**Рекламная кампания «220 Вольт» в метро**

Сеть магазинов «220 Вольт» провела рекламную кампанию на видеомониторах c помощью сервисного оператора Московского метрополитена NEBO.digital.

Рекламная кампания сети магазинов «220 Вольт» – одного из крупнейших DIY (от англ. do it yourself - сделай сам) магазинов России – проведена на видеоэкранах в вагонах метро. 1,8 млн. показов с понедельника по пятницу охватили все станции московской подземки.

«Мы всегда стараемся идти в ногу со временем и быть максимально близкими и понятными для наших покупателей. Реклама на видеоэкранах максимально органично встраивается в контент и не выглядит навязчивой, а по охвату аудитории мало кто может конкурировать с метрополитеном. Полагаем, что эффективность кампании отразится не только в росте продаж, но и в формировании устойчивой лояльности к бренду «220 Вольт», – комментирует Ирина Тельнова, PR-директор ГК «220 Вольт».

В рекламной кампании задействованы три ролика с различными товарами по акции: газонокосилки, отвертки и дрели. Летом люди уезжают отдыхать за город, и для многих дачников эти товары актуальны.

Метрополитен является эффективной рекламной площадкой для продвижения сезонных продуктов, таких, как товары для строительства. Важно за короткий период максимально повысить продажи продуктов данных категорий, потому что спрос на него ограничен по времени. Благодаря широкому охвату целевой аудитории в метрополитене, клиент достигает нужного эффекта.

Видеоэкраны появились в метро весной 2018 года, а с апреля 2019 года стало возможным размещение рекламных роликов внутри подвижного состава. Размещение видеорекламы – это шаг на пути к формированию полноценной цифровой экосистемы столичного метро. Пассажиры в режиме реального времени могут получать не только развлекательный контент, но и информацию, полезную им при выборе товаров и услуг. Широкая диагональ монитора и передача цвета на уровне Ultra HD позволяют обеспечить максимальный угол обзора для аудитории, что способствует быстрому запоминанию рекламной кампании.