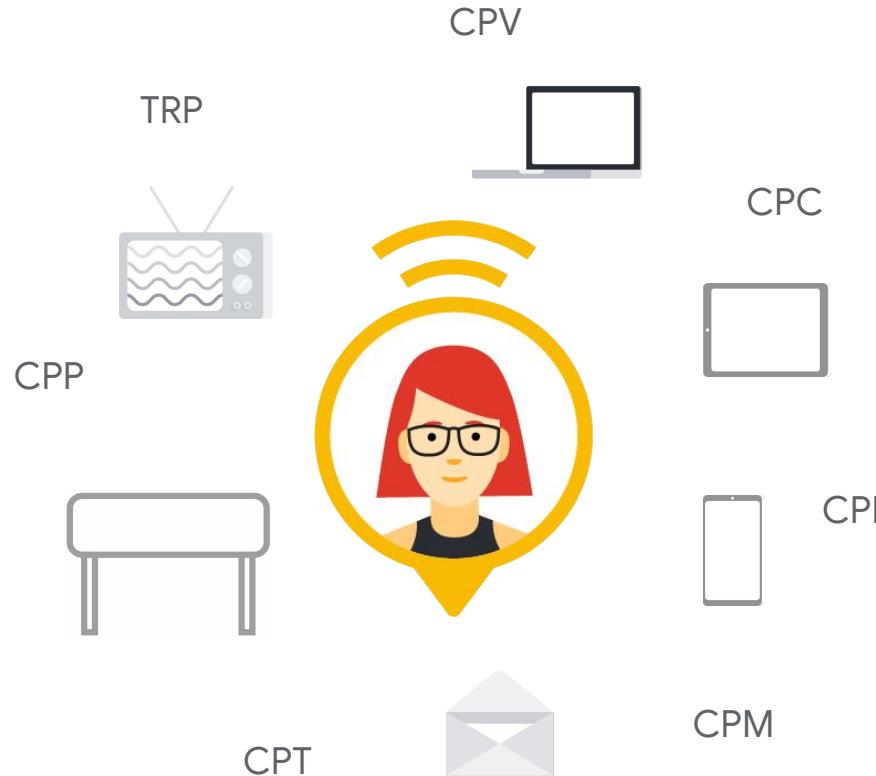


Эволюция видеорекламы

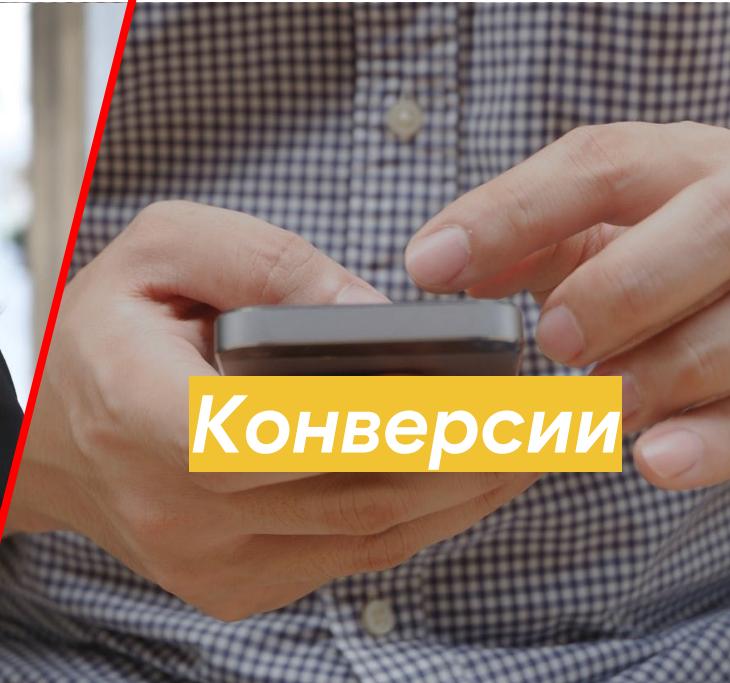
Покупка видео на основе маркетинговых задач

Александр Бобков, Google

Какой медиа KPI выбрать для оценки эффективности кампании?



Ваши медиа KPI должны совпадать с маркетинговыми задачами



Задача: построение охвата

Что важно?

