

# НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТАРГЕТИРОВАНИЯ В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

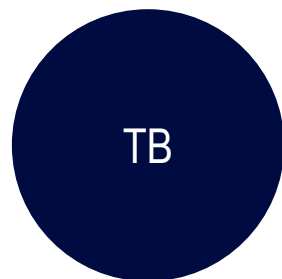
MEDIA  
DIRECTION  
GROUP

Part of Omnicom  
Media Group  
Worldwide

(ONE) FACTOR



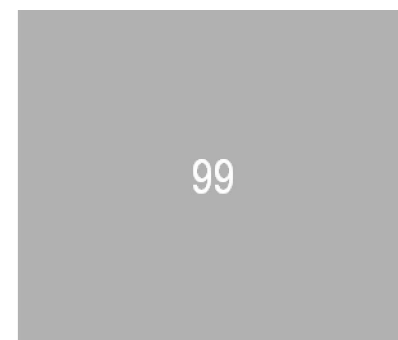
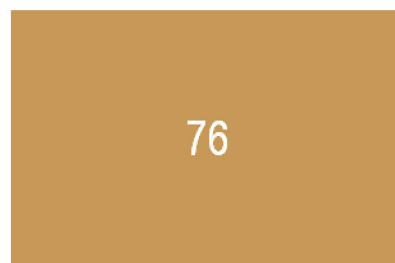
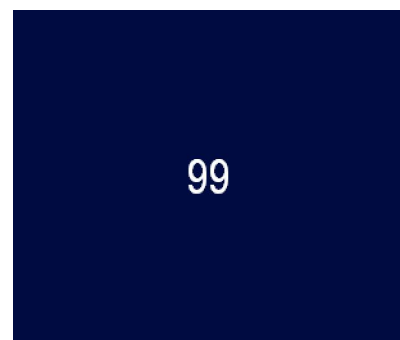
# ТЕКУЩИЙ КОНТЕКСТ - ТОП 3 МЕДИА



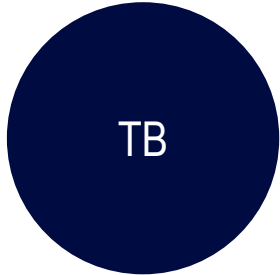

















## ПО МЕДИА ЗАТРАТАМ



## ВЫСОКИЙ ОХВАТ & ВРЕМЯ ПОЛЬЗОВАНИЯ



# ТРИ ОСНОВНЫХ МЕДИА КАНАЛА – ВОЗМОЖНОСТИ

	 ТВ	 DIGITAL	 ООН
Таргетинг			
Сезонность			
Региональность			 *
Мониторинг рекламы			
ПБА			
Баинг	по TRPs с 1996	Programmatic, RTB	Кол-во сторон

\* Индустриально необходимо больше регионов, особенно для ООН

# СУЩЕСТВУЮЩИЕ ИНСТРУМЕНТЫ МЕДИАИЗМЕРЕНИЙ НЕ ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТИ ТАРГЕТИРОВАТЬСЯ НА РЕАЛЬНУЮ АУДИТОРИЮ

Нет внутридневной динамики, пиков и сезонности  
Нет охвата всех городов РФ 100тыс+



Дорогая установка и обслуживание

Нет охвата пешеходных форматов и аудиторий  
Нет аудитории общественного транспорта



