

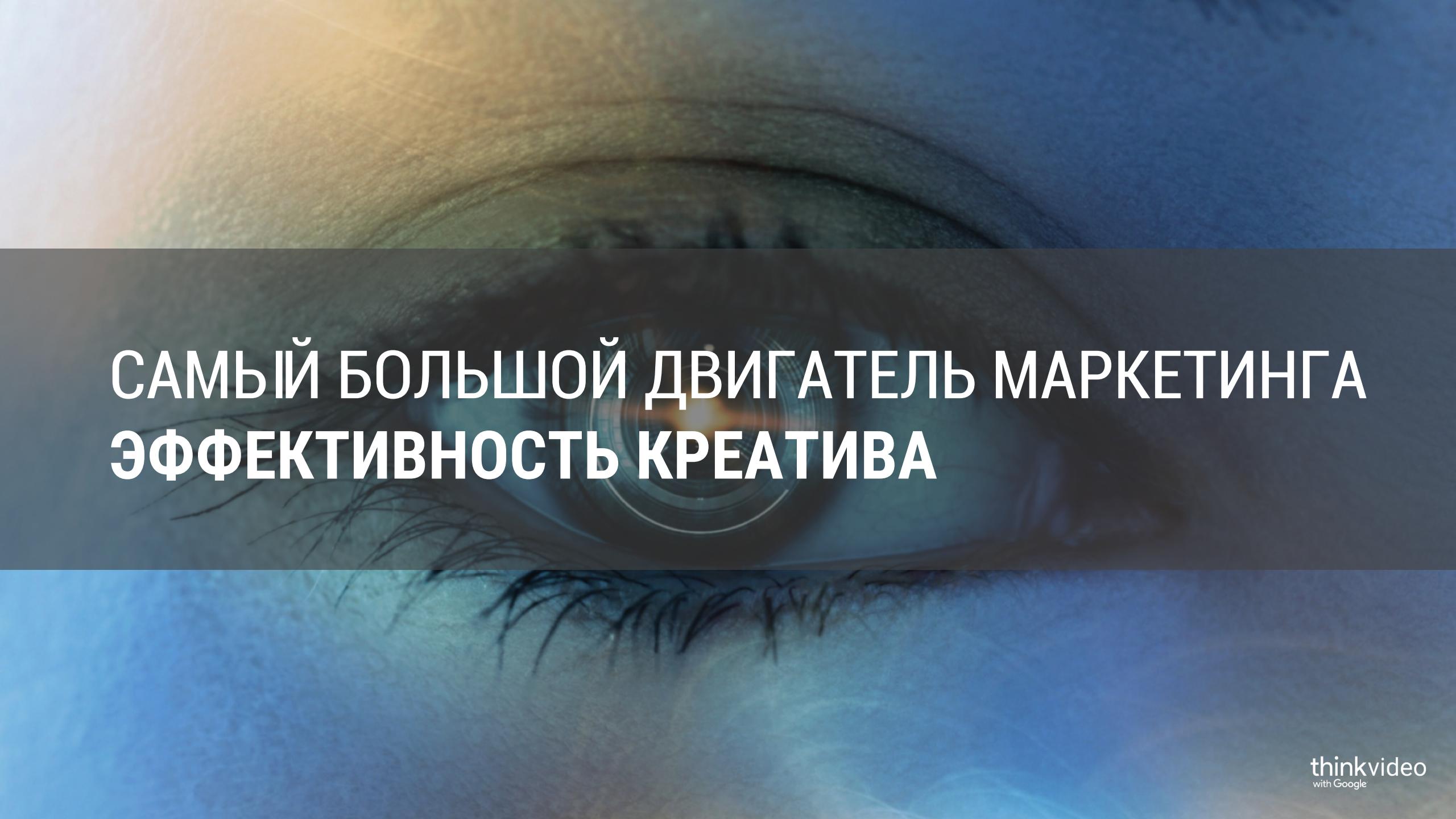
Битва за секунды или  
эмоции? Хронометраж  
имеет значение

