

Новые возможности видеорекламы для повышения продаж



Александр Бобков
Ведущий специалист по
видеорекламе,
Google Россия



Google Think Retail

Новые покупатели – потенциал для роста вашего бизнеса



Новые покупатели – потенциал для роста вашего бизнеса



40:80

**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?



Google Think Retail

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

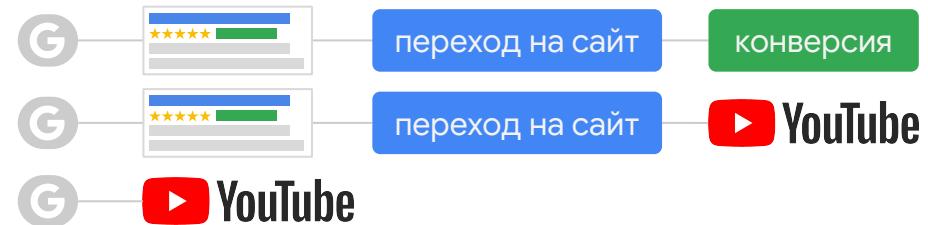
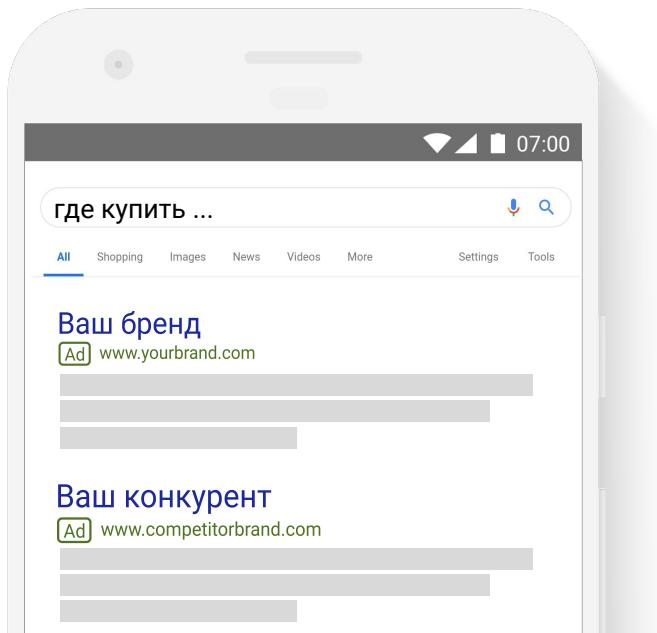
86%

ежемесячный охват YouTube в России для аудитории 18-44

79%

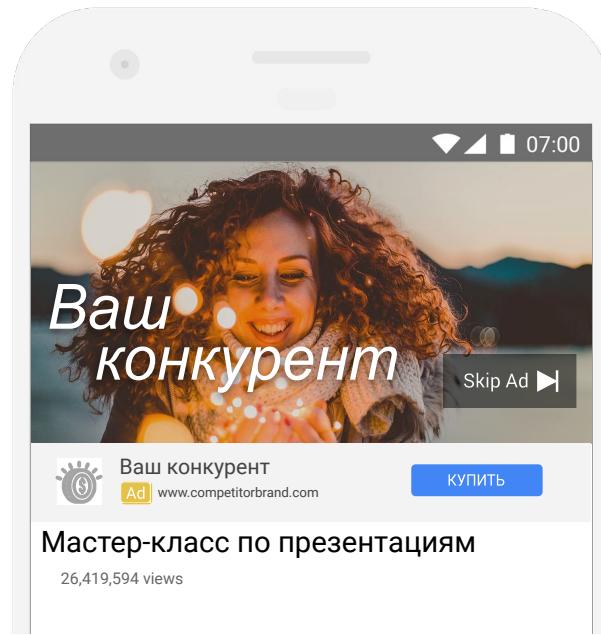
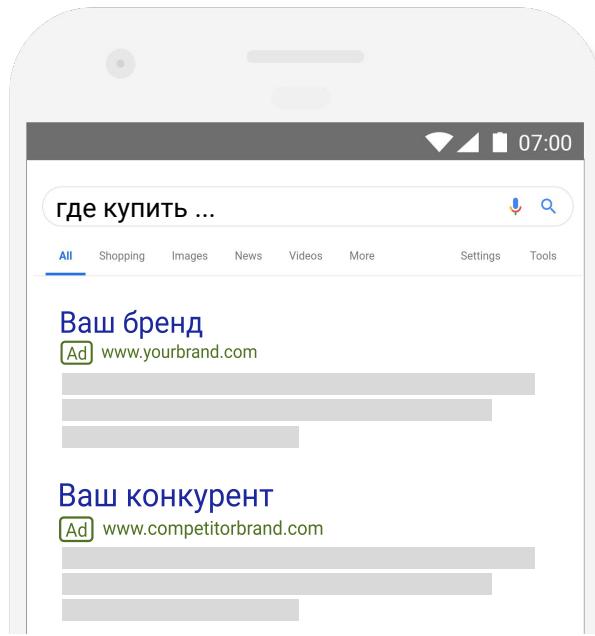
пользователей рунета предпочитают смотреть видео на YouTube

