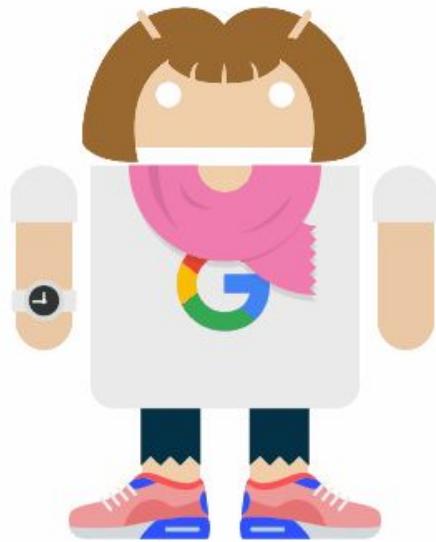


# YouTube measurement



Ирина Евстафеева

Measurement and Attribution specialist

05.04.2018

Skip Ad ►



15:00 / 1:00:00





Newton

URL

J.C. Maxwell

Maxwell Equations

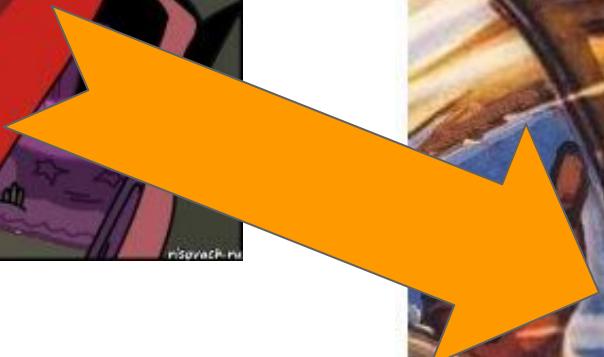
URL

$$ma = \frac{GMm}{r^2}$$

$$F = ma$$

$$ma = mg$$

URL



15:00 / 1:00:00



# Как измерять конверсии на YouTube?

Определить, что является целью



Покупка



Подписка на новости



Заполнение формы



Посещение страницы

# Отслеживать полный путь покупки через микро-конверсии

**Шаг 1:** Отслеживайте посещение целевой страницы как гол  
(настройки отслеживания "одна конверсия за сессию")

**Шаг 2:** Отслеживайте промежуточные конверсии

Примеры: категорийные страницы, корзинка, промежуточные этапы оформления  
заказа

**Шаг 3:** Отслеживайте основную конверсию  
(покупку, заказ) (KPI) в колонке "Конверсии"

**Просмотр  
страницы**

**Микро-  
конверсии**

**Покупка**  
KPI, biddable  
conversion

# Как оценить полное влияние YouTube на конверсии?

1

## Основная оценка

Код отслеживания конверсий AdWords

2

## Дополнительные возможности

Инкрементальные тесты (Conversion Lift, Geo experiment)



15:00 / 1:00:00



# Как оценить полное влияние YouTube на конверсии?

1

## Основная оценка

### Код отслеживания конверсий AdWords

2

## Дополнительные возможности

### Инкрементальные тесты (Conversion Lift, Geo experiment)



15:00 / 1:00:00



# AWCT - самый полный способ отслеживания



Наиболее комплексный



Встроенный и не требующий дополнительной проработки



Работает кросс-девайс



Бесплатный и доступный



15:00 / 1:00:00



# Миф:

Конверсии приходят только с кликов

## Реальность:

Конверсии в  
TrueView могут  
происходить в  
результате ТРЕХ  
разных действий



Click- through  
(Клик)



Engaged View  
(30 сек просмотра  
или все видео до  
конца)

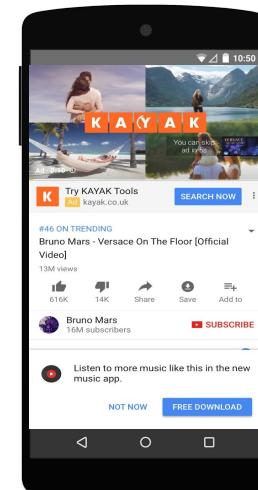


View Through  
(Показ)

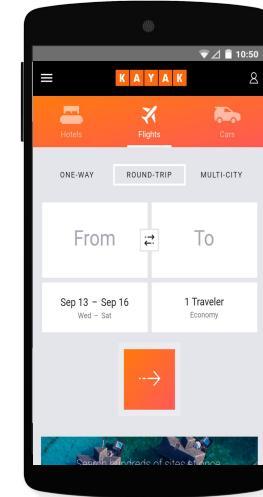
# Миф:

View Throughs конверсии происходят после просмотра  
(30сек или все видео)

**Реальность:**  
**View Through**  
**конверсии**  
**основываются**  
**на показах**



Пользователь смотрит  
8сек из 30сек TrV  
объявления



Пользователь через время  
конвертируется на  
мобильном устройстве



## Click-through

(Клик)

Платное взаимодействие:

- [Click-through] Clicking one of the interactive ad elements OR
- [Engaged View] Viewer watches 30 seconds or the entire video, whichever comes first.