# МЫ НУЖДАЕМСЯ В НОВОЙ ЭКО-СИСТЕМЕ НА РЫНКЕ ООН

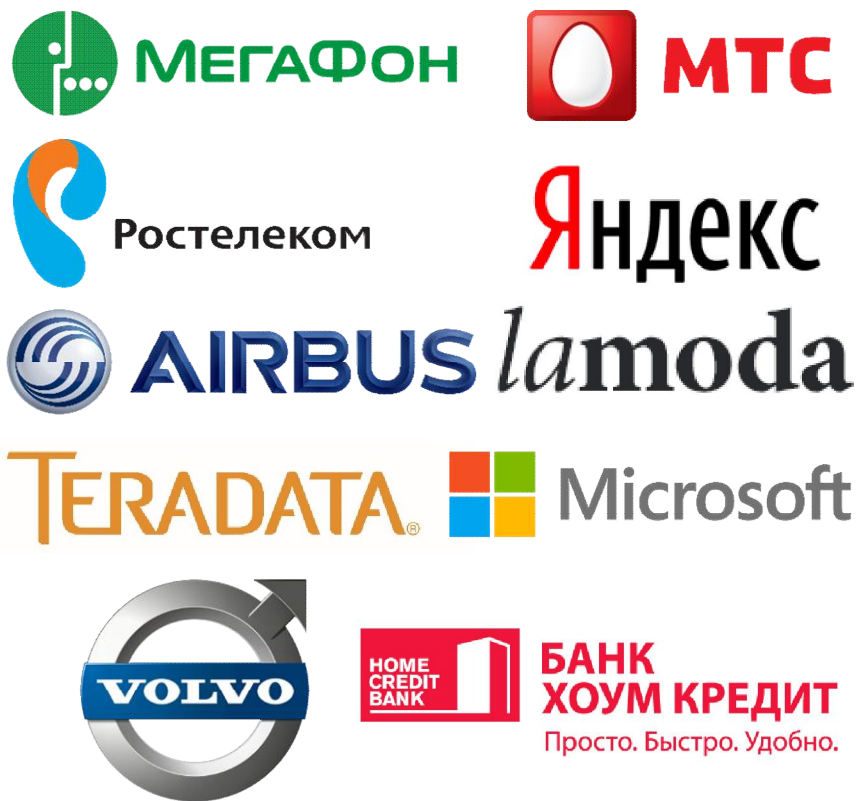


# РЕШЕНИЕ – (ONE)FACTOR

команда с кроссиндустриальным опытом,  
которая делает облачные BigData / AI  
сервисы для автоматизации бизнесов



Экспертиза и опыт работы в разных индустриях

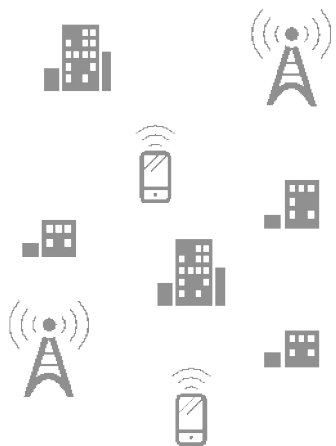


Нам доверяют



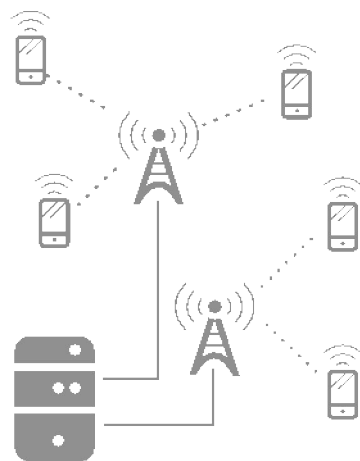
# ЭКО-СИСТЕМА НА ОСНОВЕ ДАННЫХ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ

1



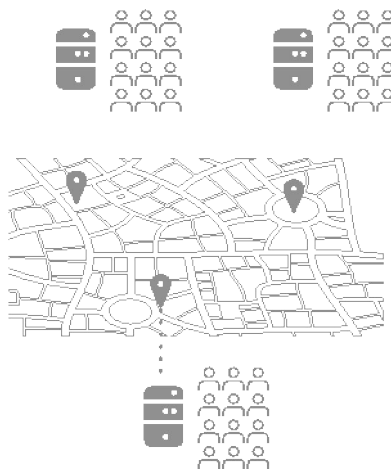
Телефон переключается от одной базовой станции к другой по пути следования

2



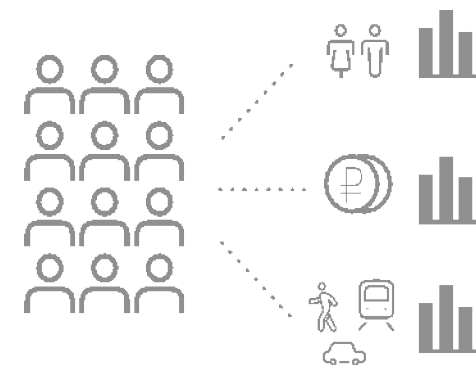
Системы оператора регистрируют данные о создаваемой телефонами нагрузке на базовые станции

3



Оператор регистрирует количество телефонов переключающихся по пути следования – путь и размер аудитории