think**video**  
with Google®



# CONSUMER IS THE BOSS

*A.G. Lafley,  
CEO Procter and Gamble*



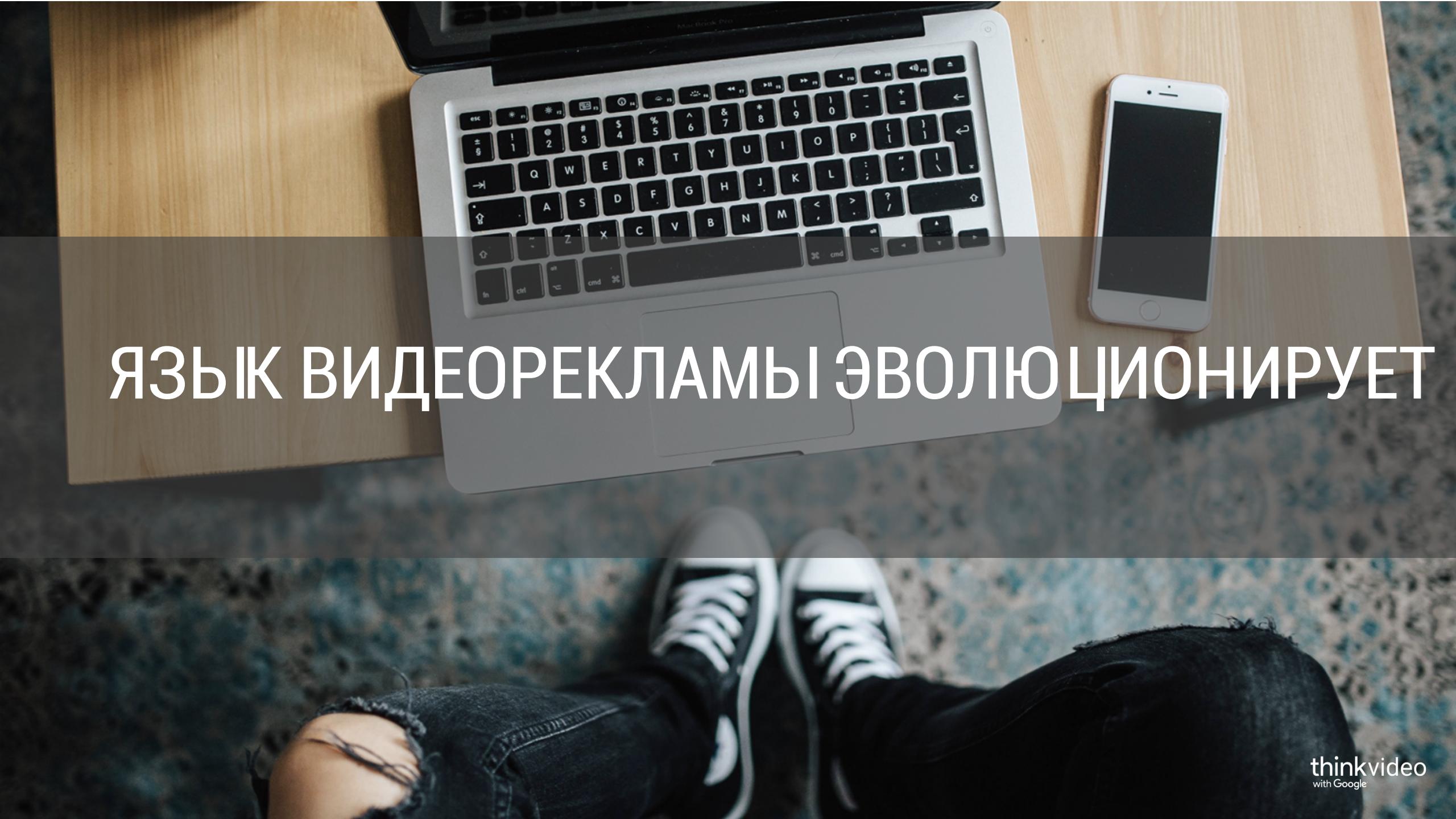
САМЫЙ БОЛЬШОЙ ДВИГАТЕЛЬ МАРКЕТИНГА  
ЭФФЕКТИВНОСТЬ КРЕАТИВА