## Engaged View

(30 сек/конец видео)

ИЛИ



## View-through

(Показ)

Показ:

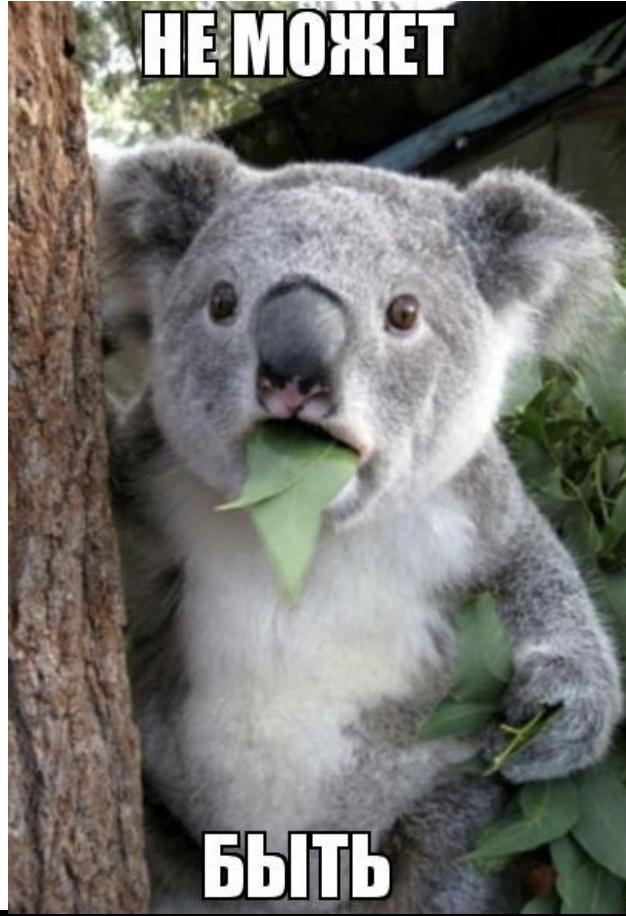
- [View-through] User only sees the ad impression (e.g. Skipper) and then later converts.



15:00 / 1:00:00



НЕ МОЖЕТ



БЫТЬ



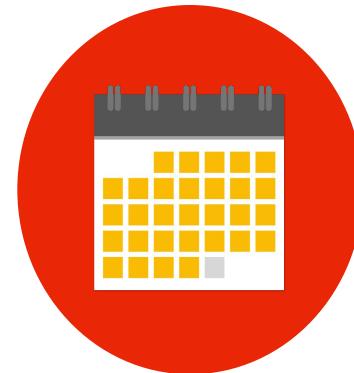
15:00 / 1:00:00



# Миф:

Окно конверсии для Кликов и Показов – 30 дней

**Реальность:**  
**30 дней – это**  
**значение по**  
**умолчанию,**  
**которое можно**  
**изменить**

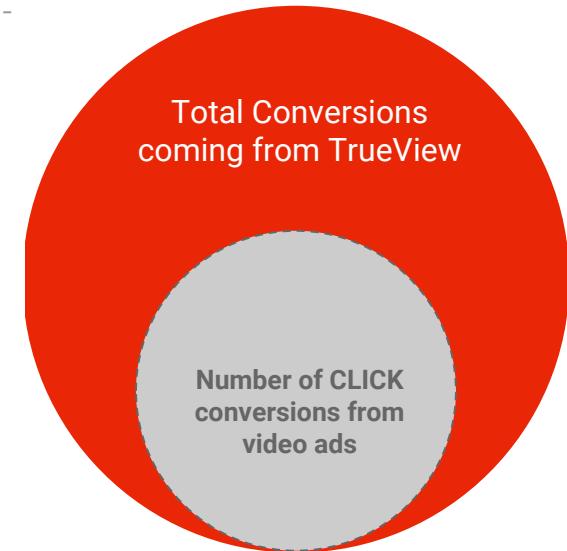


# Миф:

CPC – лучший способ оценки эффективности рекламы

**Реальность:**  
**Клики и CPC**  
**показывают только**  
**часть**  
**эффективности**

Make sure to capture  
all conversions from  
TrueView campaigns



# AWCT включает кросс-девайс конверсии



Customer views /  
clicks on mobile ad but  
does not convert



Customer visits site  
directly on another  
device to purchase



Cross device conversions  
now automatically included  
within **conversions column**