4

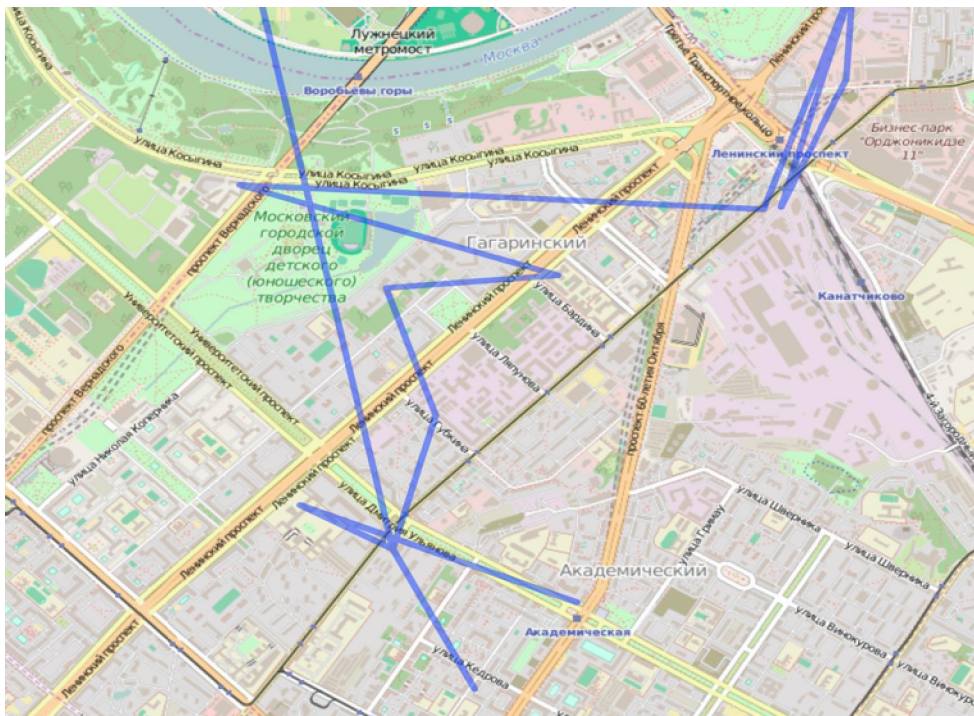


Аудитория профилируется на основании поведенческих данных

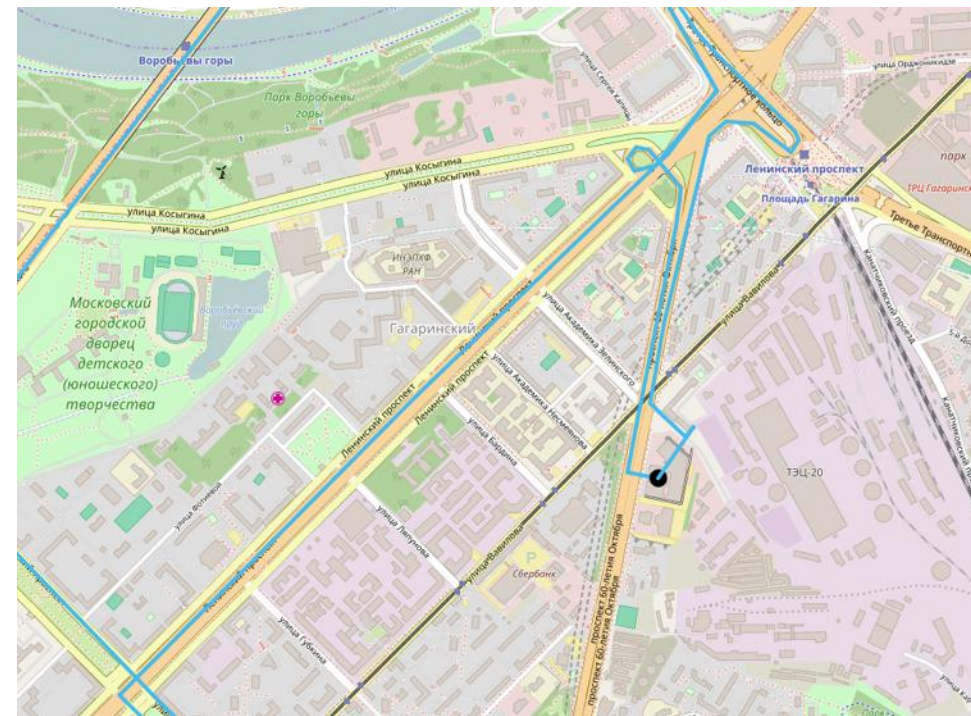
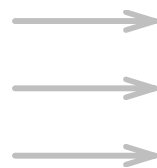
# МЫ НАУЧИЛИСЬ РЕШАТЬ ОСНОВНУЮ ПРОБЛЕМУ ОПЕРАТОРСКИХ ДАННЫХ - ИХ ГЕОГРАФИЧЕСКУЮ ТОЧНОСТЬ

Стандартные данные оператора далеки от идеала – видны выбросы на 2-3 километра\*

Точность “до дублера”



