



# DIGITALIZE OUT-OF-HOME ADVERTISING IN VN

Trình bày: Mr. Nguyễn Quang Nhựt



# ABOUT ME



**NGUYEN QUANG NHUT**

\_\_\_\_ Founder and C.E.O Shojiki JSC

Tel: 0971 79 89 79

Email: [nhut@shojiki.vn](mailto:nhut@shojiki.vn)

**Giám đốc Cty CP QC Shojiki**

[www.shojiki.vn](http://www.shojiki.vn)

**Ủy viên B.C.H. Hiệp hội QC Tp. HCM (HAA)**

[www.haa.vn](http://www.haa.vn)

**Admin cộng đồng VOOH**

[facebook.com/VOOH-Vietnam-VOOH](https://facebook.com/VOOH-Vietnam-VOOH)

**Admin chuyên trang Nhân sự - VieclamOOH**

[www.vieclamoooh.com](http://www.vieclamoooh.com)

**I. Về D-OOH, Xu hướng thế giới và tại Việt Nam**

II. Những thách thức và xu hướng DOOH sắp tới

# Tổng quan ngành QC ngoài trời VN

## D-OOH ngoài trời và OOH nói chung:

Năm	HCM	HN
2016	3	4
2017	6	5
2018	12	6
2019	14	7

Thống kê số lượng LED ngoài trời qua các năm.



*Tuy nhiên số lượng vẫn còn rất nhỏ bé so với OOH truyền thống.*



# Tổng quan - khái niệm



- Định nghĩa: **D-OOH** còn gọi là “**Quảng cáo Kỹ thuật số ngoài trời**” là giải pháp hiển thị quảng cáo định dạng kỹ thuật số bằng các **phương tiện hiển thị ngoài trời**. Có thể kết hợp các giải pháp **tương tác** hoặc **quảng cáo ngữ cảnh** thông minh để hiển thị kịch bản Quảng cáo.
- Thường thấy: như **LED** tấm lớn ngoài trời; **LCD/Digital Frame** tại các điểm công cộng (Trạm xe bus, ga tàu, Trung tâm thương mại..v.v..), **LED/ LCD trên xe bus, Taxi..v.v..**



Times Square  
USA



DOOH - Thời tiết  
United Kingdom



LED Screen xe Bus  
USA

## ***Lịch sử D-OOH tại Việt Nam:***

Các mốc quan trọng:

2006 - Chicilon Media Thành lập. Thị trường LCD Frame bắt đầu phát triển. Chicilion dẫn đầu thị trường LCD/Digital Frame tại Việt Nam và đến nay có hơn 7000 LCD & Frame toàn quốc.

2007 - Goldsun Frame Thành lập. Cùng phát triển LCD Frame. Đến nay có khoảng 6000 LCD & Frame toàn quốc.

2008 - Quảng cáo màn Hình LED ngoài trời khổ lớn bắt đầu xuất hiện. (Sân bay Tân Sơn Nhất, chợ Bến Thành).

2014 - Chuỗi bảng quảng cáo LED tại Hà Nội như Hồ Tây, Hồ Thiền Quang được xây dựng xong.

2015 - Chiến dịch quảng cáo tương tác LED ngoài trời Nguyễn Văn Trỗi của CocaCola gây tiếng vang lớn trong ngành.

2016 - 2019: Xu hướng của bảng quảng cáo LED ngoài trời ngày càng phổ biến.

# DOOH đang tăng trưởng nhanh !



## ***Số liệu báo cáo 2018:***

- OOH: Media truyền thống duy nhất tăng trưởng 4.1% năm ổn định trong 9 năm liên tục.
- Doanh thu 2018 (APAC) 13 tỷ USD đứng đầu toàn cầu. Trung Quốc và Nhật Bản đứng thứ 2 và 3.
- Sự bão hòa của Billboard. Doanh thu và sản lượng vị trí giảm dần.
- D-OOH tăng trung bình 16%/ năm ở tất cả các thị trường. Tỷ trọng doanh thu D-OOH tại Anh và Úc chiếm 50%, Thái Lan chiếm 35% so với Tổng Doanh thu OOH.

***Kết luận: D-OOH nổi lên là một xu hướng quảng cáo ngoài trời toàn cầu và phát triển rất nhanh trong thời gian qua, đặc biệt là ở khu vực Châu Á.***

*Source: MagnaGlobal*

**I. Về D-OOH, Xu hướng thế giới và tại Việt Nam**

**II. Những thách thức và xu hướng DOOH sắp tới**



## 4 thách thức lớn của D-OOH tại Việt Nam:

- **Cấp phép quảng cáo màn hình LED ngoài trời:** Khó khăn, phức tạp và đắt đỏ. Dự kiến sẽ thông thoáng hơn trong thời gian tới.
- **Tính ổn định khi phát TVC:** Đặc trưng về kỹ thuật phát hình, trình chiếu. Cổ động chính trị và nội dung TVC ở các khu vực nhạy cảm.
- **Khó đo lường được tương tác:** Tính đa dạng và hiệu quả của D-OOH là khó đo lường được bằng các chỉ số cụ thể trước và sau chiến dịch.
- **Đòi hỏi sự am hiểu và nhiều kinh nghiệm thực tế:** sự hiệu quả khi lập kế hoạch về Media cho phù hợp với yêu cầu, Brief của khách hàng.

