

The Graduate



Webcom[®]
Academy

Google

Видеореклама

Вебинар 3

01.03.2017

Спикер: Анастасия Горбач
Сертифицированный тренер Google

Немного занимательной статистики



– самый популярный видеохостинг в мире

+50% ежегодно увеличивается
время просмотра (YoY)

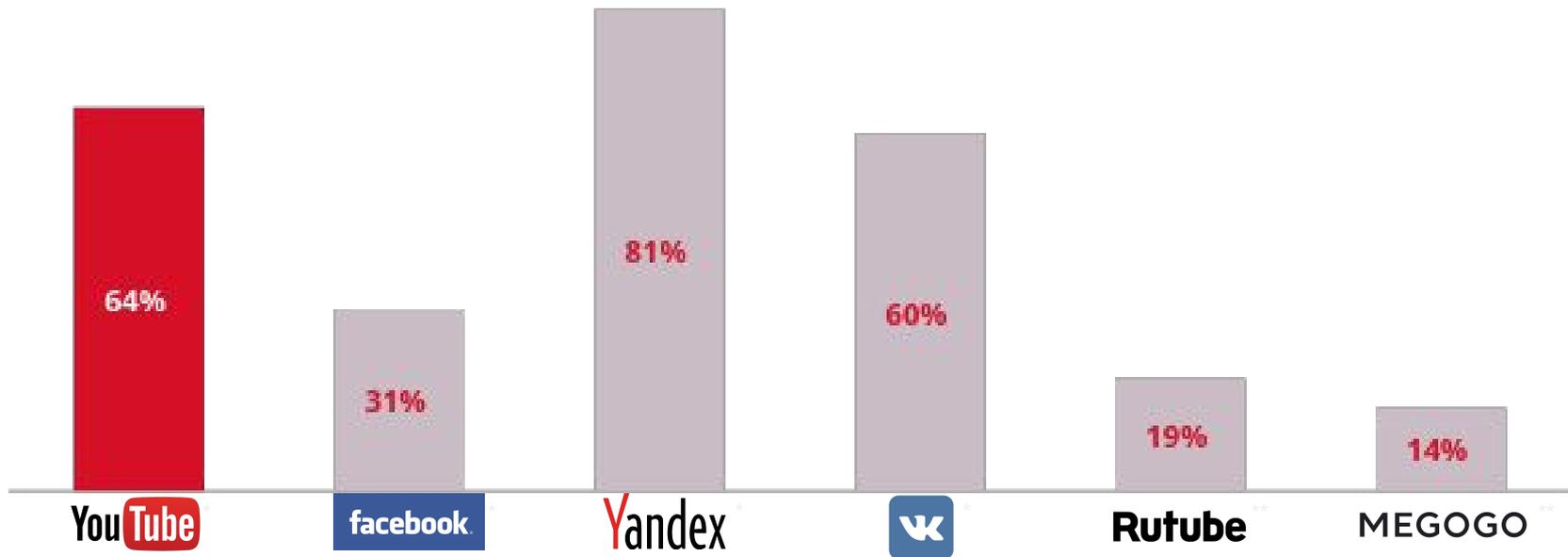
1 млрд ежемесячно
посетителей в месяц

50% просмотров –
с мобильных устройств

300ч видео загружаются