Поисковая выдача – проверенный источник привлечения клиентов



Google Think Retail

Есть ли ваш бренд на YouTube?

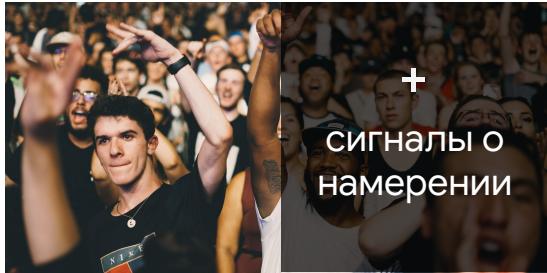


Google Think Retail

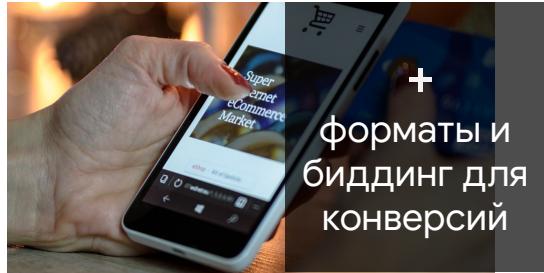
Как правильно использовать YouTube для привлечения клиентов?



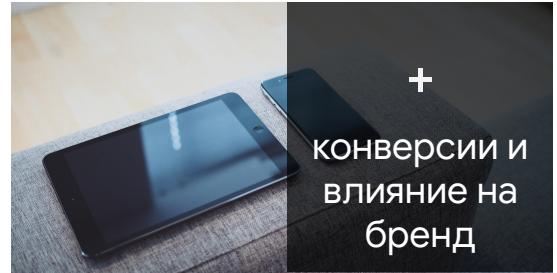
Как правильно найти
пользователей в активной
стадии процесса покупки?



Как правильно превратить
их намерения в действия?



Как правильно оценить
результат?

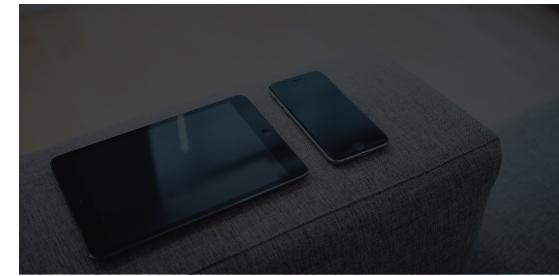
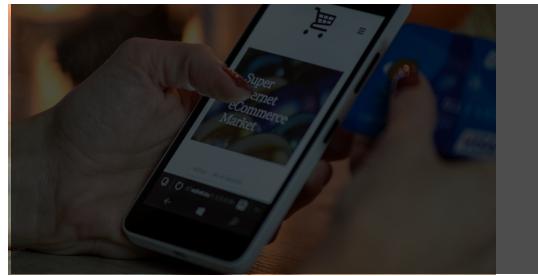


Google Think Retail

Как правильно найти пользователей в активной стадии процесса покупки?

