

Видеореклама как часть performance-стратегии: советы и ограничения

Екатерина Дерябина

Performance-based marketing

A horizontal progress bar consisting of a blue rectangular button on the left and a grey rectangular bar extending to the right, representing a completed or in-progress task.

Контекстная
реклама

Performance-based marketing

SEO



Таргетированная
реклама

Контекстная
реклама

Performance-based marketing

SEO

Email-маркетинг

Медийная
реклама

Таргетированная
реклама

Контекстная
реклама

Performance-based marketing

SEO

Медийная
реклама

Email-маркетинг

Видеореклама

Зачем использовать видеорекламу

- В результате YouTube-кампаний растет брендовый поиск
- Широкий охват новых клиентов:
YouTube – 71 млн пользователей в месяц,
Видеосеть Яндекса – 22 млн
- Инструмент развивается, постоянно добавляются опции





Распространенные стереотипы

1. Эффективность не отследить.

Ну ладно, отследить, но только за большие деньги с серьезными специалистами.

2. Раз ее не отследить, то зачем мне ваша видеореклама?
Я конверсий хочу.



Разрушим парочку мифов!



Кейс 1 – отслеживание эффективности

Онлайн-страхование

Клиент



Цель

Повысить осведомленность
о бренде и продуктах среди
интернет-пользователей

Онлайн-страхование

Клиент



Цель

Повысить осведомленность о бренде и продуктах среди интернет-пользователей

Способ

Запуск видеорекламы на YouTube по направлениям:

- КАСКО
- страхование недвижимости
- страхование выезжающих за рубеж

Онлайн-страхование

Клиент



Цель

Повысить осведомленность о бренде и продуктах среди интернет-пользователей

Способ

Запуск видеорекламы на YouTube по направлениям:

- КАСКО
- страхование недвижимости
- страхование выезжающих за рубеж

Таргетинги:



Возраст: 25-44

Интересы: КАСКО – автолюбители
ВЗР – путешественники

Недвижимость – дом и сад, обустройство

Post-campaign исследование от Google

Brand Lift

Исследование
запоминаемости бренда и
креатива

Brand Interest

Исследование изменения
частоты поисковых
запросов в Google и
YouTube

Бесплатно*!

*Бюджет на саму кампанию – от 350 тыс. р. / 7 дней

Онлайн-страхование – РЕЗУЛЬТАТ



+14%

Осведомленность о бренде



Интерес к бренду
на поиске Google и YouTube

В том числе +35,8%
к частоте основного брендового запроса

Вывод:

Вам не нужны миллионы на рекламу, чтобы
повлиять на запоминаемость своего бренда...

Вывод:

Вам не нужны миллионы на рекламу, чтобы
повлиять на запоминаемость своего бренда...

...и на исследование точных масштабов
этого влияния миллионы не нужны)



Кейс 2 – Видео-реклама



Интернет-магазин мебели

Клиент



Цель



Протестировать новые
инструменты как источники
дополнительных конверсий

Интернет-магазин мебели

Клиент



Цель

Протестировать новые инструменты как источники дополнительных конверсий

Способ

Запуск видеорекламы на YouTube по аудиториям ремаркетинга

Интернет-магазин мебели

Клиент



Цель

Протестировать новые инструменты как источники дополнительных конверсий

Способ

Запуск видеорекламы на YouTube по аудиториям ремаркетинга

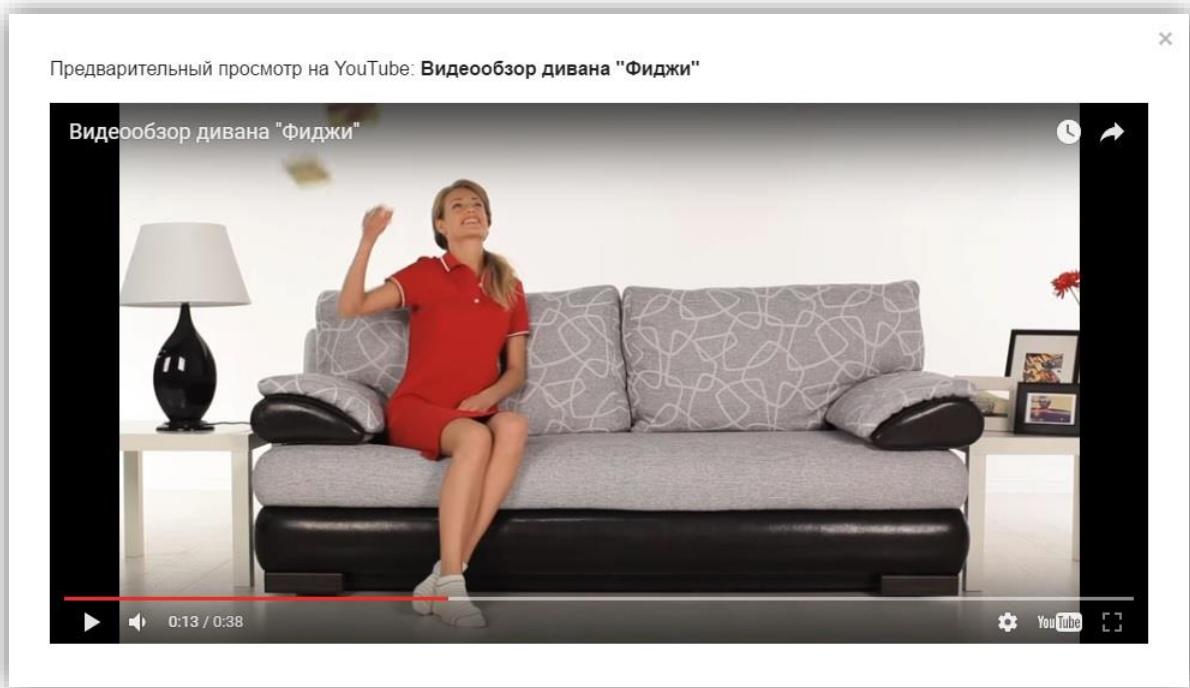
Таргетинги:

Смотревшие карточку определенного дивана на сайте

+

Срок участия: 0-14 дней
15-30 дней

Интернет-магазин мебели



Тип кампании:

Shopping+TrueView

(в кампанию подтягивается
информация из Google
Merchant Center)

Интернет-магазин мебели – РЕЗУЛЬТАТ



1%

Конверсии от общего объема

-22%



Стоимость конверсий
относительно средней
по аккаунту

Вывод:

Видеореклама пока не приносит конверсии в том же объеме, что и другие каналы...

Вывод:

Видеореклама пока не приносит конверсии в том же объеме, что и другие каналы...

...но потенциал есть, и системы работают над этим.



Итоги

Отслеживать влияние видеорекламы
на бренд без привлечения
исследовательских компаний.

МОЖНО

Отслеживать влияние видеорекламы
на бренд без привлечения
исследовательских компаний.

МОЖНО

Получать конверсии с видеорекламы
при должной настройке.

МОЖНО*

*Но пока не очень удобно

Настройте видеорекламу
уже сегодня!

Екатерина Дерябина

Эксперт по видеорекламе
агентства i-Media

+7 (495) 797-55-99 | ekaterina.deryabina@i-media.ru