# Xu hướng D-OOH tại Việt Nam

***D-OOH cỡ lớn ngoài trời: Sự gia tăng nhanh về số lượng và thị phần.***



AB Tower  
Quận 1 - TP. HCM



Vincom P. Ngọc Thạch.  
Quận Đống Đa - Hà Nội



Artemis  
Quận Thanh Xuân - Hà Nội

***Hiệu quả quảng cáo Gây phấn khích và choáng ngợp đối với màn hình LED ngoài trời cỡ lớn được các Brand cực kỳ yêu thích.***

# Xu hướng D-OOH tại Việt Nam



***Xuất hiện các loại hình mới: LCD tương tác trong Taxi, Sàn tương tác, Led Building, Led thông tầng.***



Taxi Mai Linh và IDOOH ra  
mất màn hình quảng cáo Xe  
Taxi



Màn hình LED Thông tầng  
Vincom Metropolis



Led Building  
Hà Nội

# Xu hướng trong thời gian tới

*Xuất hiện thêm các giải pháp LCD quảng cáo, sàn, màn hình tương tác branding mới lạ*



*Sàn tương tác*



*LCD tương tác*

# Xu hướng trong thời gian tới

***Xuất hiện thêm các chiến dịch sáng tạo độc đáo với DOOH:***



*Chiến dịch Coca Cola Emotion 2015*



*Omo Tết 2017*

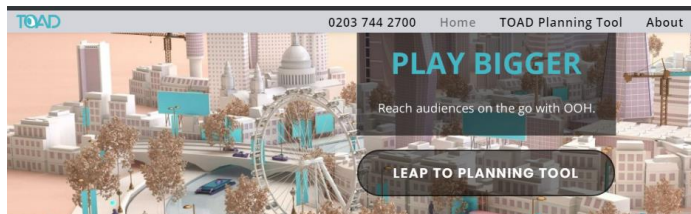
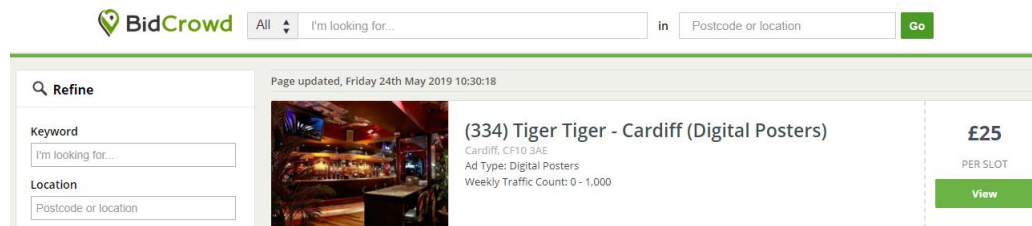


# Xu hướng trong thời gian tới



***Xuất hiện các Platform, giải pháp công nghệ hỗ trợ việc Lập kế hoạch và Booking.***

BidCrowd - Booking Platform  
OOH ở United Kingdom



ToAD - Planning/Booking Platform OOH  
ở United Kingdom



Trax - Planning/Booking Platform OOH ở



# Xu hướng D-OOH trên Toàn cầu:



## Sự phát triển của các loại hình D-OOH mới và thông minh hơn:



LCD tương tác chơi Game sau Taxi  
Burger King



Game Tương tác  
Game tương tác kỹ thuật số kết hợp  
chiến dịch Quảng cáo tại các Trung tâm  
thương mại, khu giải trí.



LCD tương tác - Phân tích độ tuổi, giới tính của  
khách hàng tại siêu thị để chạy quảng cáo phù hợp.



LED Interactive

Màn hình Quảng cáo tương tác, thay  
đổi nội dung Màu xe, loại xe hơi theo  
tùy chọn của người tương tác.

## **5 Xu hướng chính của D-OOH trên Thế giới:**

- **Digital Frame sử dụng LCD** độ sáng cao tại các Trung tâm thương mại và khu vực sân bay, nhà ga công cộng.
- **Độ phân giải 4K** chất lượng cao cho D-OOH trở lên ngày càng phổ biến.
- **Xuất hiện quảng cáo theo ngữ cảnh, bối cảnh** được lập trình trước để tối ưu hóa nội dung quảng cáo.
- **Bảng quảng cáo tương tác:** Phản hồi với màn hình cảm ứng, di chuyển, giọng nói của khách hàng trong phạm vi tương tác với nội dung Branding lập trình trước.
- **Kết hợp với máy bán hàng tự động** và ứng dụng di động.

# THANK YOU