5 - 35 % ROI от Таргетинга

50 - 80% ROI от КРЕАТИВА





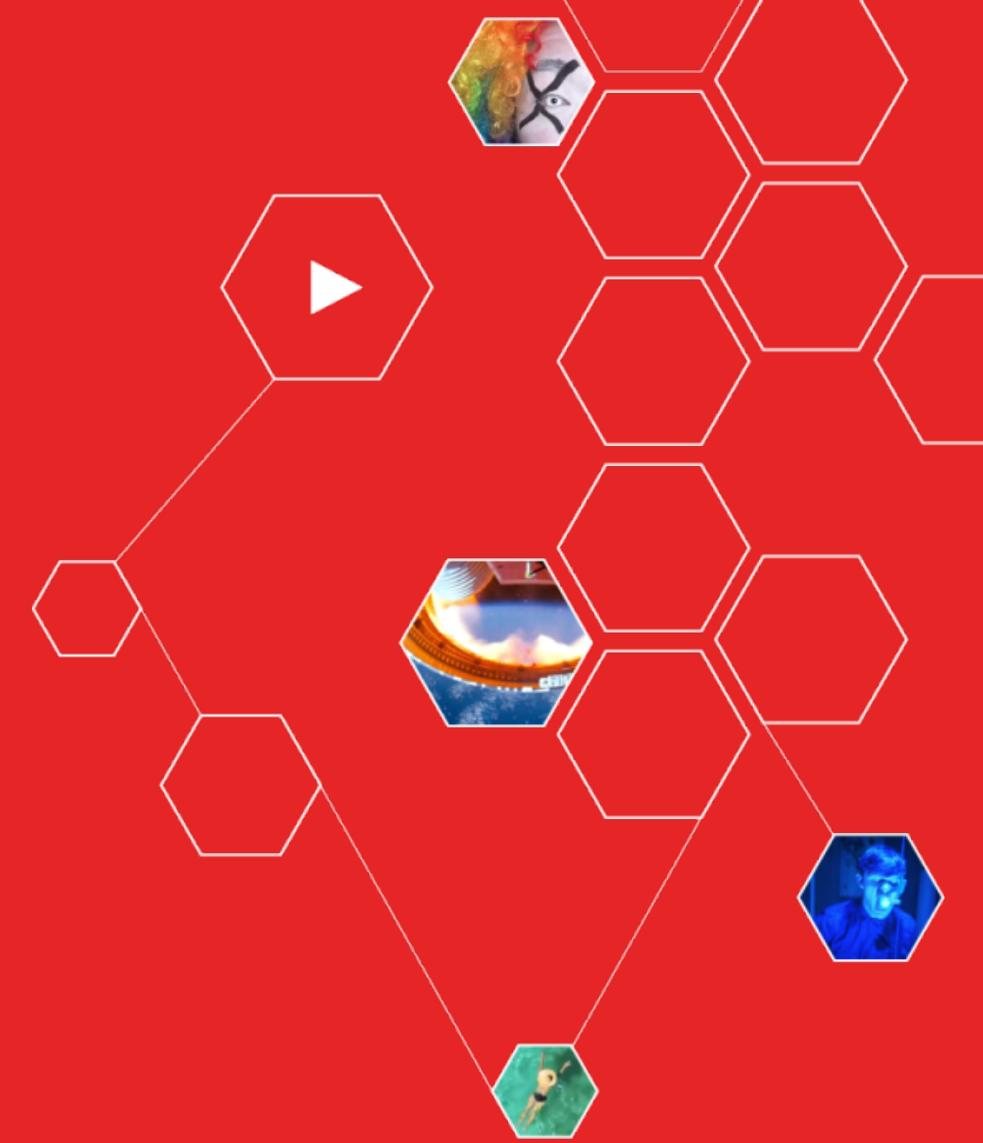
ЯЗЫК ВИДЕОРЕКЛАМЫ ЭВОЛЮЦИОНИРУЕТ

Как добиться  
внимания  
аудитории  
сегодня?



