





# Как увеличить интерес к бренду и повысить конверсию с помощью кампании на YouTube





**Юрий Терехов**

начальник управления интернет-рекламы INGRAD

**Марина Финченко**

аккаунт-директор Artics Internet Solutions



# Центр — там, где я!



В разных районах и городах Москвы и Московской области мы создаём **комфортную жилую среду и масштабную социальную инфраструктуру**, которая не уступает качеству жизни в центре столицы.



Концепция «Центр – там, где я» подразумевает **заботу о каждом клиенте** с момента его визита в офис продаж до вручения ключей и заселения, его комфорте и благополучной жизни в наших жилых кварталах.



**В центре** нашей концепции – **живой человек**, а не холодный бетон и квадратные метры. Мы вложили душу во все наши проекты.

# Все управляемое - performance!



Finance



Auto



Realty



Travel



Pharma



Retail / E-commerce

# Задача



- **KPI:** Рост узнаваемости, интереса и предпочтения к бренду. Охват

- **Инструмент оценки эффективности:** Brand Lift

- **KPI - Микроконверсии:** Достижение конверсий в просмотры планировок на сайте после клика/показа ролика на YouTube.

- **Инструмент оценки эффективности:** Analytics, Тег конверсии Google Ads

- **KPI – Звонки и Заявки:** прирост входящих обращений с сайта INGRAD.

- **Инструмент оценки эффективности:** Calltracking, PowerBI



Период РК: конец ноября – декабрь 2018

# Механика

Получаем  
максимальный  
охват целевой  
аудитории в YТ

Уточняем  
таргетинги  
по первичным  
охватным  
данным

Продолжаем  
коммуникацию  
в ремаркетинге

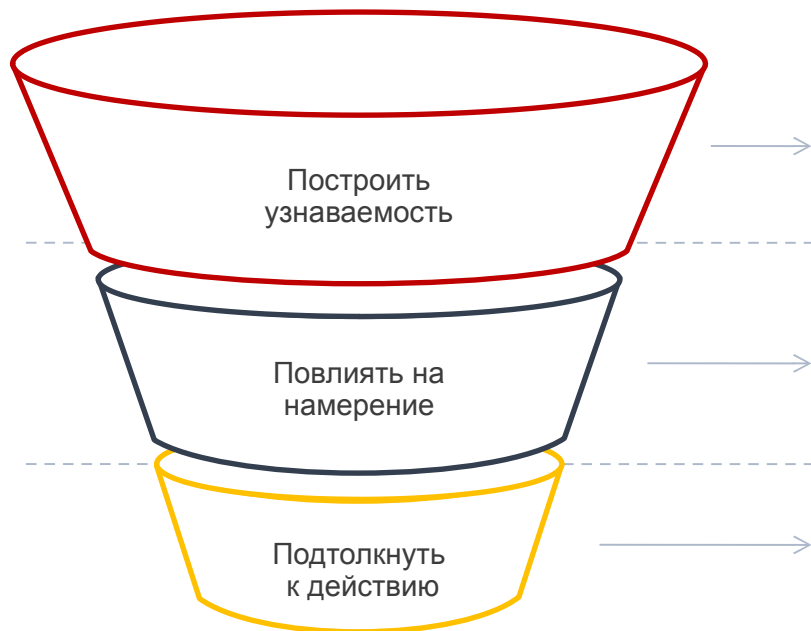
Анализируем  
трафик и  
оцениваем его  
влияние на  
покупки