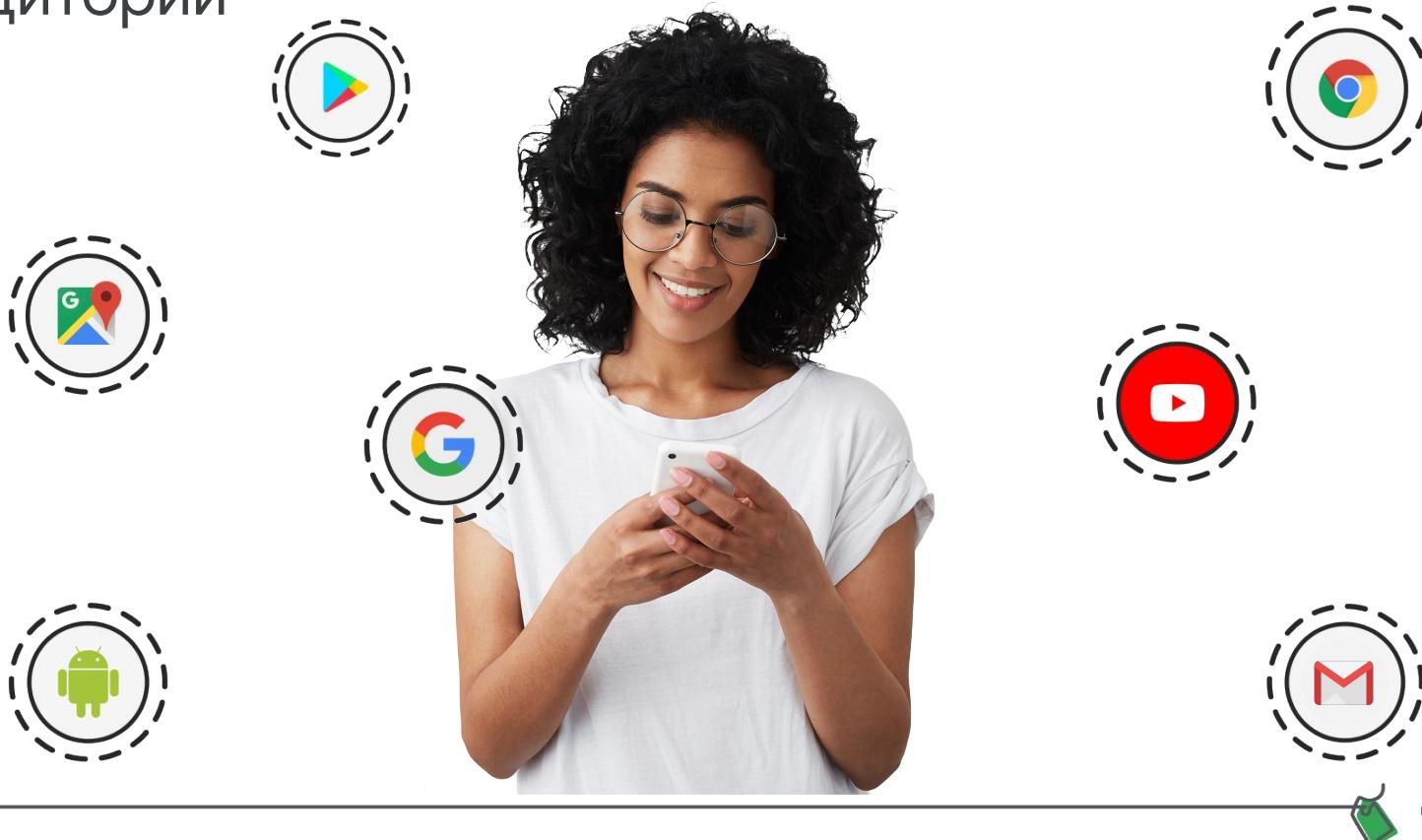


сигналы о
намерении



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

Используйте сигналы о намерениях вашей аудитории



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)