Решение  
(geo)Factor



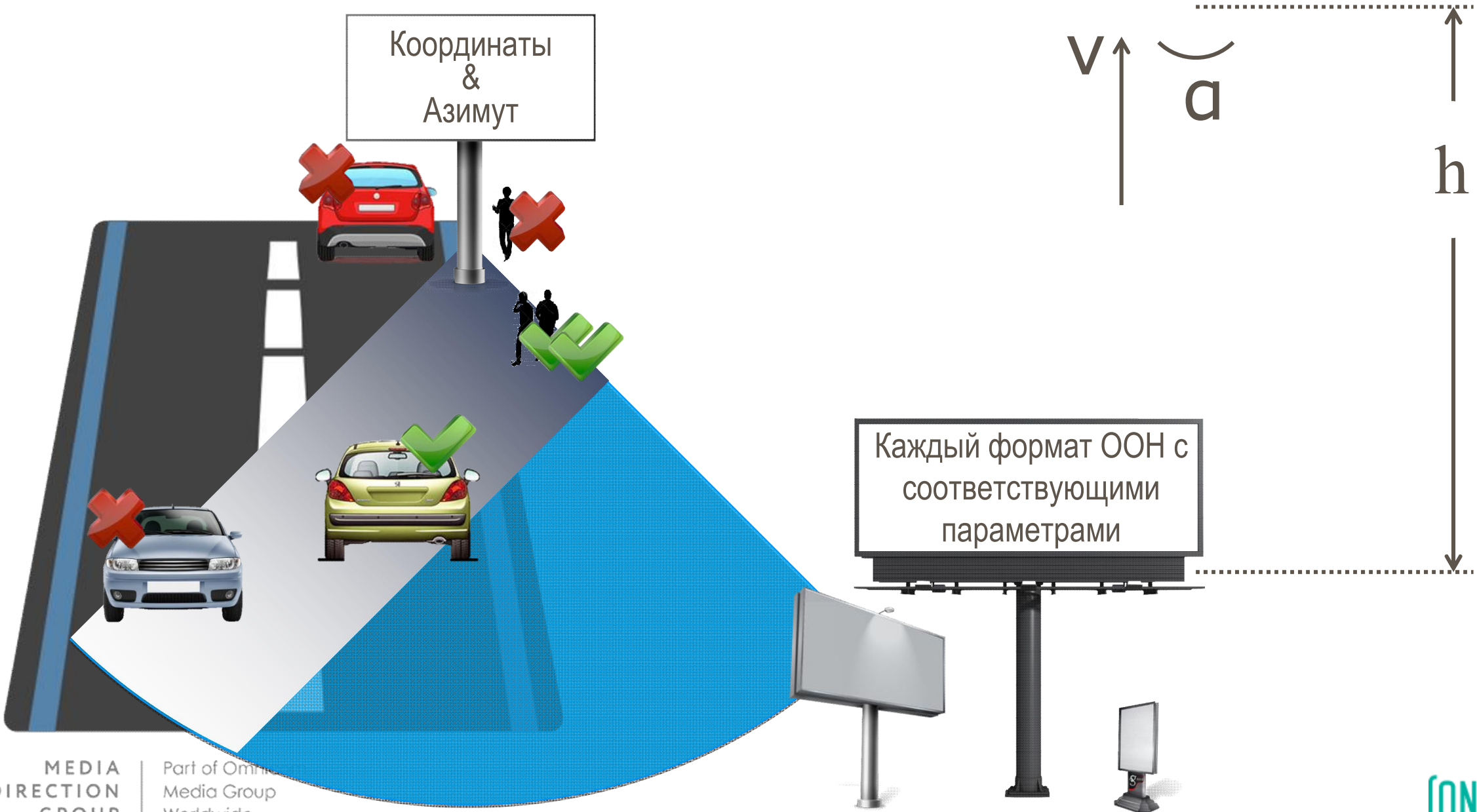


НОВЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ – ОСНОВА ДЛЯ НОВОЙ ЭКО-СИСТЕМЫ МЕДИА РЫНКА

КАК ИЗМЕРЯТЬ?



