

# Александр Бобков

Ведущий специалист по видеорекламе,  
Google Россия



# Новые покупатели – потенциал для роста вашего бизнеса



# Новые покупатели – потенциал для роста вашего бизнеса



**40% выручки  
зависит от  
80% клиентов**



Для удержания доли  
рынка, компании должны  
**постоянно** искать  
**новых клиентов**

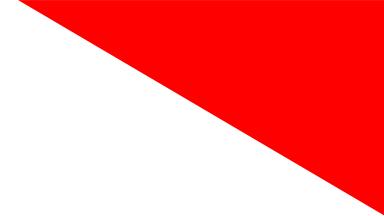




Традиционный  
1 : 1



Интернет  
1 : многие



# При чём здесь YouTube?

# Ваши клиенты используют YouTube для принятия решения о покупке

YouTube влияет на решение о покупке

**55%**

искаших информацию о продукте в поиске переходят на YouTube, чтобы узнать больше

**35%**

покупателей обращались к YouTube, чтобы получить информацию в процессе покупки

и обладает широким охватом

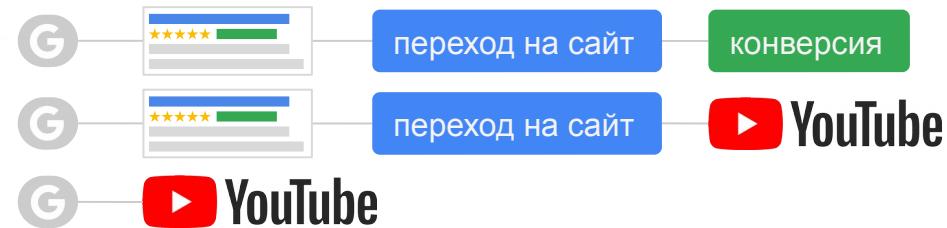
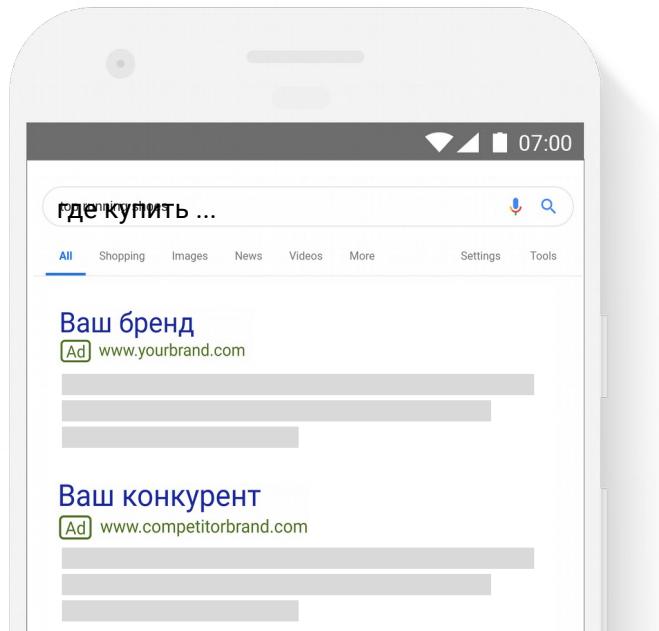
**83%**