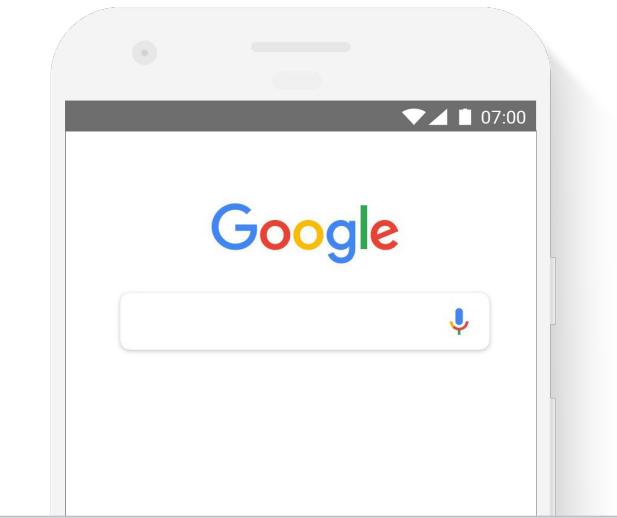
Life Events (Важные жизненные события)

Ремаркетинг
Видео · Сайт · Похожие аудитории

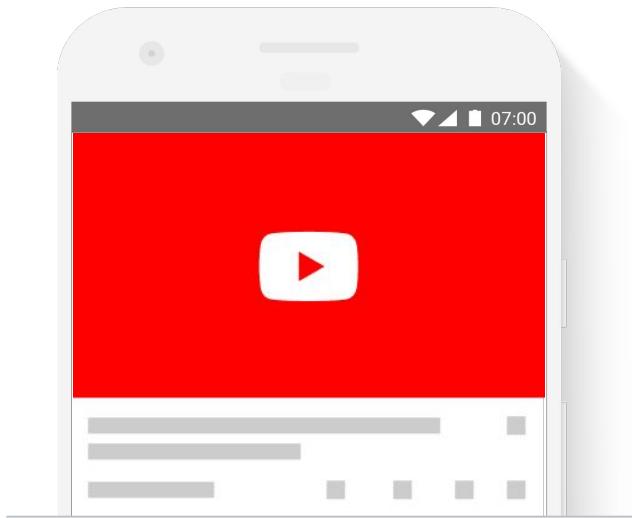
Customer Match
Email · Адрес · Телефон · Похожие аудитории



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)



Google Think Retail

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)

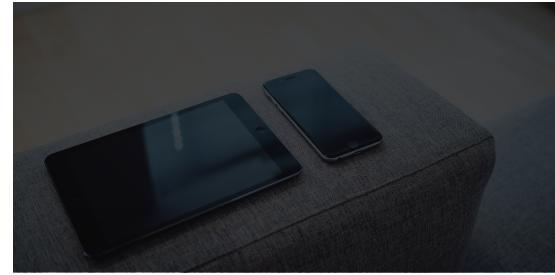


Создавайте собственные аудитории по интересам на основе установленных приложений, посещенных мест, ключевых слов и URL страниц.

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



Как правильно превратить их намерения в действия?



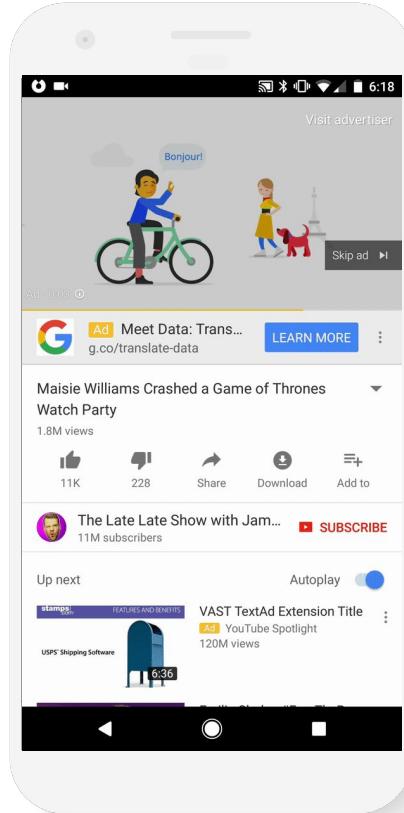
Получайте конверсии со
специальными форматами
видеорекламы