# Unskippable Labs

## by Google



# ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК

Google  
Unskippable  
Labs

# Creative Canvas Report

SPECIFICATION

Pacing

CUT

Slow

ACTIONS

- CLASSIFICATION TRANSFER
- EXEMPTION OVERRIDE

MODEL

A7

SERIES

Y23B

CLASS

M

Google  
Unskippable  
Labs

# Creative Canvas Report

SPECIFICATION

Pacing

CUT

Fast

ACTIONS



CLASSIFICATION TRANSFER



EXEMPTION OVERRIDE

MODEL

A7

SERIES

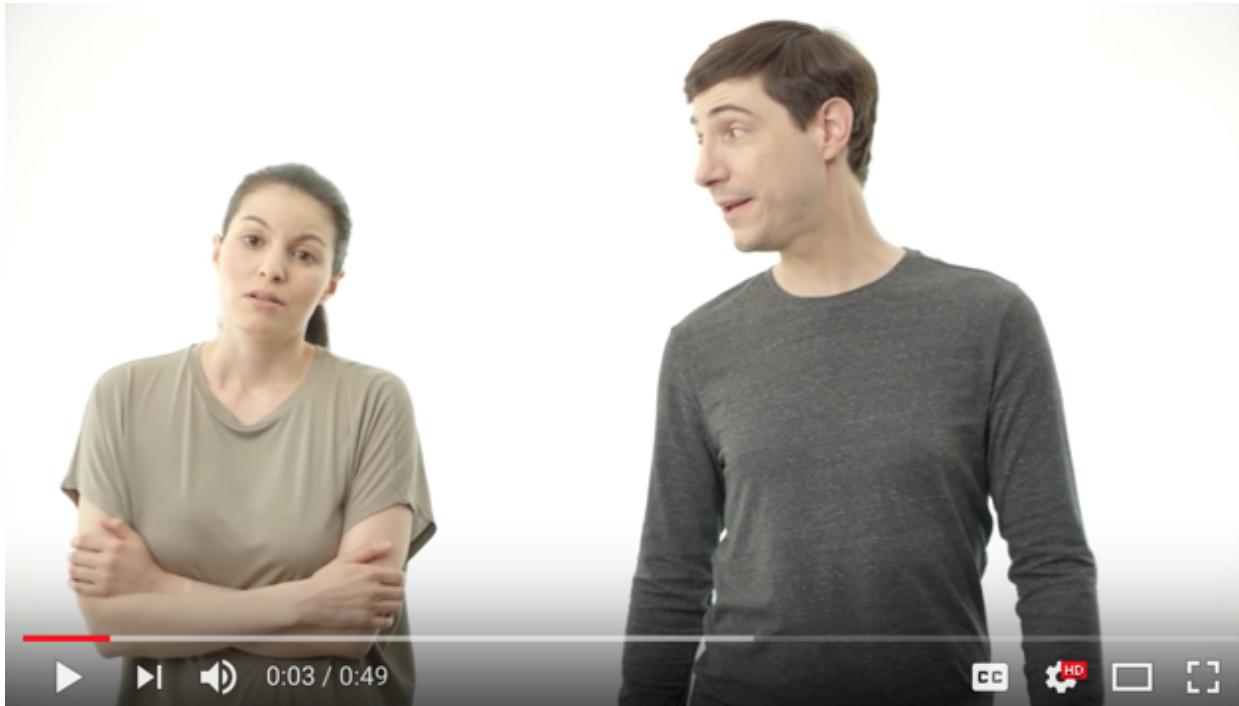
Y22B

CLASS

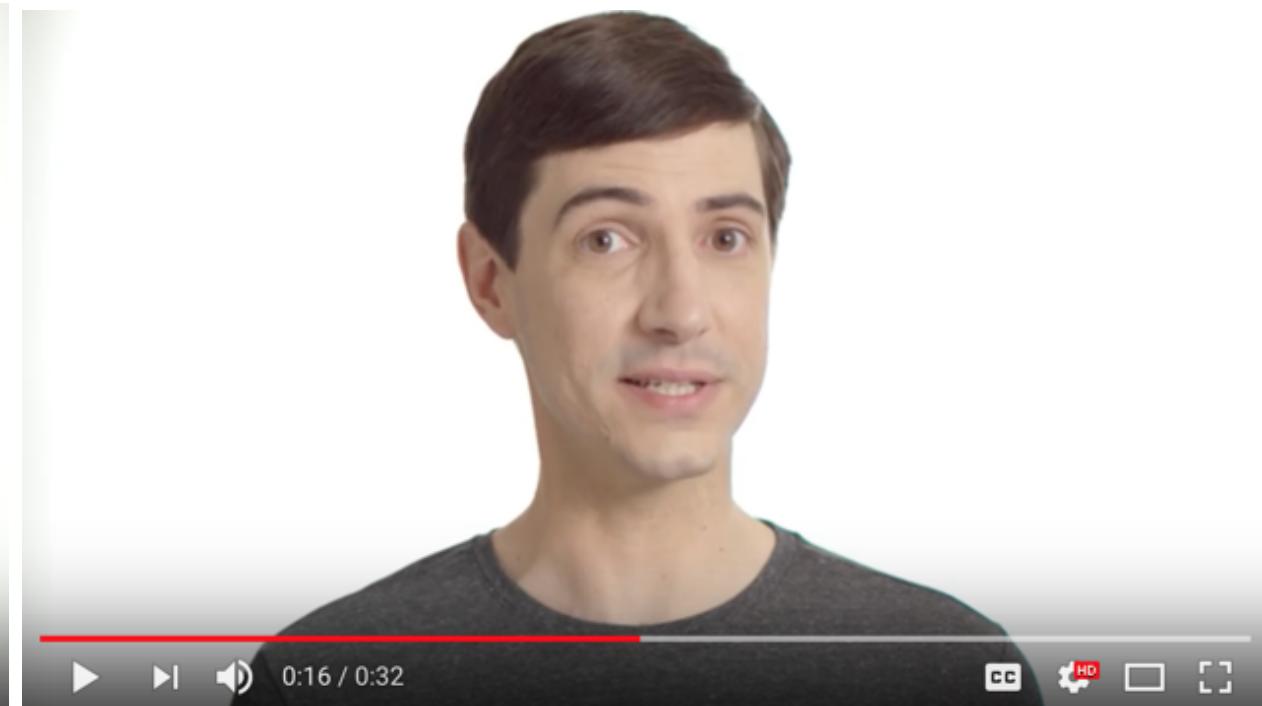
M

# Ритм / Крупность планов

Версия 1



Версия 2



**View-through rate**

**результат:**

Mobile: 29%

Desktop: 31%

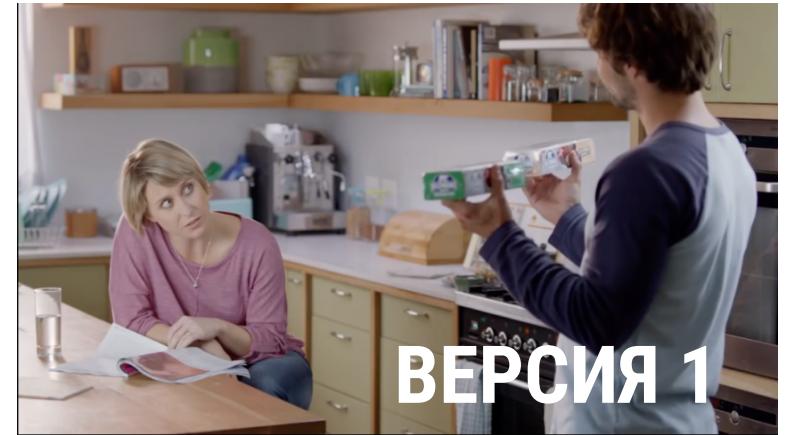