15:00 / 1:00:00



# Как оценить полное влияние YouTube на конверсии?

1

## Основная оценка

Код отслеживания конверсий AdWords

2

## Дополнительные возможности

Инкрементальные тесты (Conversion Lift,  
Geo experiment)



15:00 / 1:00:00



Brand Consideration	Organic Search Lift	Purchase Intent	Presence of Conversions	Incrementality of Conversions
Выберут ли мой бренд?	Ищут ли мой бренд?	Купят ли продукты моего бренда?	Участвует ли YouTube в принятии решения о покупке?	Приносит ли YouTube дополнительные конверсии?

## CONSIDERATION

## ACTION

### How:

#### - Brand Lift:

Surveys

### How:

#### - Brand Lift:

Interest study

### How:

#### - Brand Lift:

Surveys

### How:

#### - AWCT Total Conversions:

Conversions, VTCs, and conversions from video remarketing lists

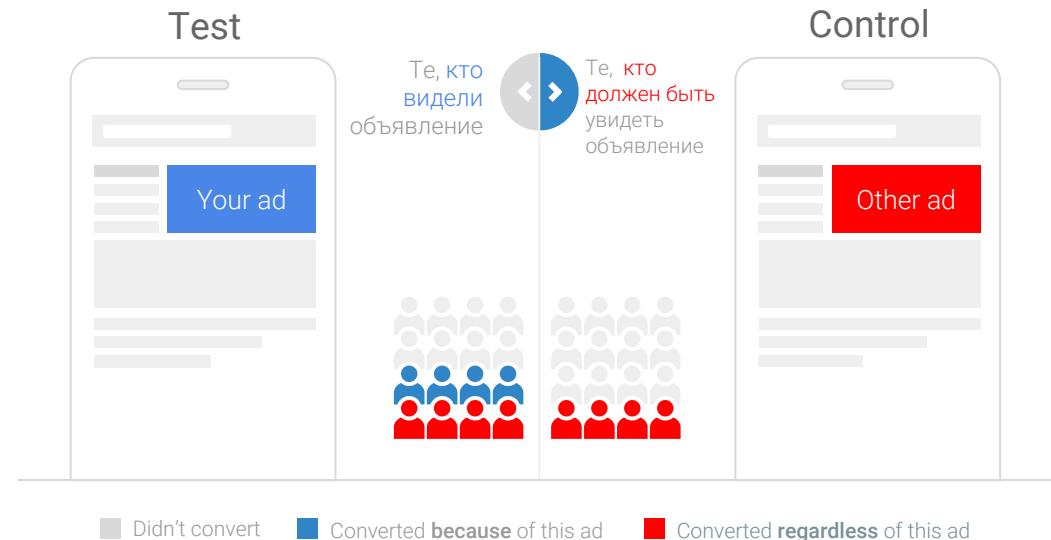
### How:

#### - Geo Experiments

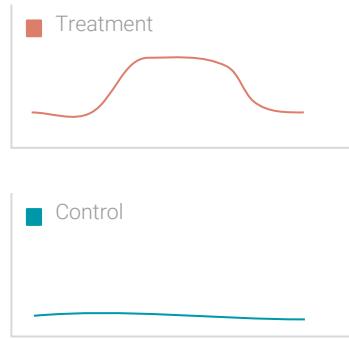
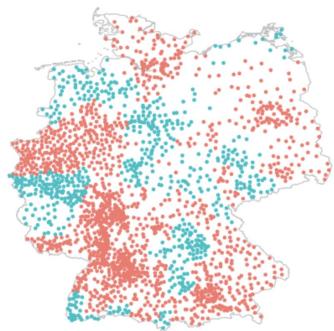
#### - Conversion lift

# Как работает Conversion Lift

**Conversion Lift** помогает  
ответить на вопрос -  
конверсия произошла  
потому, что **пользователь**  
**увидел мое объявление**, или  
произошла бы вне  
зависимости от него

