

Gallery будет размещать цифровую наружку через «Яндекс»

06.06.2018

Подключение «Яндекса» к закупке наружной рекламы на цифровых билбордах Gallery станет логичным шагом в развитии продукта. В первую очередь, от этого выиграют рекламодатели, которые смогут размещать таргетированную рекламу в онлайн и офлайн через «одно окно». Продукт будет интересен как тем клиентам, которые уже активно используют наружную рекламу, так и новым категориям рекламодателей, которые продвигаются преимущественно в интернете. Gallery последовательно развивает DOOH на российском рынке. В 2013 г. оператор первым установил в стране цифровые рекламные носители стандартного формата 6x3 м. За несколько лет диджитал-билборды появились в 12 городах присутствия компании. В 2016-м сеть таких конструкций в Москве была расширена до 100 единиц, что позволило рекламодателям проводить полноценные охватные рекламные кампании в столице, используя только цифровые щиты. С начала 2017 г. Gallery запустила принципиально новую для российского ooh-рынка модель закупки наружной рекламы по контактам. Впервые рекламодатели стали платить не за аренду рекламного щита, а за количество реальных контактов рекламного сообщения с потенциальными потребителями – благодаря данным об аудитории от компании «Яндекс», которые аккумулируются в режиме онлайн, и тем возможностям, которые открывает цифровой формат для управления кампанией. Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/7376637.html>

[ГБУ ГОРИНФОР](#)