**View-through rate**

**результат:**

Mobile: 35% (+6%)

Desktop: 33% (+2%)

# Агрессивный монтаж ~15+% роста метрик



# Контраст - мобильный экран!



# Контраст - мобильный экран!



# СТРУКТУРА СЮЖЕТА

## Традиционный сюжет

Непропускаемый формат видео



Использование ТВ ролика Онлайн

## Новая модель сюжета

История направленная на привлечение и удержание внимания аудитории

Нативный Брендинг

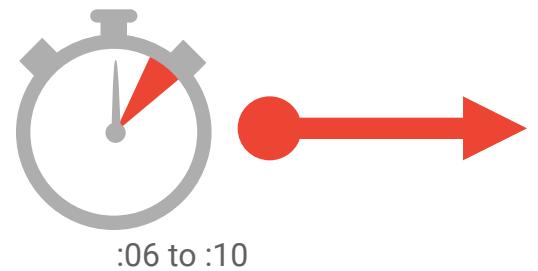
Интрига

Мульти-пики внимания

Неожиданный  
поворот

Продолжение  
истории для  
лояльной аудитории

Креатив в кросс-скрин мире



**THE FOLLOWING PREVIEW HAS BEEN APPROVED FOR  
APPROPRIATE AUDIENCES  
BY THE MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA, INC.**