каждую минуту

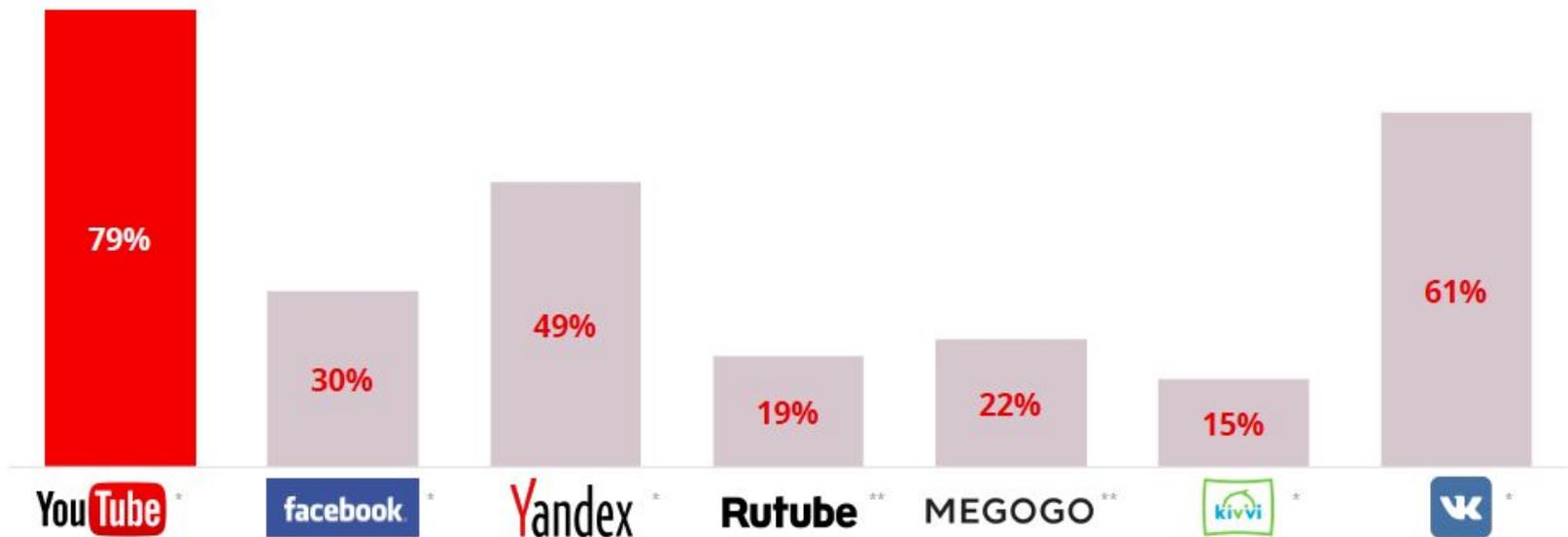
Охват YouTube - более 64% пользователей Байнета

% посещающих различные сайты хотя бы 1 раз в месяц

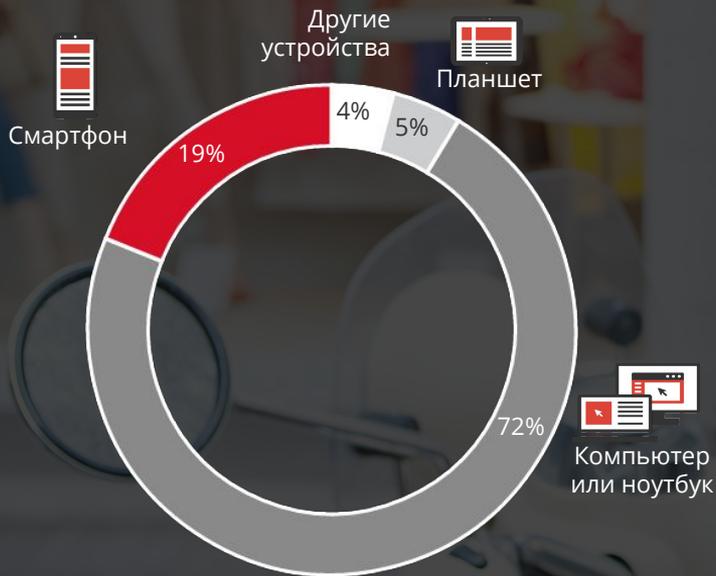


Охват YouTube - более 79% пользователей Казахстана

% посещающих различные сайты хотя бы 1 раз в месяц



Большинство зрителей в Беларуси смотрят YouTube с компьютеров и ноутбуков. Второе место занимают смартфоны.