+  
ОПТИМИЗИРУЕМ КАМПАНИИ В РЕЖИМЕ 24/7

+  
ТЕСТИРУЕМ КРЕАТИВЫ С РАЗНЫМ ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ ПОСЫЛОМ НА ВСЮ АУДИТОРИЮ



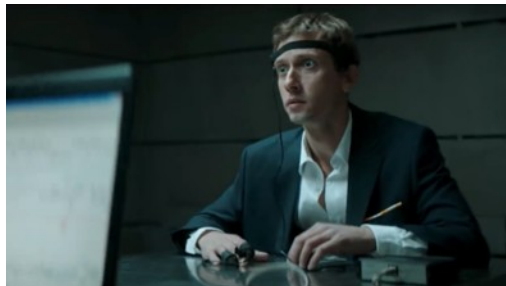
# Таргетинги



- **Демографический таргетинг:** male/female, 25-54
- **Аудитория по интересам:** Спорт и фитнес, Новости, Стили жизни и хобби, Красота и здоровье, Любители шопинга
- **Особые аудитории по интересам:** Общие запросы, Сайты недвижимости
- **Аудитория заинтересованных покупателей:** Продажа квартир (первичный рынок), Авто, Туризм
- **Особые аудитории по намерениям:** Конкуренты
- **События:** Переезд, Собственный бизнес, Свадьба
- **Ремаркетинг:** просмотревшие рекламные ролики, просмотревшие любой ролик на канале, посетители сайта

# Форматы

TrueView for action



Bumper Ads



Объявления TrueView эффективны, даже если не были просмотрены до конца.

# Форматы

TrueView for action



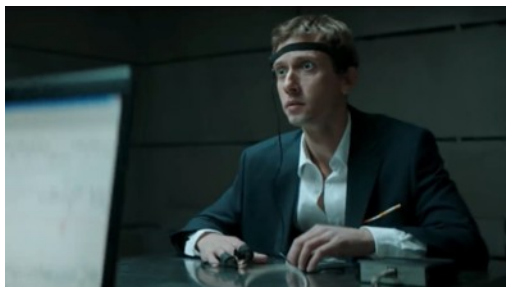
Bumper Ads



Объявления TrueView эффективны, даже если не были просмотрены до конца.

# Форматы

TrueView for action

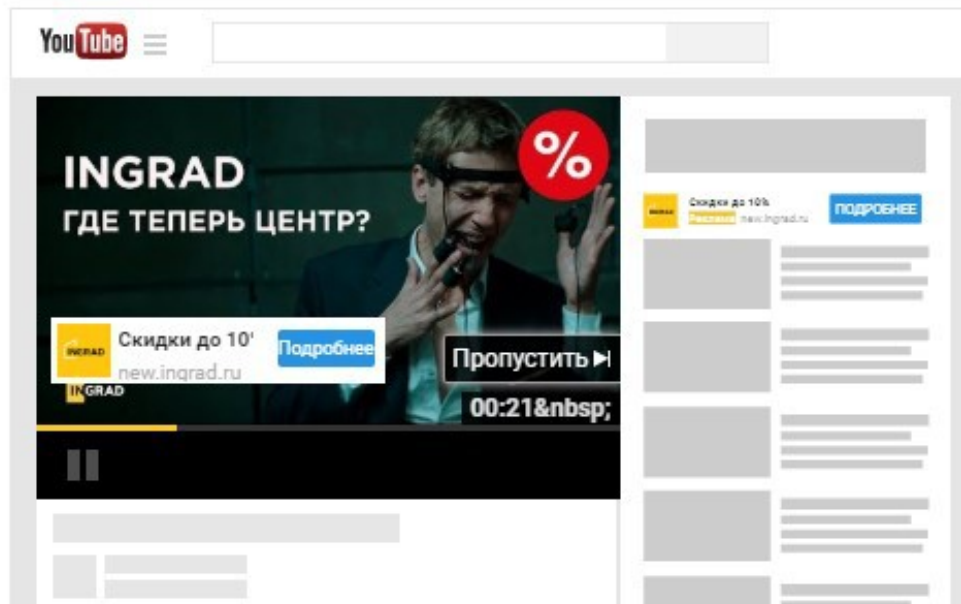


Bumper Ads



Объявления TrueView эффективны, даже если не были просмотрены до конца.