ежемесячный охват YouTube в России для аудитории 18-44

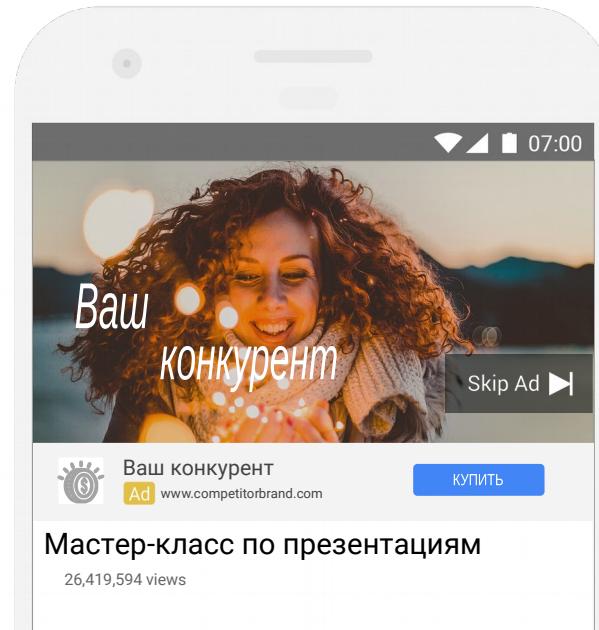
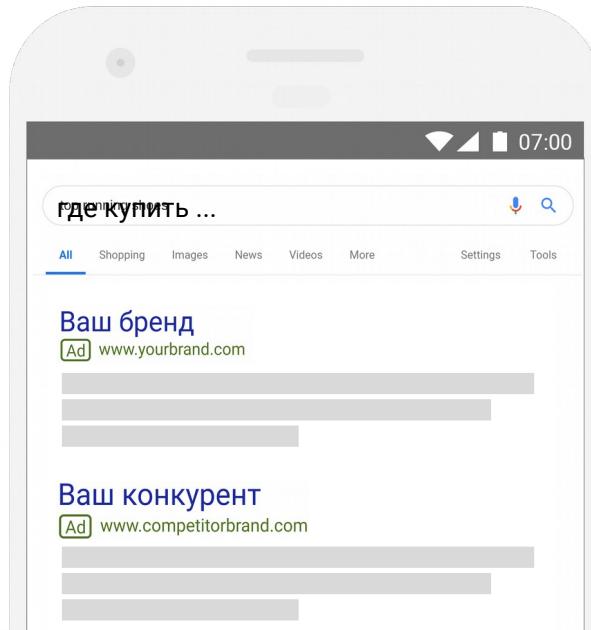
**79%**

пользователей рунета предпочитают смотреть видео на YouTube

# Поисковая выдача – проверенный источник привлечения клиентов

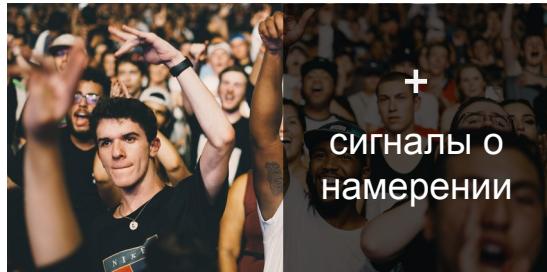


# Есть ли ваш бренд на YouTube?

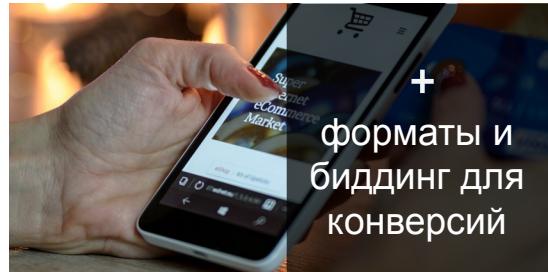


# Как правильно использовать YouTube для привлечения клиентов?

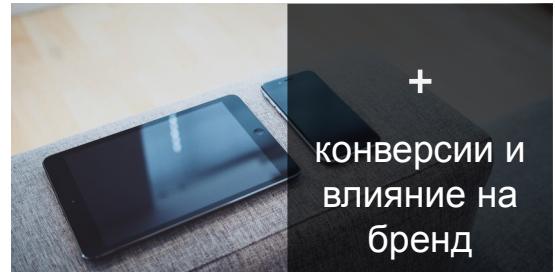
Как **правильно** найти  
пользователей в активной  
стадии процесса покупки?



Как **правильно** превратить  
их намерения в действия?



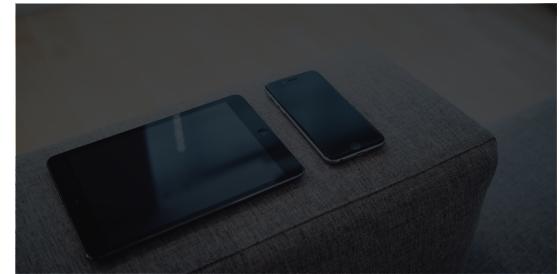
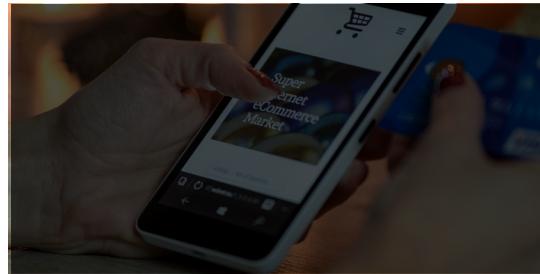
Как **правильно** оценить  
результат?