Построение охвата целевой аудитории на определенной частоте

Как измерить?

Отчеты Unique Reach

Чем достичь?

TrueView for Reach
Bumper Ads

Отчеты Unique Reach

Что это?

- В основе отчетов Unique Reach лежит патентованная модель по переводу cookies в людей
- Оценивает охват и частоту на каждом устройстве с учетом пересечения
- Оценивает попадание в демографию

Ключевые метрики

- Количество охваченных человек
- Средняя частота на человека
- Разбивка по демографии



TrueView for Reach

Формат

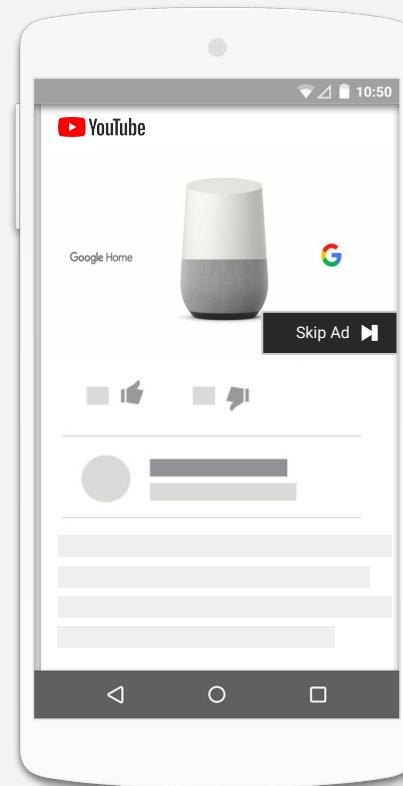
- in-stream, с возможностью пропустить рекламу после 5"
- рекомендуемая длительность – до 20"
- оптимизация на широкий охват при низких CPM
- хорошо сочетается с Bumper Ads

Цель

- максимальный охват при минимальной стоимости контакта

Стоимость

- средний CPM 100-120₽



6" Bumpers

Формат

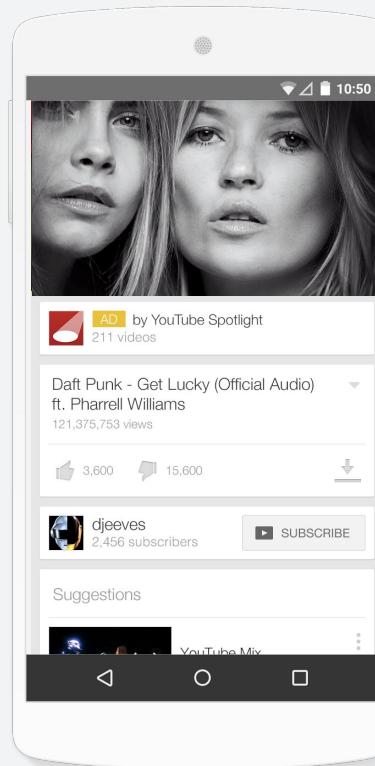
- 6-сек непропускаемое in-stream видео со звуком
- эффективен для повышения ad recall и awareness: 97% кампаний значительно увеличили запоминаемость рекламы, а средний прирост по всемкампаниям составил более 40% в России

Цель

- дополнительный охват и частота
- оптимизация стоимости контакта

Стоимость

- средний CPM 95₽
- самый дешевый видеоформат на YouTube



Задача: вовлечение пользователя

Что важно?

Увеличение бренд-метрик
среди аудитории

Как измерить?

Отчеты Brand Lift

Чем достичь?

TrueView Maximize Lift

Отчеты Brand Lift



Метрики



Ad Recall (Запоминаемость рекламы)
Brand Awareness (Знание бренда)
Consideration (Рассмотрение)
Favorability (Предпочтение)
Purchase Intent (Намерение купить)



Brand Interest (Интерес к бренду)

Метод измерения



Опросы



Анализ поисковой активности в Google и YouTube

На какие вопросы отвечаем?



Какая демографическая группа показала наибольший рост знания бренда?



Побуждает ли моя кампания искать информацию в интернете про мой бренд или продукт?