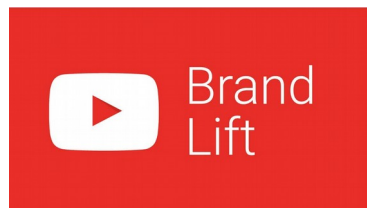
# Форматы



# Реализация



# Инструменты анализа



Google Analytics

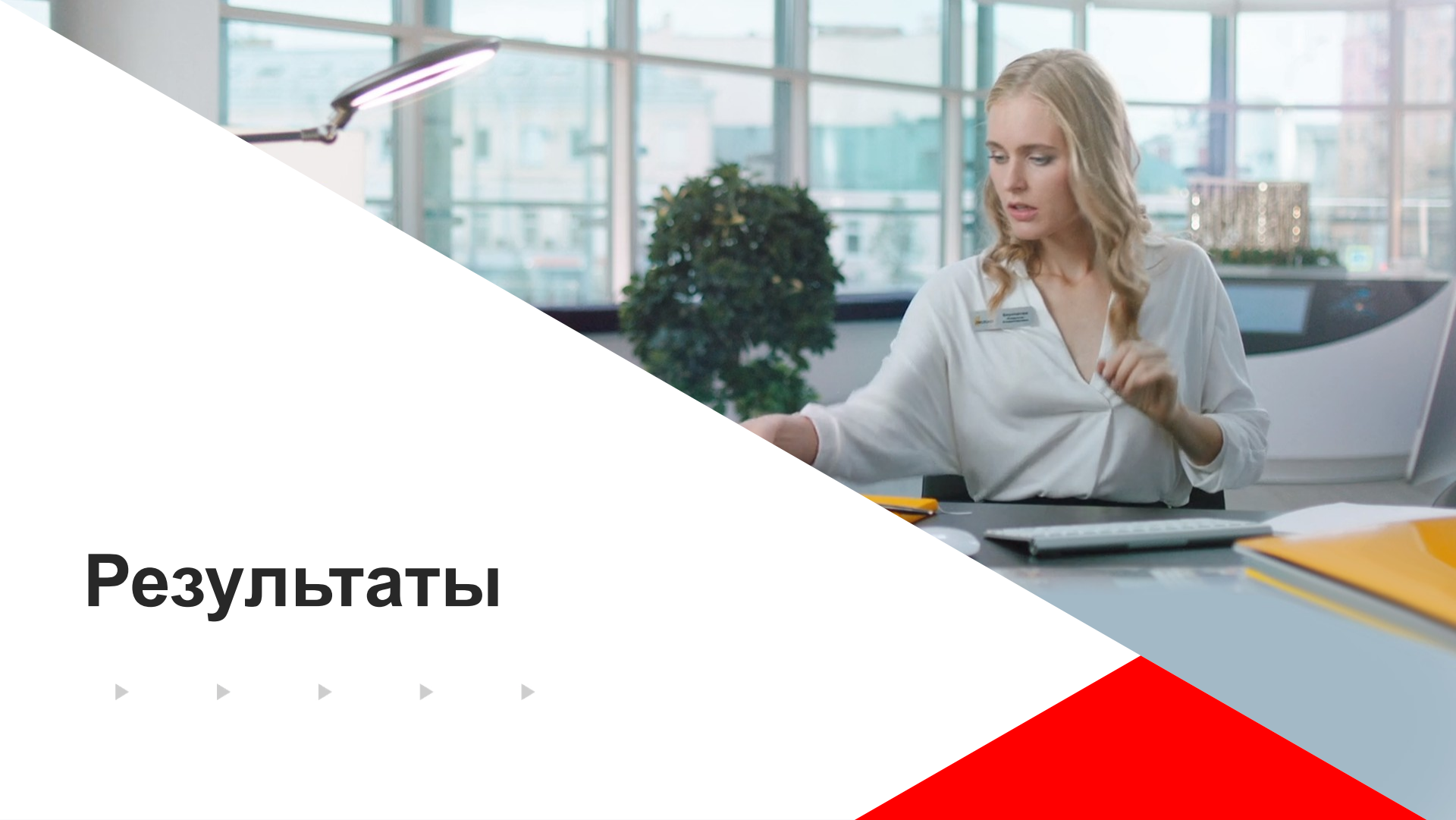


Power BI



Тег конверсий  
Google Ads

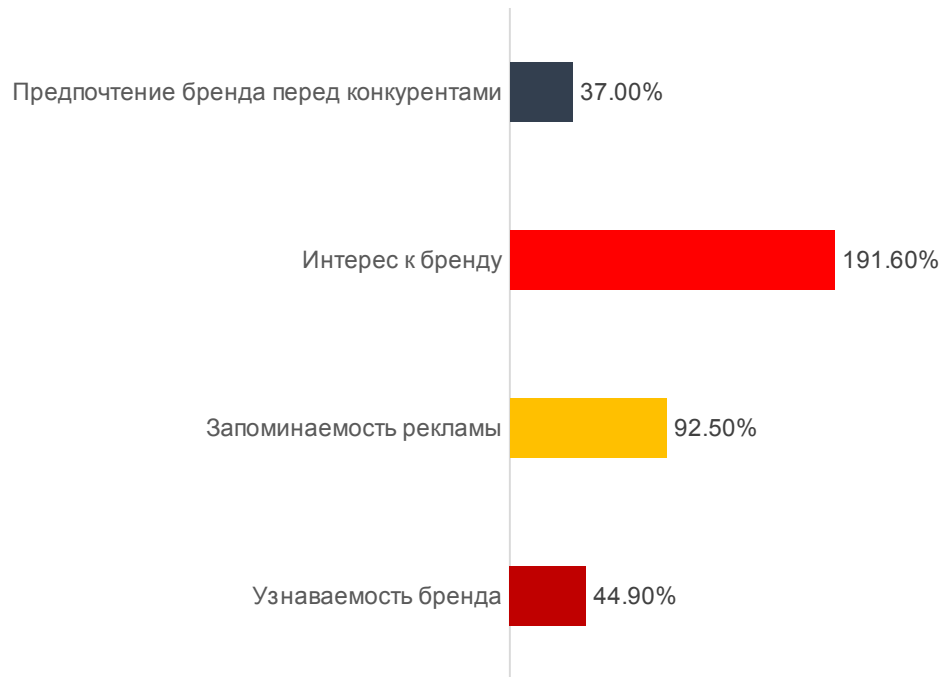