Google Think Retail

TrueView for Action

Биддинг по target CPA



Создан специально
для привлечения
конверсий

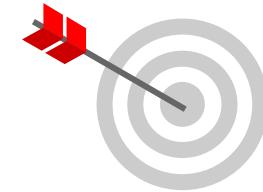
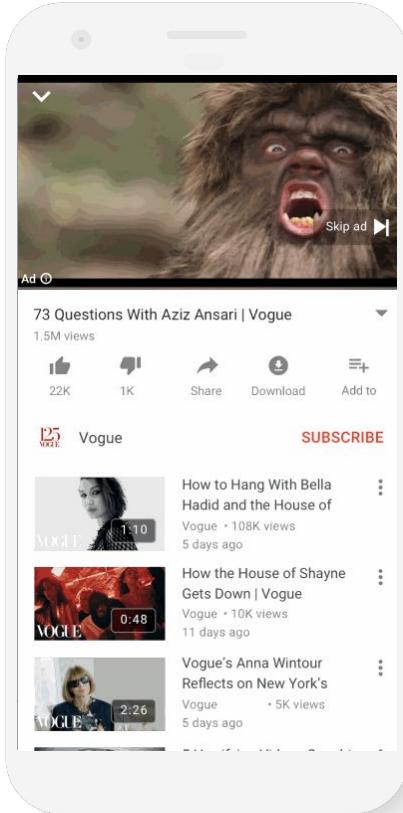
- настраиваемая кнопка с призывом к действию
- автоматическая заставка с призывом к действию по окончанию ролика
- оптимизация на целевую стоимость конверсии



Google Think Retail

TrueView for Action

Биддинг по Max
Conversions



Автоматический
смарт биддинг:

Max Conversions
(максимум конверсий)