TrueView Maximize Lift

Формат

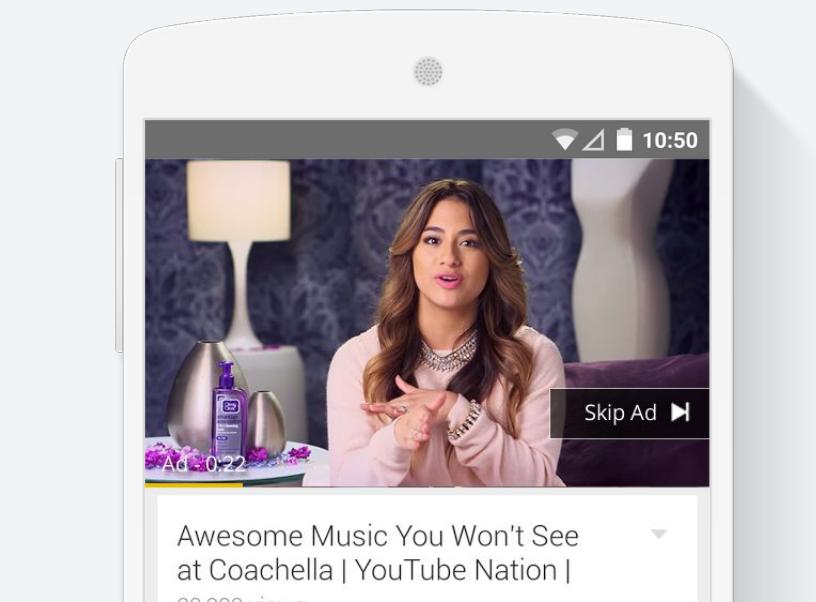
- Оптимизируется на brand/product consideration
- По заданной целевой аудитории Brand Lift определяет тех, на кого рекламное сообщение повлияло сильнее всего
- Алгоритмы машинного обучения находят похожих на них людей для максимизации прироста метрики consideration

Цель

- Эффективный охват целевой аудитории
- Повышение метрики consideration
- Минимизация стоимости за прирост consideration

Стоимость

- ↑Brand Lift на ₽
- ↓стоимость за вовлеченного (consideration) пользователя



Задача: привлечение конверсий / продаж

Что важно?

Привлечение
максимального количества
конверсий при
минимальной стоимости за
конверсию

Как измерить?

Google Ads Conversion
Tracking

Чем достичь?

TrueView for Action

Google Ads Conversion Tracking



Точное

Наиболее точное
решение для
измерения всех видов
конверсий (после
клика, просмотра и
показа) с YouTube.



Встроенное

Доступно для всех
кампаний в Google Ads,
настраивается с
помощью размещения
единого трекинга
конверсии.



Кросс-девайс

Измеряет кросс-
девайс результаты,
даже если показ и
конверсия произошли
на разных устройствах.



Бесплатное

Бесплатно и доступно
для всех
рекламодателей, что
позволяет
максимизировать ваш
ROAS.

TrueView for Action

Формат

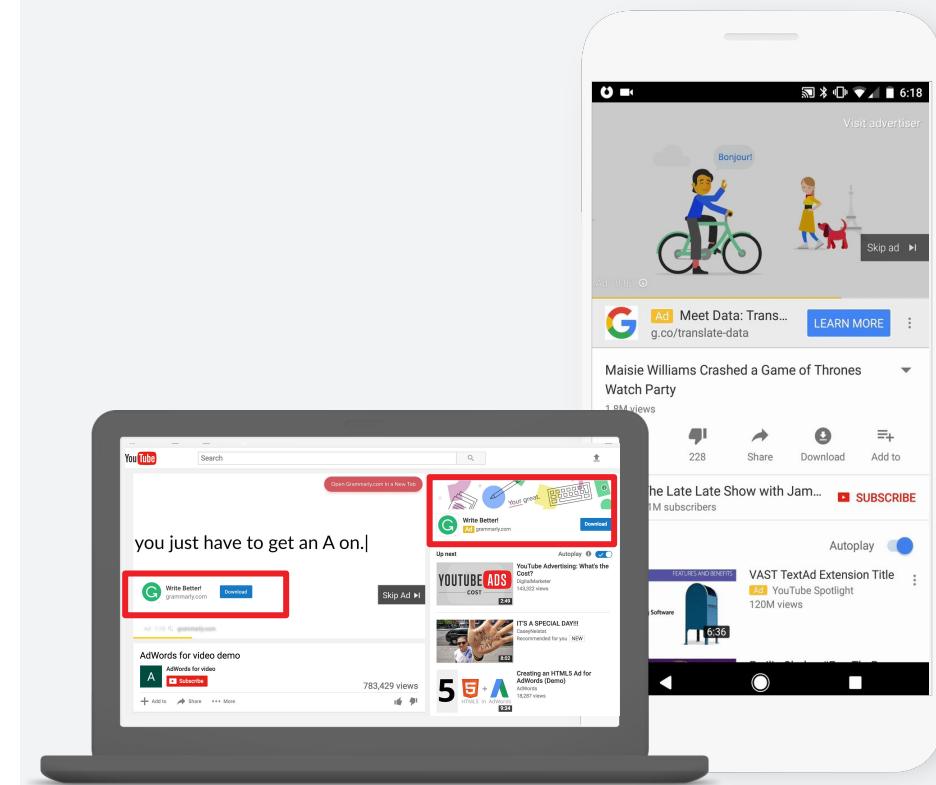
- TrueView, оптимизированный на привлечение конверсий
- дополнительные призывы к действию и автоматический end screen
- возможность задать собственные призывы к действию

