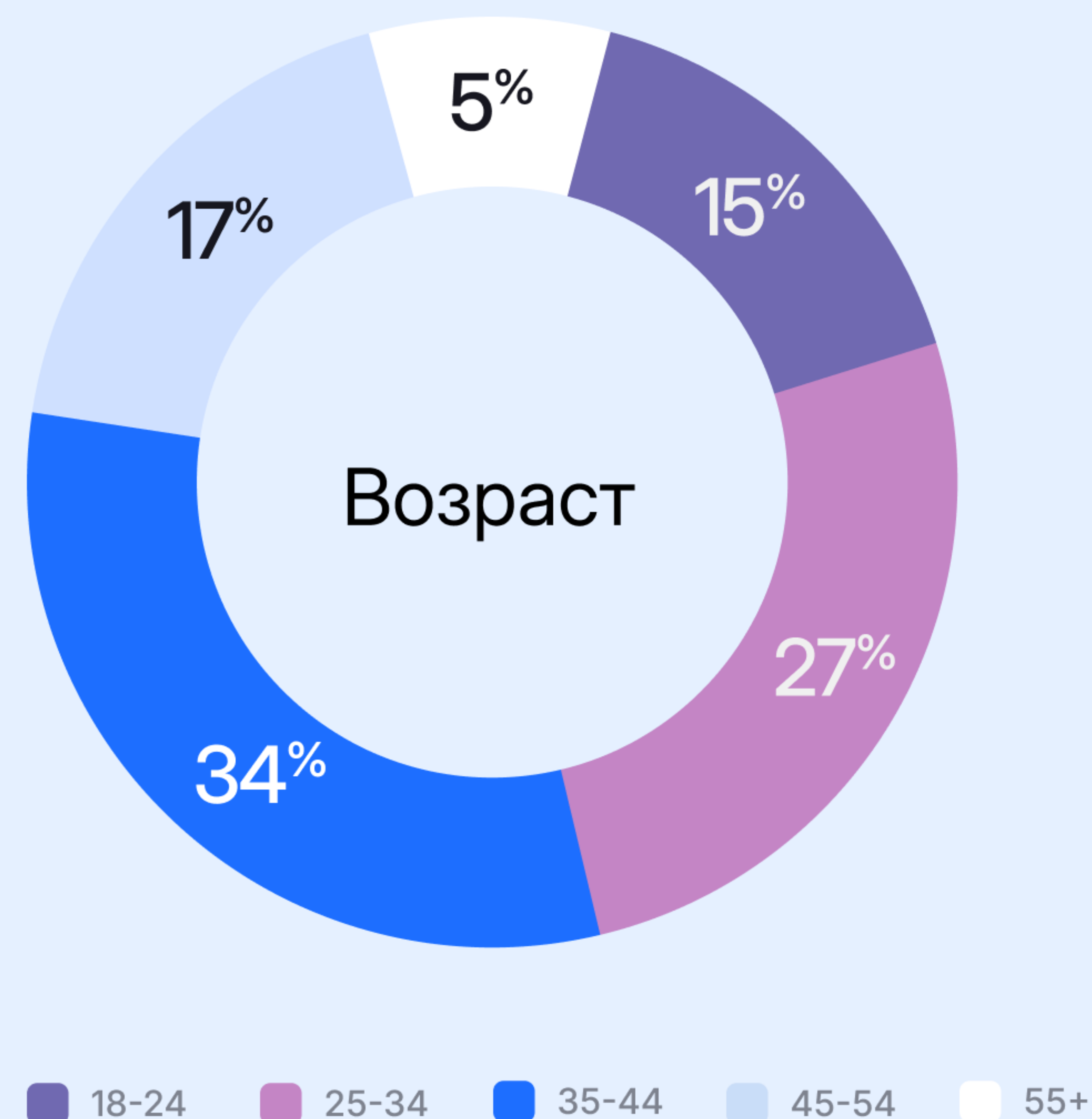


Стало



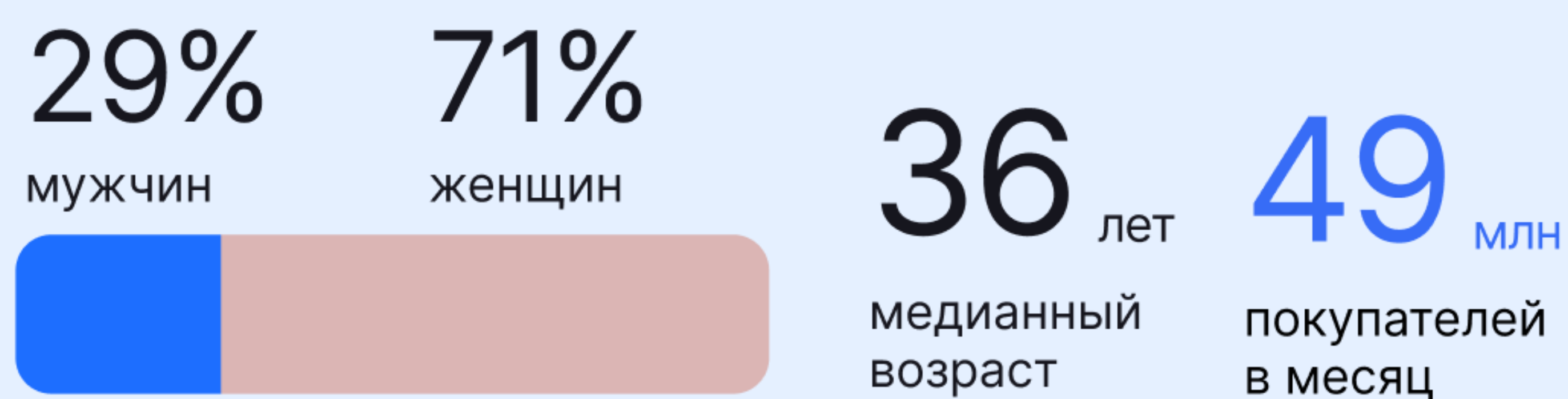
Экраны в ПВЗ

Платежеспособная аудитория, совершающая покупки

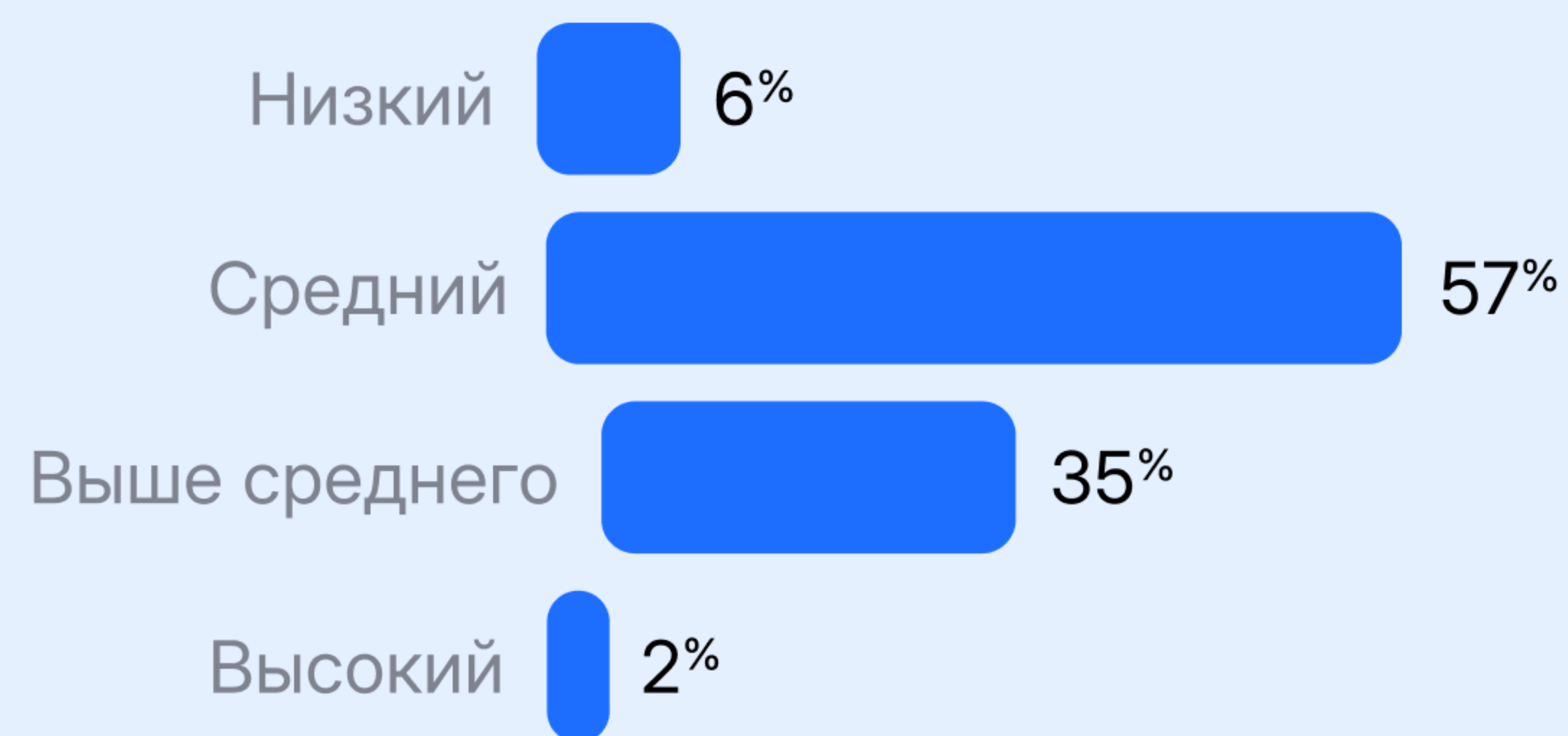


*Размещение в городах с населением 50 тыс. +

Профиль покупателей Wildberries



Доход



в продаже

80 регионов 260 городов*

Адресная программа

Таргетинг по дням

Сбросить все	00:00	01:00	02:00	03:00	04:00	05:00	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
Понедельник	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Вторник	