С каких устройств больше всего посещают YouTube

Половина зрителей в Казахстане смотрят YouTube с компьютеров и ноутбуков. Большую долю занимают смартфоны.



С каких устройств больше всего посещают YouTube

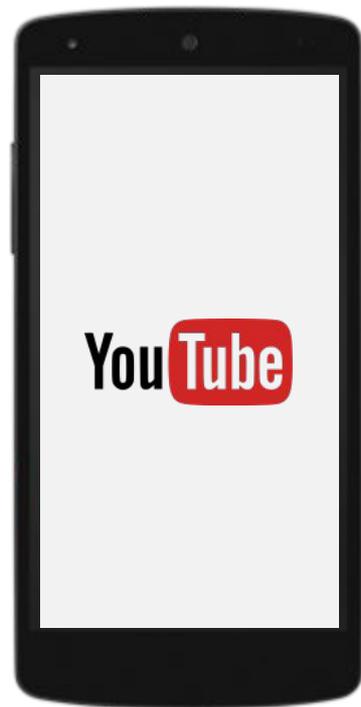
49%

пользователей в Беларуси
находили на **YouTube**
информацию, которая помогала
им принять решение о покупке



58%

пользователей в Казахстане
находили на **YouTube**
информацию, которая помогала
им принять решение о покупке



YouTube чаще используют для поиска дополнительной информации о товарах, в то время как информационно-развлекательный контент одинаково смотрят и на ТВ и на YouTube

YouTube

ТВ

50%

40%

Узнать последние новости

46%

33%

Для развлечения

42%

39%

Узнать что-то новое

39%

7%

Найти эксклюзивный материал

35%

59%

Для отдыха

29%

4%

Подробнее узнать о товаре перед покупкой

29%

11%

Найти информацию, связанную с хобби

28%

9%

Получить ответ на интересующий вопрос

19%

58%

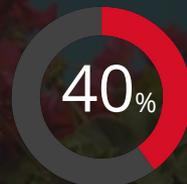
Оставаться в курсе событий

WHY?

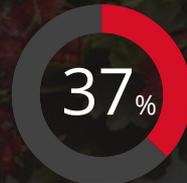
Чаще всего перед покупкой зрители смотрят обзоры и ролики, созданные другими пользователями