# Как правильно найти пользователей в активной стадии процесса покупки?



сигналы о  
намерении



Найдите заинтересованную  
аудиторию с помощью  
сигналов о намерениях среди  
миллионов пользователей  
YouTube

Используйте сигналы о намерениях вашей  
субботы



# Таргетинги, основанные на аудиторных сигналах



## 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)

Light TV



## Намерения и действия

**Custom Intent** (Особые аудитории по намерениям)

**In-market** (Аудитории заинтересованных покупателей)

**Life Events** (Важные жизненные события)

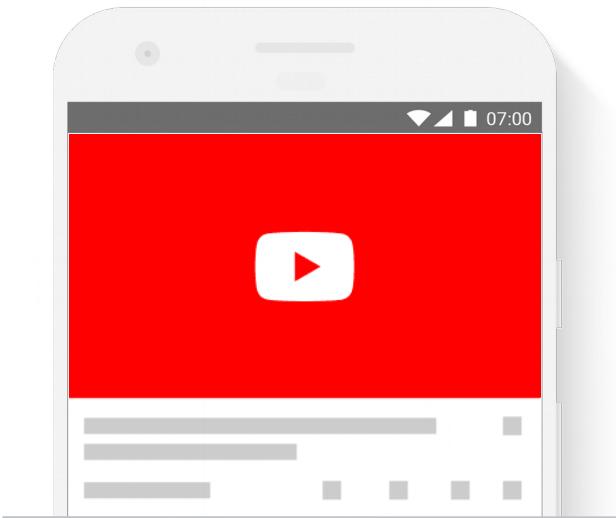
Ремаркетинг  
Видео · Сайт · Похожие аудитории

**Customer Match**  
Email · Адрес · Телефон · Похожие аудитории

# Конвертируйте на YouTube заинтересованную аудиторию из поиска Google



Поисковые системы – лучший источник сигналов о намерении купить



Конвертируйте поисковую аудиторию на YouTube с помощью Custom Intent (особых аудиторий по намерениям)

# Расширяйте таргетинг и тестируйте различные аудитории

## Custom Intent

(Особые аудитории по намерениям)



Таргетируйте видео на тех, кто недавно искал что-либо на Google.

**+30%**  
выше  
коэффициент  
конверсий

по сравнению с кампаниями TrueView for Action, использующими другие таргетинги.

## In-Market

(Аудитории заинтересованных покупателей)



Найдите тех, кто находится в активной стадии покупки ваших товаров и услуг, включая тех, кто собирается приобрести товары и услуги у ваших конкурентов.

## Life Events

(Важные жизненные события)

## Consumer Patterns

(Потребительские привычки)



Найдите тех, кто переживает важные жизненное событие, например, свадьба, переезд, смена работы. А также людей по их потребительским привычкам, например, посетителей ресторанов, торговых центров или тех, кто занимается покупками продуктов в семье.

## Custom Affinity

(Пользовательские аудитории по интересам)

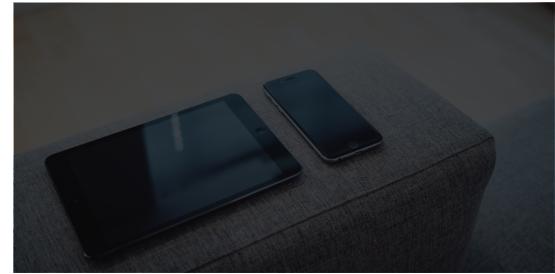


Создавайте собственные аудитории по интересам на основе установленных приложений, посещенных мест, ключевых слов и URL страниц.