# Результаты

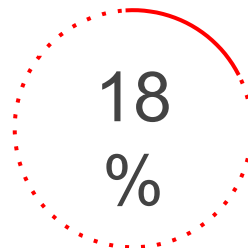


# Результаты Brand Lift



1 291 721

Уникального пользователя охватила  
кампания

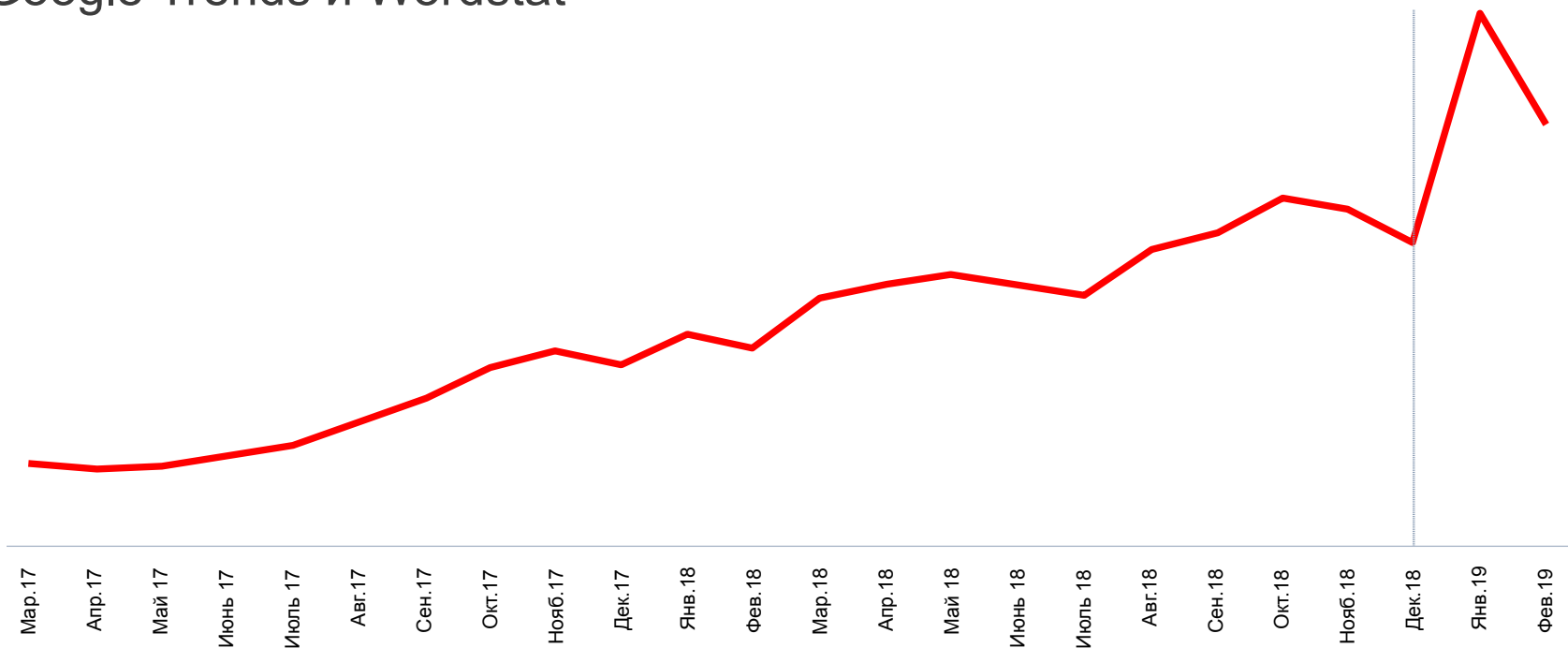


Средний VTR (View-through-Rate)