# КАК МЫ СЧИТАЕМ OTS



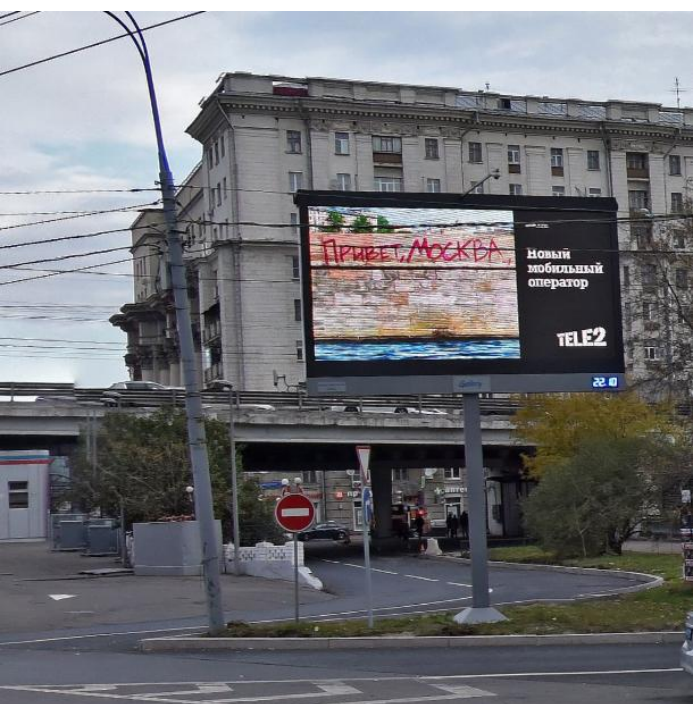
НО ЭТО ТОЛЬКО НАЧАЛО

Programmatic  
БУДУЩЕЕ баинга

The billboard features a large white panel with a black silhouette of a human head in profile on the left. Inside the head are several colorful icons representing various fields: a person, a globe, a calculator, a water molecule (H<sub>2</sub>O), a graduation cap, and an atom. Above the head, a large, colorful cluster of icons is connected by arrows, representing a network of knowledge and technology. The icons include a person, a book, a classical building, a globe, a musical note, a hand pointing at a screen, a DNA helix, a speech bubble, a mail envelope, a lightbulb, a microscope, a beaker, a laptop, a document, a checkmark, a paperclip, a 2+2 math problem, a person running, a gear, and a book. The billboard is mounted on a metal structure against a blue sky with white clouds.



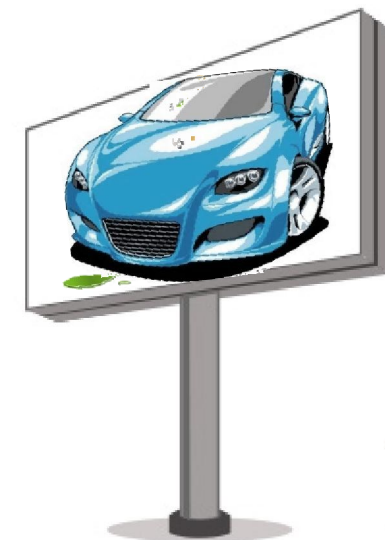
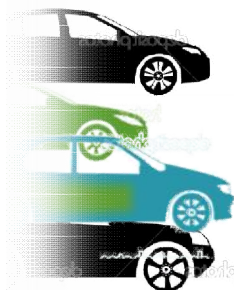
# НОВАЯ СИСТЕМА ЗАКУПОК – PROGRAMMATIC РАЗМЕЩЕНИЕ НА DIGITAL ЭКРАНАХ



# PROGRAMMATIC PLACEMENT ON DIGITAL SCREENS

Анализируя в режиме реального времени профиль аудитории, мы можем таргетировать рекламу на определенный профиль водителей, пассажиров, пешеходов.

За счет таргетирования оптимизируется расписание ротации роликов внутри дня, что позволяет максимизировать эффективность медиа кампаний.



# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

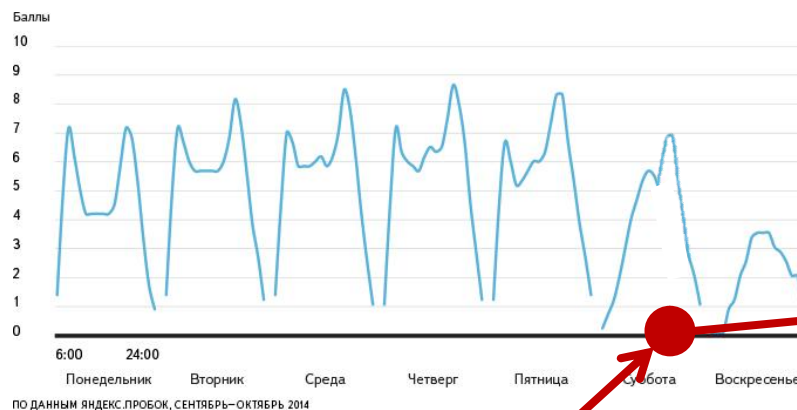
## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения



## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

по определенному сценарию  
на основании исторических данных

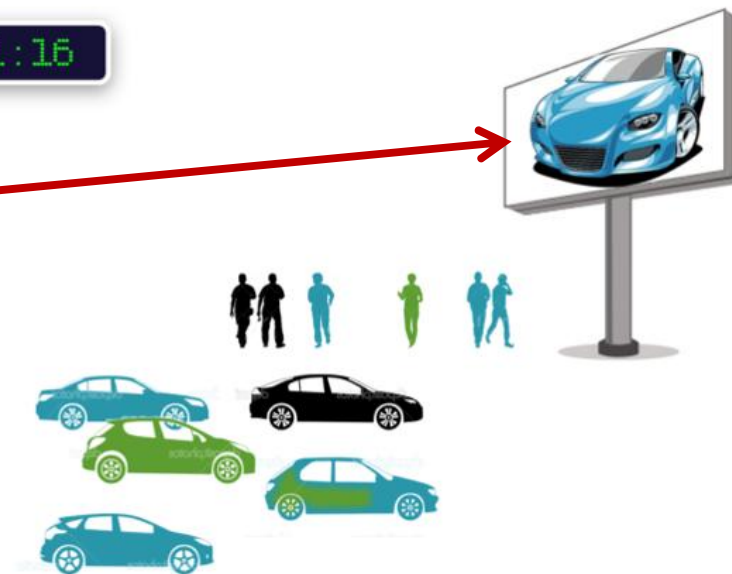


21:16



## 3 PROGRAMMATIC

размещение в режиме реального времени с  
учетом текущего трафика



# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

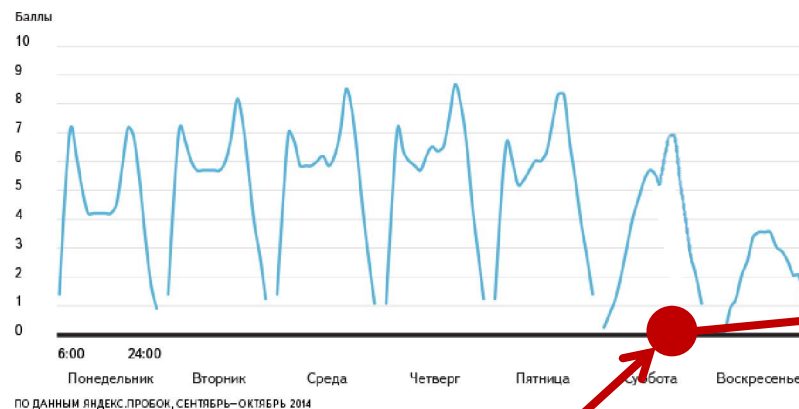
## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения

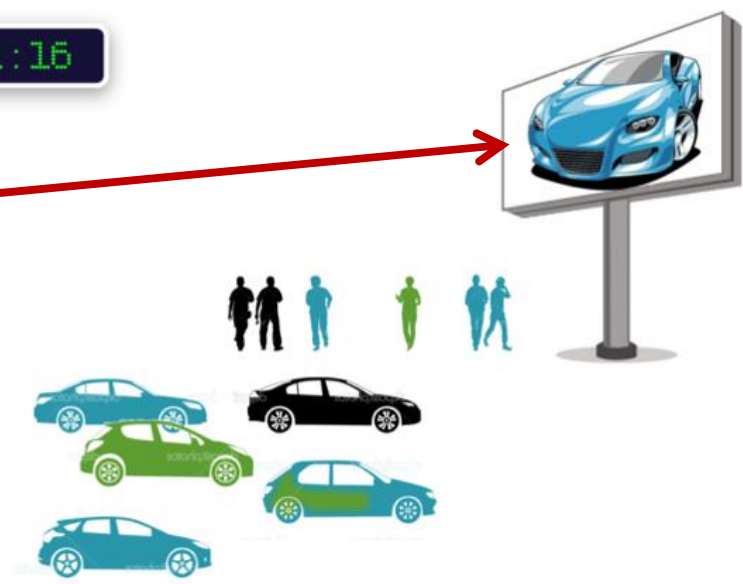
	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

по определенному сценарию  
на основании исторических данных



21:16





# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

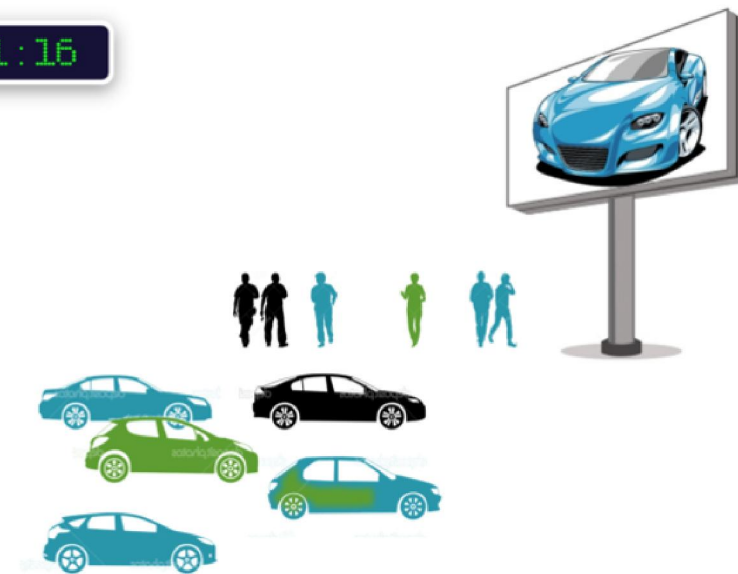
по определенному сценарию  
на основании исторических данных

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 3 PROGRAMMATIC

размещение в режиме реального времени с  
учетом текущего трафика

21:16



# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

по определенному сценарию  
на основании исторических данных

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 3 PROGRAMMATIC

размещение в режиме реального времени с  
учетом текущего трафика

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

**WEEK 1**

# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

по определенному сценарию  
на основании исторических данных

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 3 PROGRAMMATIC

размещение в режиме реального времени с  
учетом текущего трафика

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

**WEEK 1**

# DOOH: 3 ВАРИАНТА РАЗМЕЩЕНИЯ

## 1 БАРАБАН

постоянная ротация  
в течение периода размещения

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 2 ФИКСИРОВАННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