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Среда	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Четверг	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Пятница	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Суббота	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	
Воскресенье	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☐	☐	

Кейс FMCG

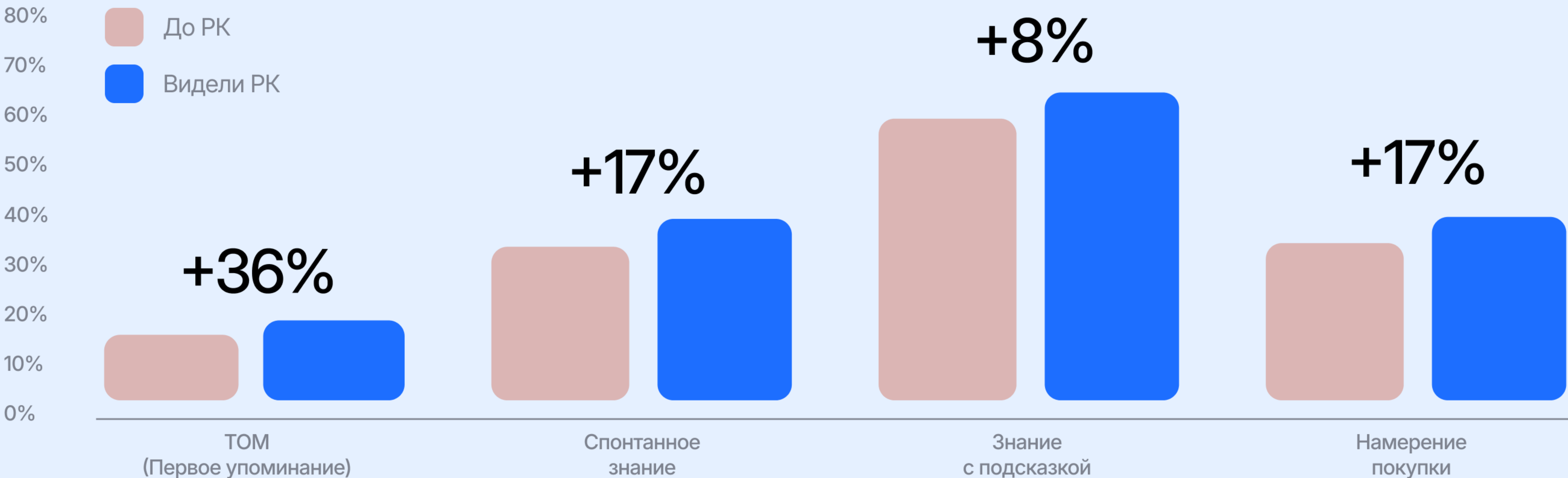


Пример исследования «Brand Lift»



Косметика и гигиена

ГЕО	Формат	Период вещания	Тип закупки	Кол-во поверхностей	Объем выходов
Москва	ПВЗ	30 дней	Выходы, охватно	200	>2,4 млн (порядка 400 выходов в день на каждой поверхности)



Кейс: сравнение со стандартным вещанием



	Суммарное число выходов	В пересчете на стандарт
Ситиборд	401 684	9
Суперсайт	282 266	7
Щит 6x3	1 990 094	46
Общий итог	2 674 044	62

	Стандарт	Программатик
Период РК (дней)	25	25
Поверхностей	62	2237
Охват, %	73.68	76.46
Число выходов (млн)	2,68	2,67
Частота	17.6	17.7
GRP	1295.48	1354.37
OTS, тыс	132 677	138 592

**Спасибо
за внимание!**



Елена Кукарина

руководитель отдела развития программатик-продаж Russ **rw Media**