

BRAND DAY



Филатов Дмитрий

Руководитель направления
Digital рекламы

МОЕХ

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В РАМКАХ ШИРОКОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ



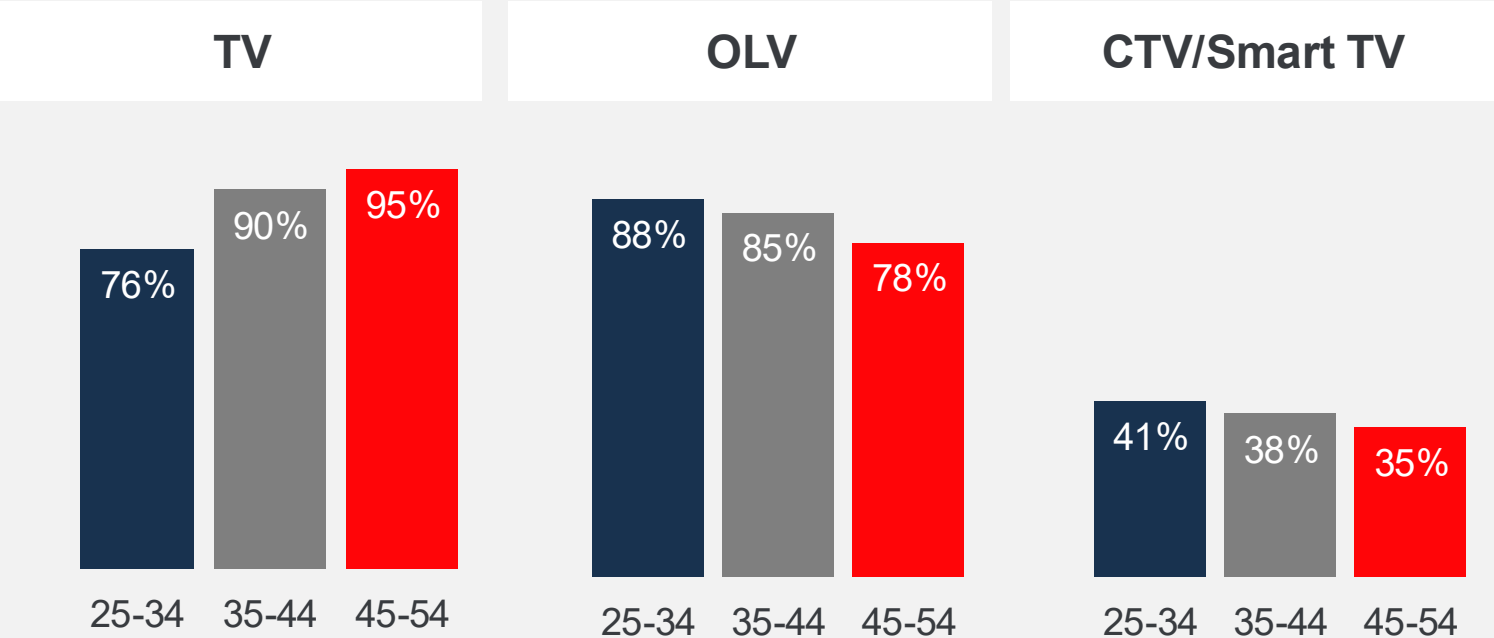
Потребление растёт, но
пока уровень недостаточен
для высокой приоритезации



**Доля в медиапланах
довольно низкая**, но растёт
в течение года



**Низкий уровень
замеряемости**, ограничения
в трекинге



Источник: Group4Media Live Panel 2025, выборка 8000 человек

«КЛАССИЧЕСКАЯ»



Все классические видео-форматы

Дублирование креатива с ТВ и OLV

«НАРУЖЕЧНО-ИМИДЖЕВАЯ»



Большие баннерные форматы
(например, у вендоров)

Адаптация креатива под размещение с
сохранением основных «черт» кампании

ЗАМЕРЯЕМОСТЬ СТВ НА УРОВНЕ ОДНОГО ID ВМЕСТЕ С ДРУГИМИ
ИНСТРУМЕНТАМИ С ПРОЗРАЧНОЙ ОЦЕНКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