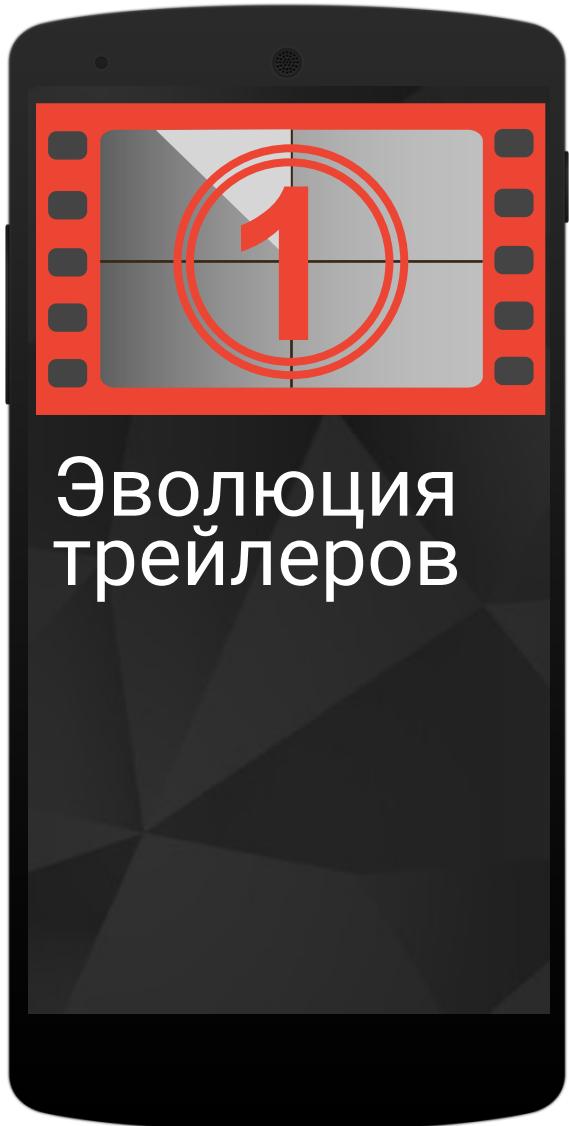
[www.filmratings.com](http://www.filmratings.com)

[www.mpaa.org](http://www.mpaa.org)