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

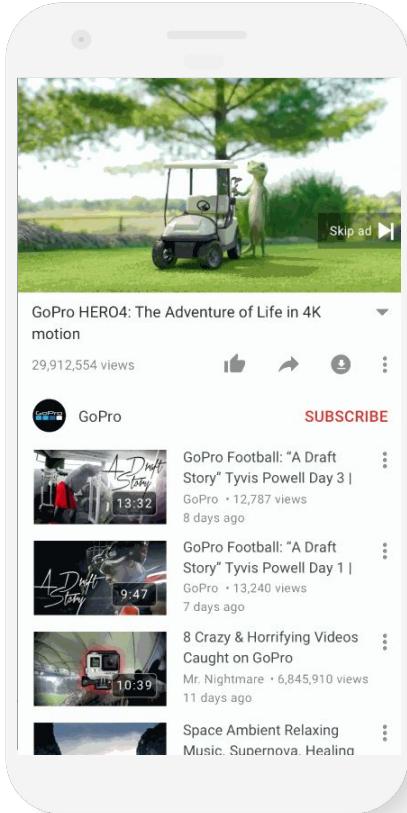


Google Think Retail

скоро

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



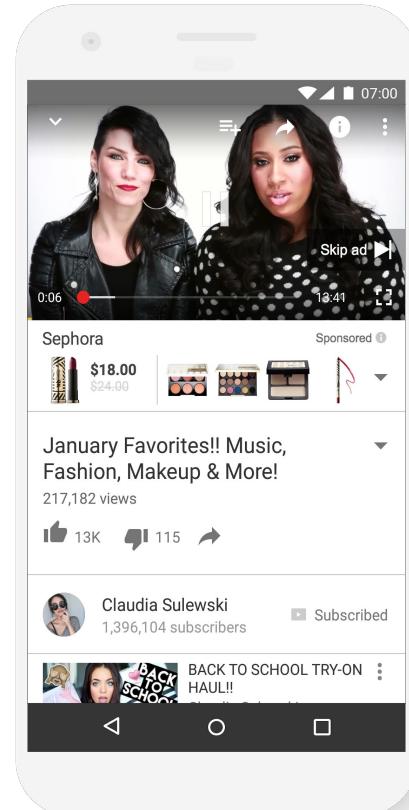
Google Think Retail

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



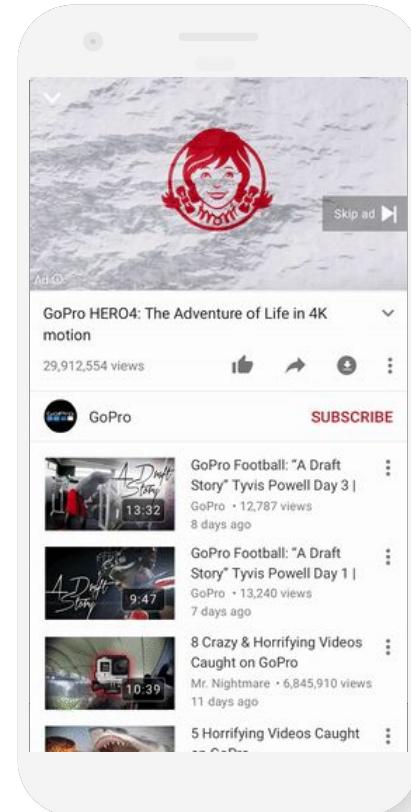
Google Think Retail

Location Extensions

Продвигайте точки продаж и пункты выдачи

Интеграция с Google Картами позволяет:

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

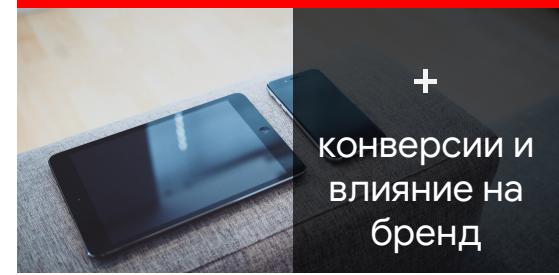


Google Think Retail

► используйте **TrueView for Action** с
автоматическим биддингом **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 с помощью Google Ads

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

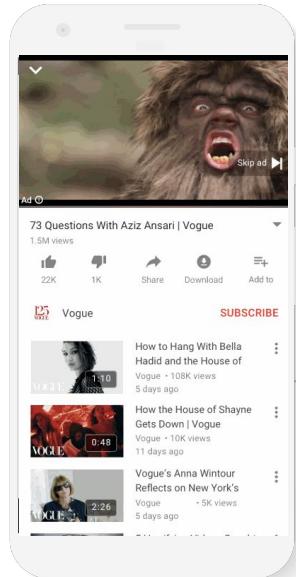
Конверсия по
показам

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



Google Think Retail

Синергетический 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



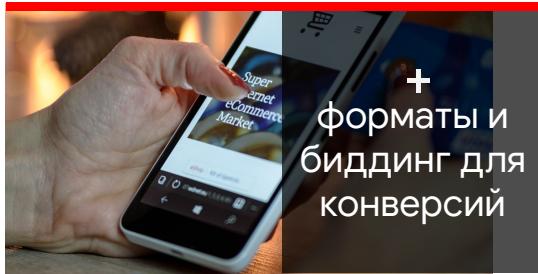
- ▶ оценивайте кросс-девайс конверсии после кликов, просмотров и показов и смотрите на **совокупный** эффект от видеорекламы с помощью Google Ads
- ❗ стоимость конверсий сопоставима с небрендовым поиском



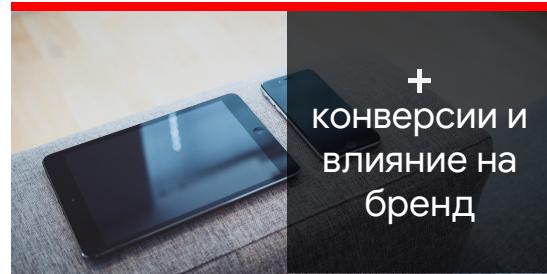
Как правильно использовать YouTube для привлечения клиентов?



+
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** с помощью Google Ads
- ▶ смотрите на **совокупный эффект** от видеорекламы



YOOX
PRESENTS



Skip Ad ►

Think Retail



Спасибо

Вопросы?



Google Think Retail