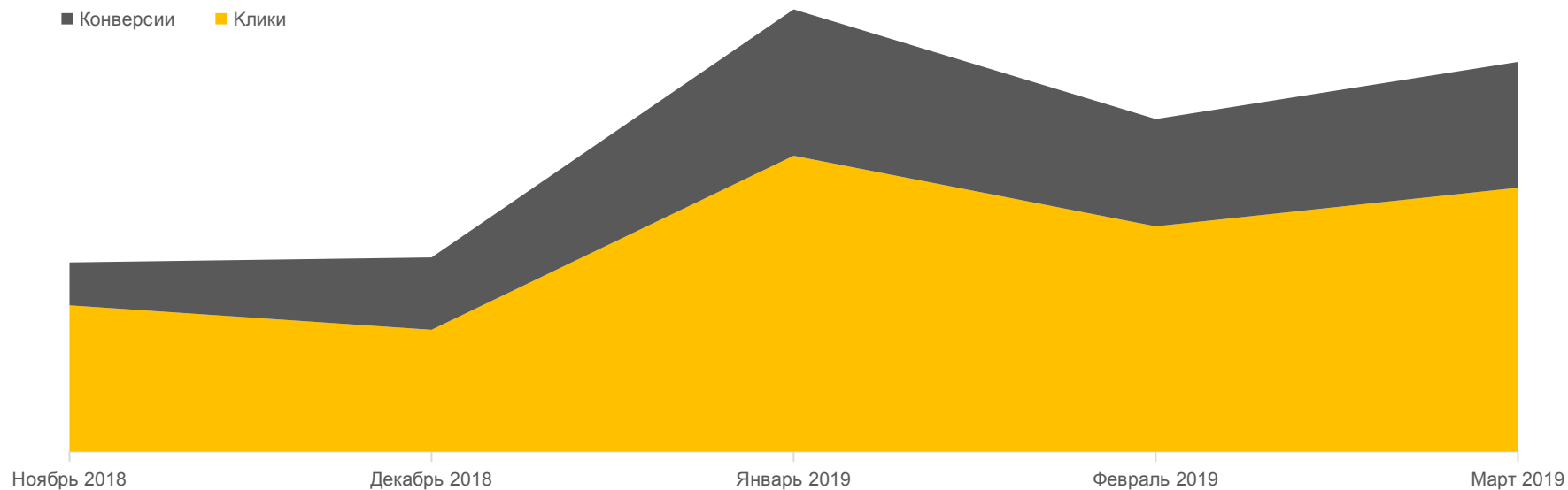


Данные из Brand Lift исследования ноябрь-декабрь 2018

# Динамика брендовых запросов по данным Google Trends и Wordstat

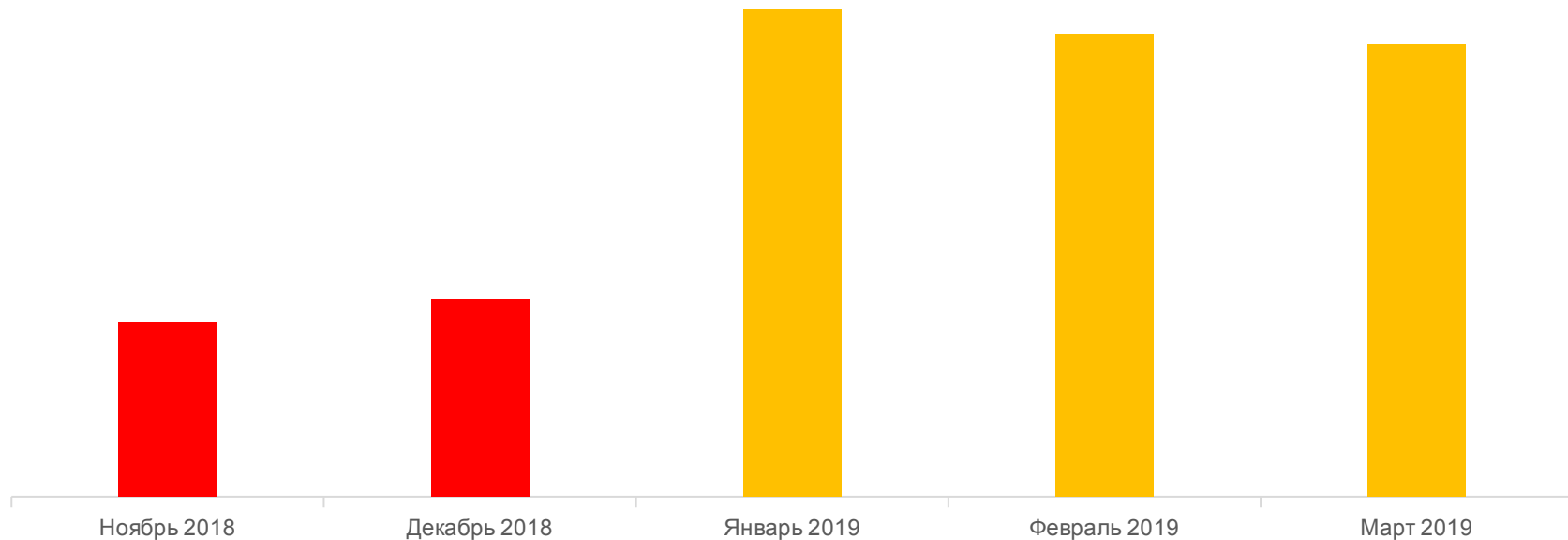


# Динамика объема трафика и микроконверсий



*В качестве микроконверсии используются просмотры планировок на сайте/  
Статистика видео рекламных кампаний в Google Ads ноябрь 2018 – март 2019*

## Рост полученных обращений (звонки и заявки) в КЦ



По данным систем коллтрекинга ноябрь 2018 – март 2019

# Результаты видеокампании YouTube



# Выводы и рекомендации

- ✓ Яркий интересный креатив – важно не просто рассказать об УТП, но и показать историю, развлечь, насмешить.
- ✓ Соблюдайте тонкую грань – креатив не должен заслонять посыл от бренда. Вам нужны не только эмоции пользователя, но и целевое действие.
- ✓ Ищите правильные для вас форматы и таргеты – для нас TrueView for Action эффективный инструмент с точки зрения баланса охвата видео и конверсионности. Тестируйте таргетинги и сегментируйте кампании по типам аудитории.



**Центр – там,  
где конверсия!**