по определенному сценарию  
на основании исторических данных

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

## 3 PROGRAMMATIC

размещение в режиме реального времени с  
учетом текущего трафика

	M	T	W	T	F	S	S
5-6							
6-7							
7-8							
8-9							
9-10							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-24							
24-1							
1-2							
2-3							
3-4							
4-5							

**WEEK 2**

# ПИЛОТНЫЙ ПРОЕКТ

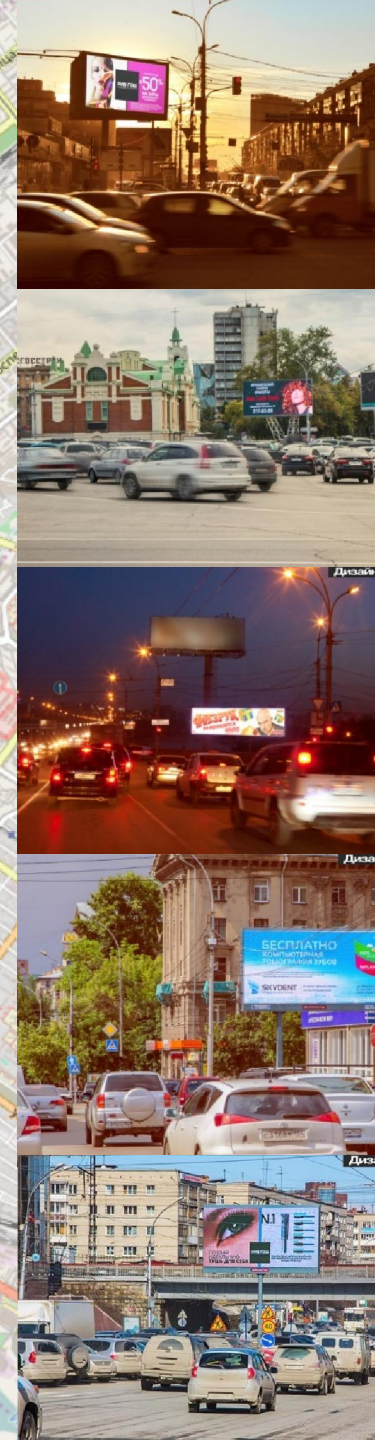
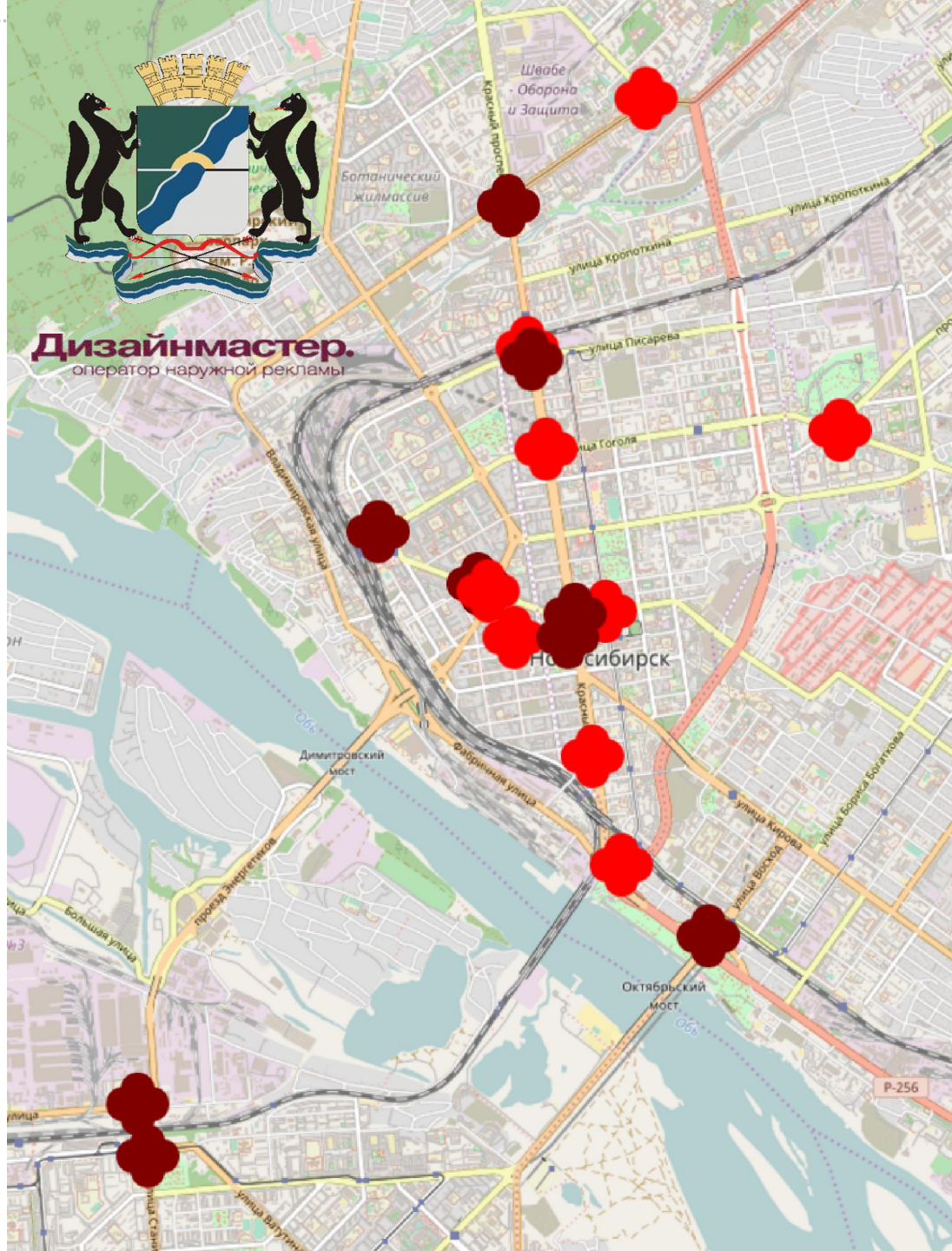
Новосибирск