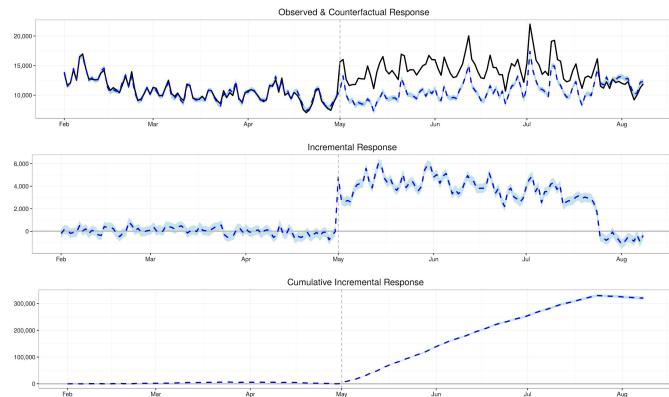


# Как работает Geo Experiment



Регион случайным образом делится на тестовые и контрольные участки

Adwords таргетирует пользователей в тестовом регионе



Система измеряет инкрементальный бюджет, ROAS/CPA или любую другую контрольную метрику

ЧТО-ТО ЕЩЕ?



Памагити



15:00 / 1:00:00





Помните, что нужно  
правильно сравнивать  
данные в разных системах

Что нужно иметь ввиду?

- Одна и та же конверсия
- Одно и то же окно конверсии
- Сравните определение и подсчет  
каждой метрики (к примеру, Viewability)



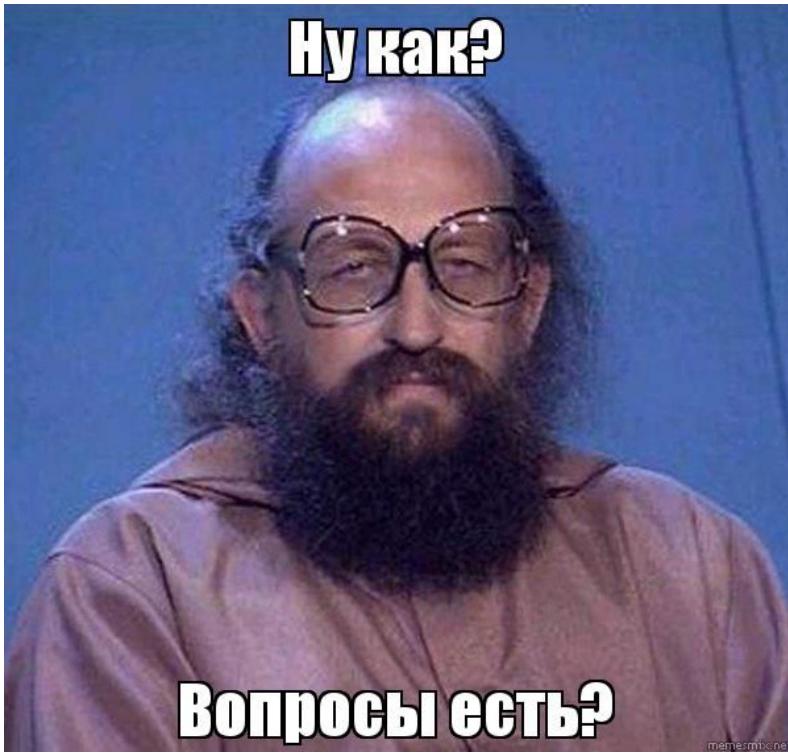
# YouTube for Performance: Implementation Checklist

CHECKS	WHAT TO REVIEW
<b>Measurement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> <a href="#"><u>Implement Adwords Conversion Tracking</u></a></li><li><input type="checkbox"/> Create separate AW Account with dedicated Conversion tag</li><li><input type="checkbox"/> Verify "Count" Setting in AdWords ("every" for purchases, subscriptions etc vs "one" for page visit etc)</li><li><input type="checkbox"/> Surface TOTAL conversions generated by including Conversions &amp; View-through Conversions in CPA calculations</li><li><input type="checkbox"/> Make sure VTCs are factored into CPA calculations (Create a custom column to include VTCs into CPA calculations. NOTE! tCPA bids and custom CPAs including VTCs will not align)</li><li><input type="checkbox"/> Report full funnel impact<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Setup and track Micro-Conversions</li><li><input type="checkbox"/> Report on core &amp; extended YouTube performance</li><li><input type="checkbox"/> Setup Brand Lift to demonstrate impact of TrueView campaign on 'Consideration' metrics and measure the impact of YouTube campaigns on branded search volumes</li></ul></li><li><input type="checkbox"/> Link your YouTube account with Adwords to see follow-on views/subscribers</li></ul>



15:00 / 1:00:00





Ну как?

Вопросы есть?

14:30 - Measurement Room

‘Kin-dza-dza’



15:00 / 1:00:00





Спасибо!

Skip Ad ►



15:00 / 1:00:00