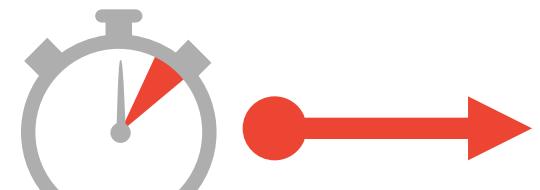


thinkvideo  
with Google





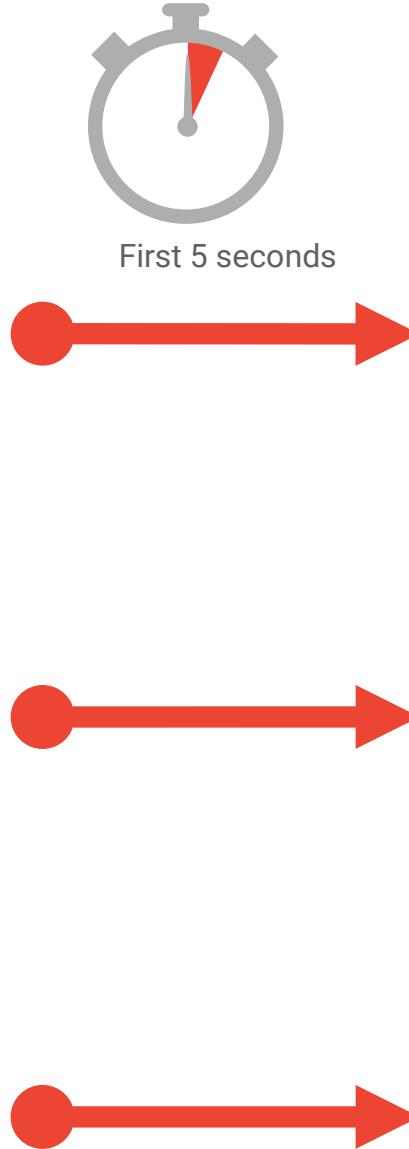
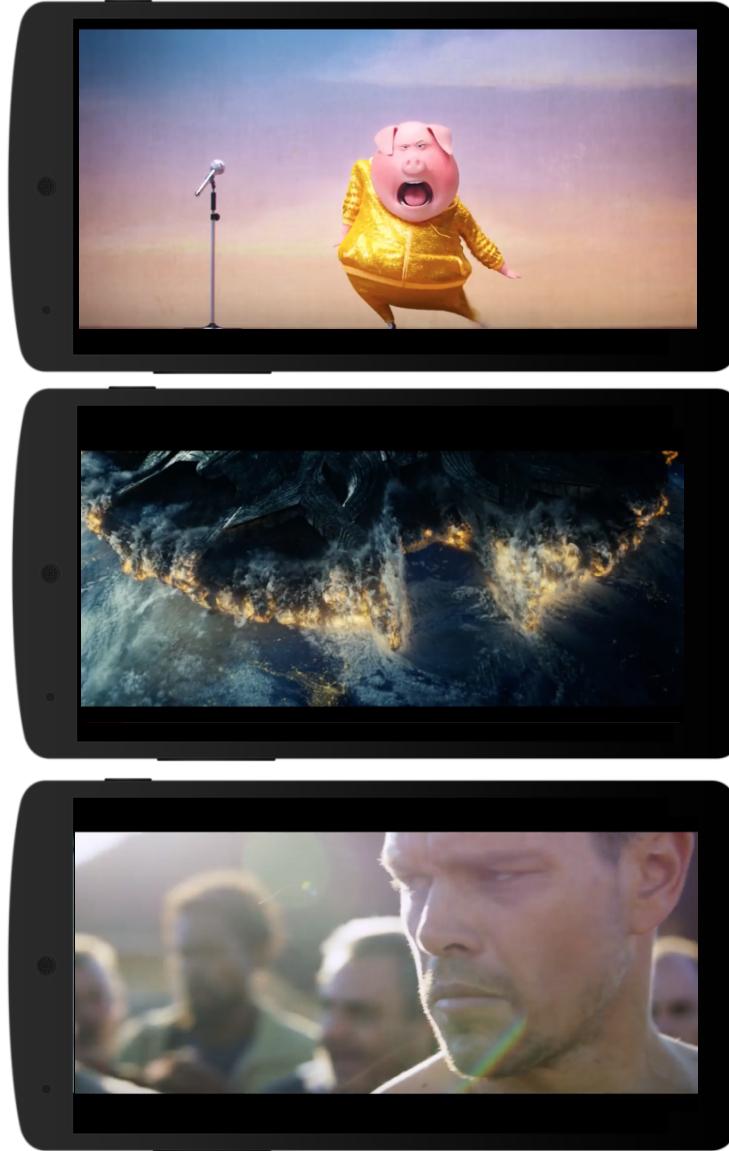
First 5  
seconds



:06 to :10



:11 to :30





thinkvideo  
with Google





thinkvideo  
with Google



First 5 seconds



# Начинаем с продукта, Интрига



# КОНТЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ



Bite.

Snack.

Meal.



# Bite



# Snack



# Meal



# Bite



thinkvideo  
with Google

# Bite



# Snack



# В битву за внимание!

1. Монтаж -> Крупнее, Быстрее, Ярче
2. Структура сюжета -> Начинаем с Продукта, Интригуем
3. Контент стратегия Bite / Snack / Meal

Хотите Bite / Snack / Meal

Пишите на [Natamir@google.com](mailto:Natamir@google.com)

Спасибо!

# **thinkwithgoogle.ru**

**ВСЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ И ВИДЕО  
ВЫСТУПЛЕНИЙ КОНФЕРЕНЦИИ ДОСТУПНЫ  
НА ПОРТАЛЕ THINKWITHGOOGLE.RU**

Think with Google - это ресурс, где есть все, что нужно профессионалам: аналитика и статистика, инсайты и кейсы, инновационные решения и практические рекомендации, - для разных индустрий, платформ и аудиторий. Мы изучаем последние данные, отслеживаем актуальные тенденции и делимся ими с вами.

Будьте в курсе нового, черпайте вдохновение и новые идеи!

[ПЕРЕЙТИ НА САЙТ](#)