22 цифровых конструкции

26 января – 28 февраля

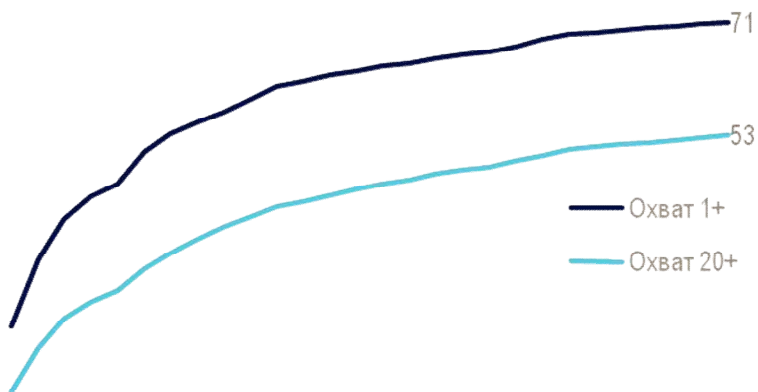
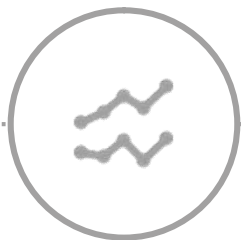


MEDIA DIRECTION GROUP | Part of Omnicom Media Group Worldwide

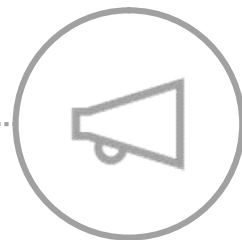


# ПИЛОТНЫЙ ПРОЕКТ – РЕЗУЛЬТАТЫ

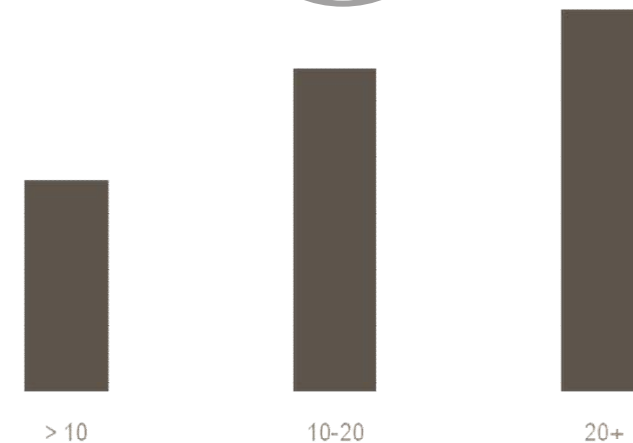
(\*МАКСИМАЛЬНЫЕ И \*\*СРЕДНИЕ ПО ПУЛУ КЛИЕНТОВ)



Аффинитивность кампаний  
(следствие таргетированности)  
достигает  
**200%\***



Ad Recognition (узнаваемость  
ролика в DOOH) на узкие  
целевые аудитории в  
**1,5 / 2.2\***  
раза выше чем по населению в  
целом



Эффект конверсии (разница  
эффекта в тестовых группах) в  
среднем составляет  
**175%\*\***

# DOOH – РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА



LET'S COME TOGETHER



MEDIA  
DIRECTION  
GROUP

Part of Omnicom  
Media Group  
Worldwide

(ONE) FACTOR