Цель

- получение конверсий из видео

Стоимость

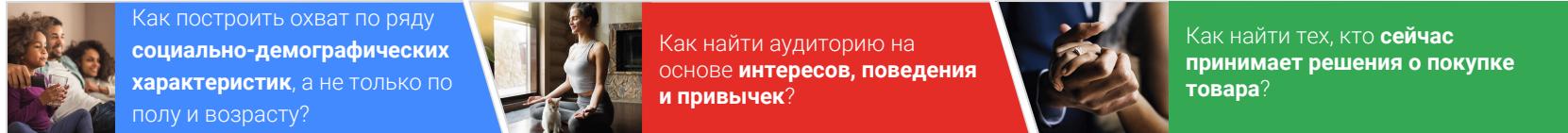
- оптимизация по target CPA



Google

Что еще важно учесть?

Таргетинги для каждого этапа пути к конверсии



Вид
аудитории

Расширенные демографические характеристики

Возраст детей · Семейное положение ·
Статус домовладения · Образование

Интересы и привычки

Affinity (Аудитории по интересам)

Custom Affinity (Пользовательские аудитории по интересам)

Consumer Patterns (Потребительские привычки)

Намерения и действия

Life Events (Важные жизненные события)

In-market (Аудитории заинтересованных покупателей)

Custom Intent

Ремаркетинг
Видео · Сайт · Похожие аудитории

Customer Match
Email · Адрес · Телефон · Похожие аудитории

Подходит для

Запоминаемость рекламы и знание бренда

Рассмотрение и предпочтение бренда

Намерение купить / действия на сайте / действия в оффлайн

Адаптировать креатив

Как решить маркетинговые задачи с помощью видеорекламы

Задача

Что важно?

Как измерить?

Чем достичь?

Как решить маркетинговые задачи с помощью видеорекламы

Задача	Что важно?	Как измерить?	Чем достичь?
Построение охвата	Построение охвата целевой аудитории на определенной частоте	Отчеты Unique Reach	TrueView for Reach Bumper Ads

Как решить маркетинговые задачи с помощью видеорекламы

Задача	Что важно?	Как измерить?	Чем достичь?
Построение охвата	Построение охвата целевой аудитории на определенной частоте	Отчеты Unique Reach	TrueView for Reach Bumper Ads
Вовлечение пользователя	Увеличение бренд-метрик среди аудитории	Отчеты Brand Lift	TrueView Maximize Lift

Как решить маркетинговые задачи с помощью видеорекламы

Задача	Что важно?	Как измерить?	Чем достичь?
Построение охвата	Построение охвата целевой аудитории на определенной частоте	Отчеты Unique Reach	TrueView for Reach Bumper Ads
Вовлечение пользователя	Увеличение бренд-метрик среди аудитории	Отчеты Brand Lift	TrueView Maximize Lift
Привлечение конверсий	Привлечение максимального количества конверсий при минимальной стоимости за конверсию	Google Ads Conversion Tracking	TrueView for Action

Think with **Google.ru**