конвертируйте поисковые  
намерения с помощью таргетинга  
**Custom Intent**, а затем расширяйте  
охват и **тестируйте** различные  
аудитории

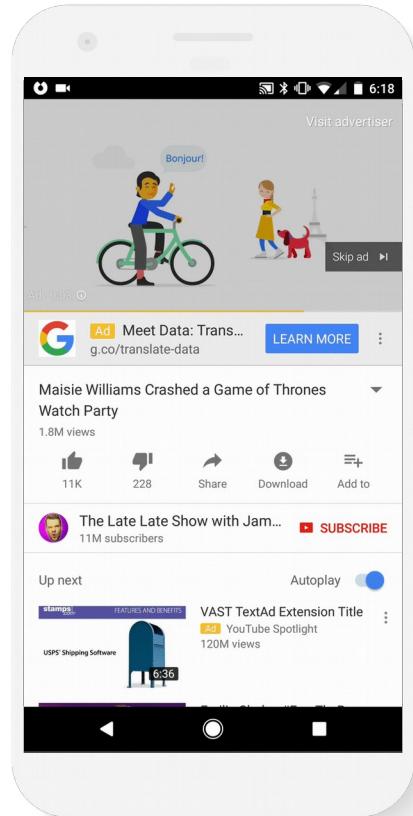
# Как правильно превратить их намерения в действия?



Получайте конверсии со  
специальными форматами  
видеорекламы

# TrueView for Action

Биддинг по target CPA



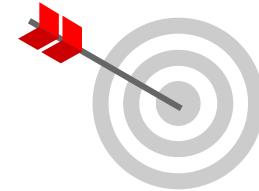
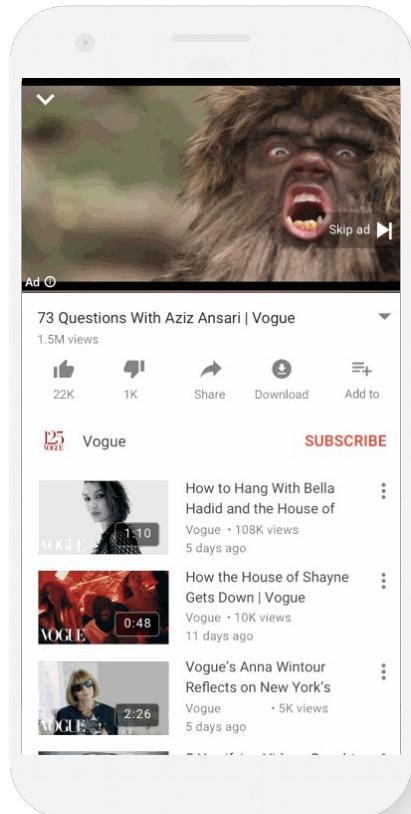
Создан специально  
для привлечения  
конверсий

- настраиваемая кнопка с  
призывом к действию
- автоматическая заставка  
с призывом к действию по  
окончанию ролика
- оптимизация на  
целевую стоимость  
конверсии

NE  
W

# TrueView for Action

Биддинг по Max  
Conversions



+

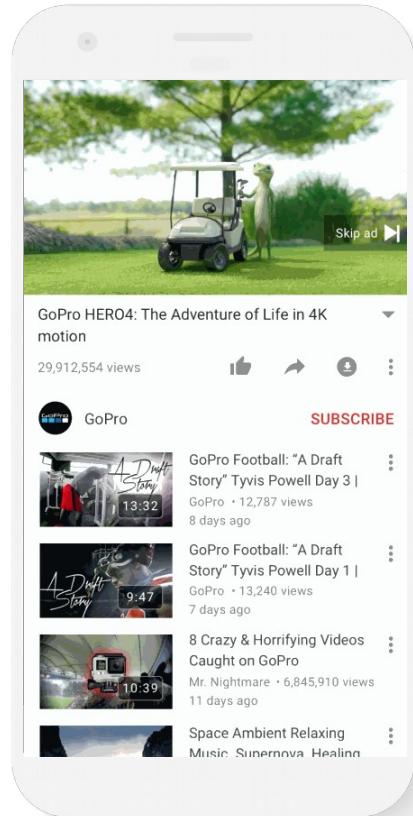
Новый  
автоматический  
биддинг:

Max Conversions  
(максимум конверсий)

Автоматическое управление  
ставками – оптимизирует  
размещение на максимальное  
количество конверсий в рамках  
заданного бюджета

NEW

# TrueView for Action для лидогенерации (beta)



Собирайте лиды из видеорекламы

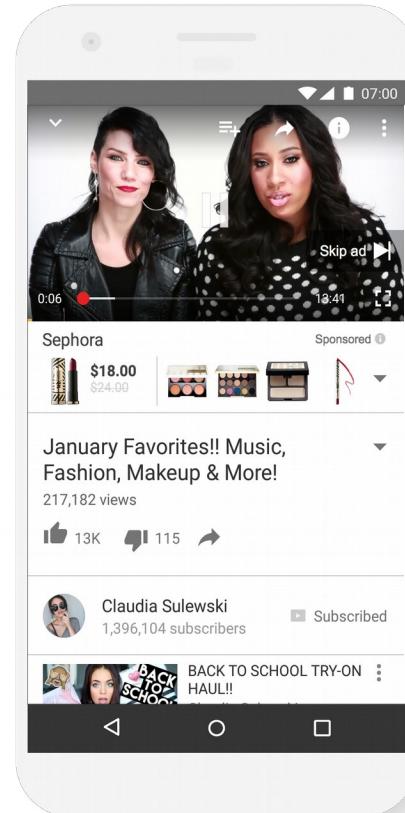
- пользователь заполняет форму в интерфейсе YouTube
- доступные поля для заполнения: имя, email, телефон, индекс
- автоматическое заполнение для залогиненных пользователей

# TrueView for Shopping

Показывайте товары из интернет-магазина в видеоролике

Интеграция с Google Merchant Center:

- выбирайте товары вручную или автоматически
- релевантные товары для каждого пользователя
- демонстрация цены
- до 6 товаров



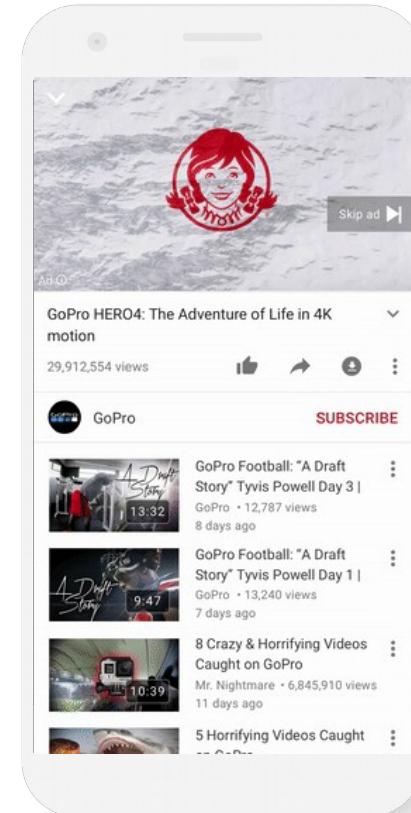
# Location Extension

S

Продвигайте точки продаж и пункты выдачи

Интеграция с Google Картами позволяет:

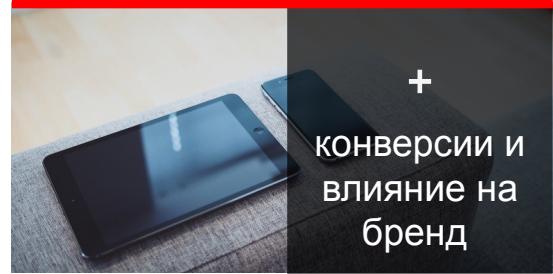
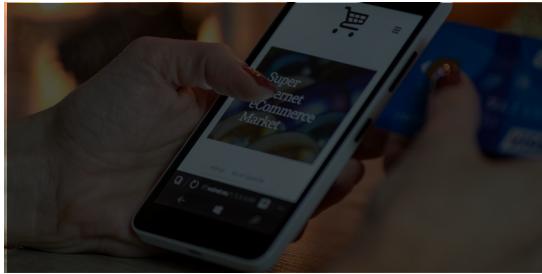
- проложить маршрут
- позвонить
- узнать время работы
- почитать отзывы
- перейти на сайт





используйте **TrueView for Action** с  
автоматическим бiddingом **Max  
Conversions** для получения  
конверсий

# Как правильно оценить результат?



Оцените результат с помощью атрибуции конверсий и оценки влияния на бренд

# Оцените атрибуцированные конверсии от видеорекламы

Пользователи смотрят рекламу на разных устройствах



и конвертируются одним из трех способов



Пользователь кликает и конвертируется



Пользователь смотрит (не пропускает\*) и позже конвертируется



Пользователь пропускает рекламу and позже конвертируется

▶ Конверсия

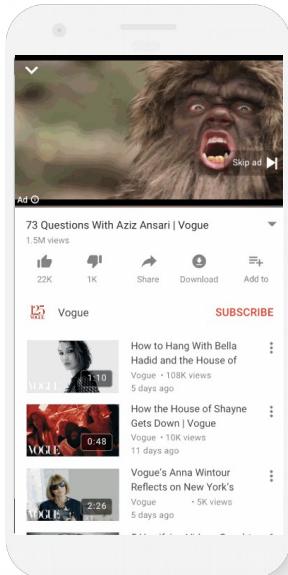
▶ Конверсия по показам

\* смотрит не менее 10 секунд и конвертируется в течение трех дней

# Оцените совокупный эффект

онлайн

оффлайн



## Конверсии из видео

**-40%**

CPA

**+200%**

CTR

TrueView for Action по сравнению с обычным TrueView

## Конверсии в поиске

**+8%**

конверсий в поиске

**+3%**

коэффициент конверсий в поиске

**-4%**

CPA в поиске

Влияние YouTube на Поиск Google

## Влияние на бренд

**+30%**

прирост consideration

**+40%**

прирост purchase intent

Реклама, показанной на поведенческих сигналах по сравнению с демо-таргетингом

## Продажи в оффлайн

**+70%**

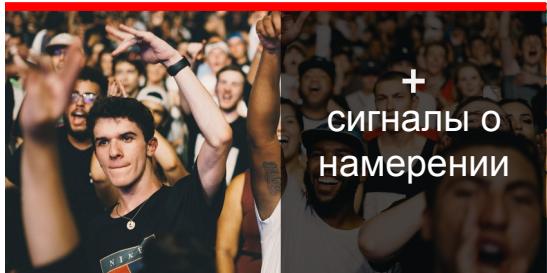
Кампаний на YouTube показали значительный прирост оффлайн-продаж



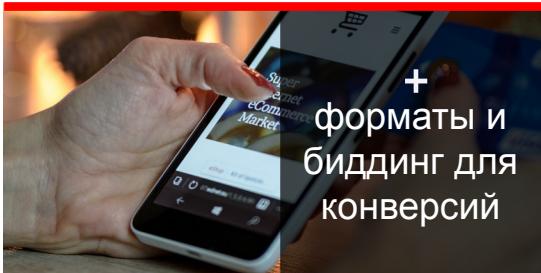
**оценивайте кросс-девайс конверсии  
после кликов, просмотров и  
показов и смотрите на совокупный  
эффект от видеорекламы**

**! стоимость конверсий сопоставима с  
небрендовым поиском**

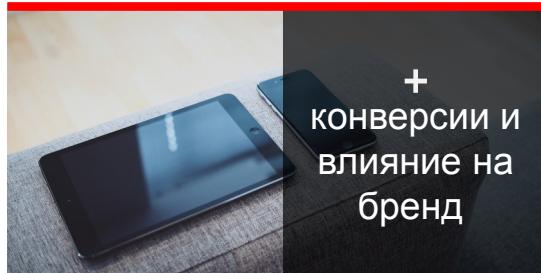
# Как правильно использовать YouTube для привлечения клиентов?



+  
сигналы о  
намерении



+  
форматы и  
биддинг для  
конверсий



+  
конверсии и  
влияние на  
бренд

- ▶ используйте поисковые и другие сигналы о **намерениях**
- ▶ начните с таргетинга **Custom Intent**
- ▶ расширяйте охват и **тестируйте** различные аудитории
- ▶ используйте **TrueView for Action** с автоматическим биддингом **Max Conversions** для получения конверсий
- ▶ оценивайте **кросс-девайс** конверсии после **кликов, просмотров и показов**
- ▶ смотрите на **совокупный эффект** от видеорекламы