Обзоры и ролики
пользователей



Независимые обзоры



Учебные ролики/
видео-инструкции

5 главных вопросов при запуске видеокампании

**Что
показываем?**

**Где
показываем?**

**Кому
показываем?**

**За что
взимается
оплата?**

**Как оценить
результаты?**

Поговорим про каждый из них

**Форматы
объявлений**

**Места
размещения**

Таргетинг

**Стратегии
назначения
ставок**

**Статистика
видео-
кампаний**

**Форматы
объявлений**

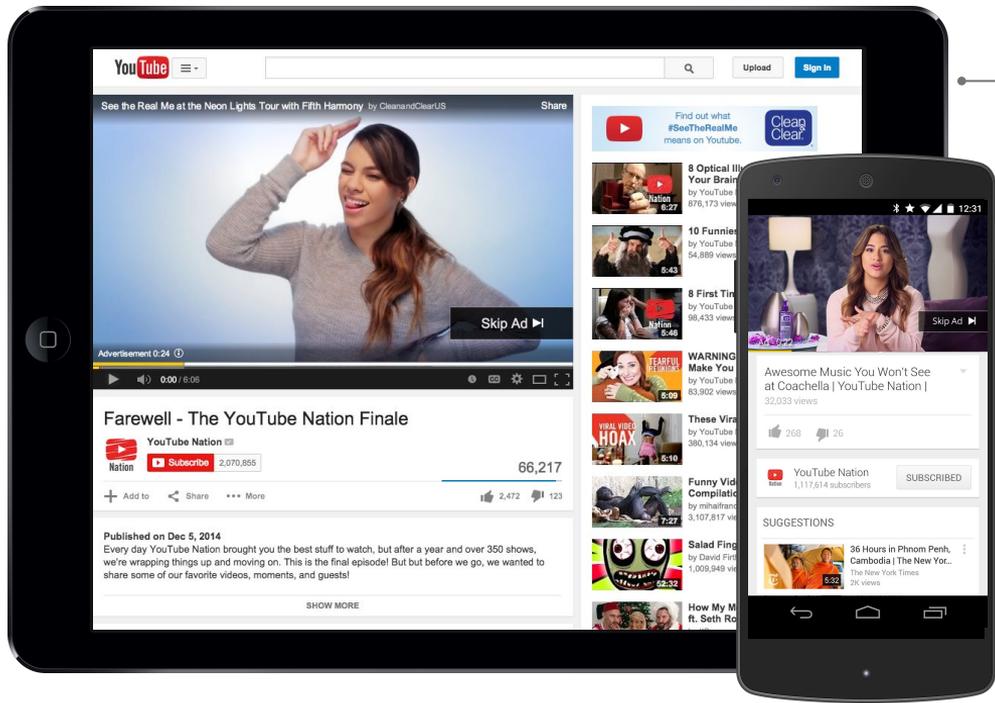
**Места
размещения**

Таргетинг

**Стратегии
назначения
ставок**

**Статистика
видео-
кампаний**

In-Stream: пре-ролл с возможностью пропуска



пропуск после 5и секунд

Рекомендованная длина 20-30 секунд

пользователь сам решает, смотреть ли видео

увеличивается количество просмотров на YT



Повышайте заинтересованность,
предоставляя зрителям выбор

Вовлеченность
зрителей
становится

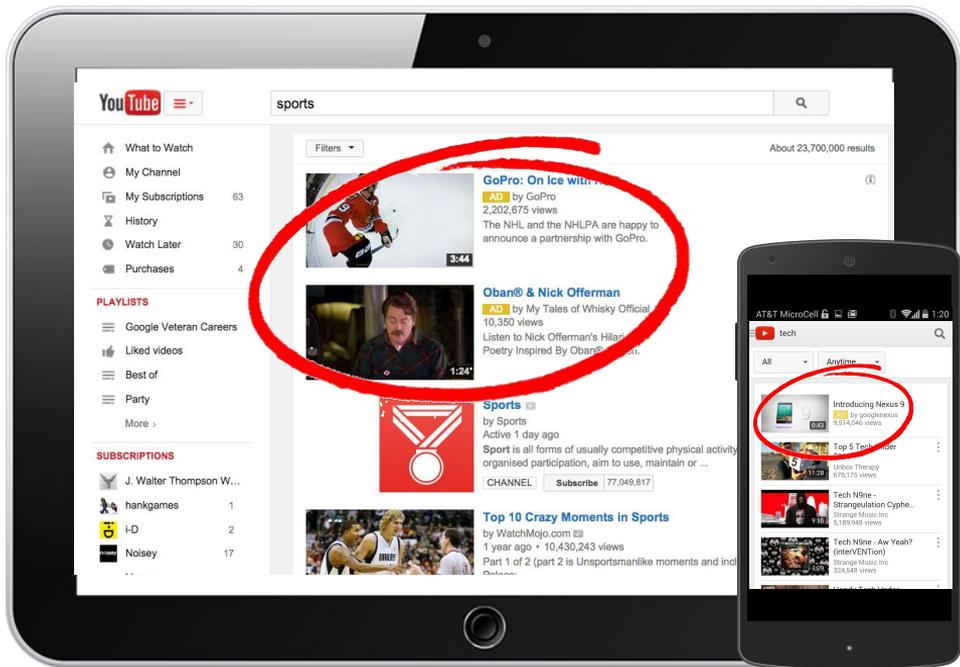


на 75%

выше, когда
они смотрят
рекламу по
собственному
желанию

Discovery: пользователь сам решает, просмотреть ли видеообъявление

видео любой длины

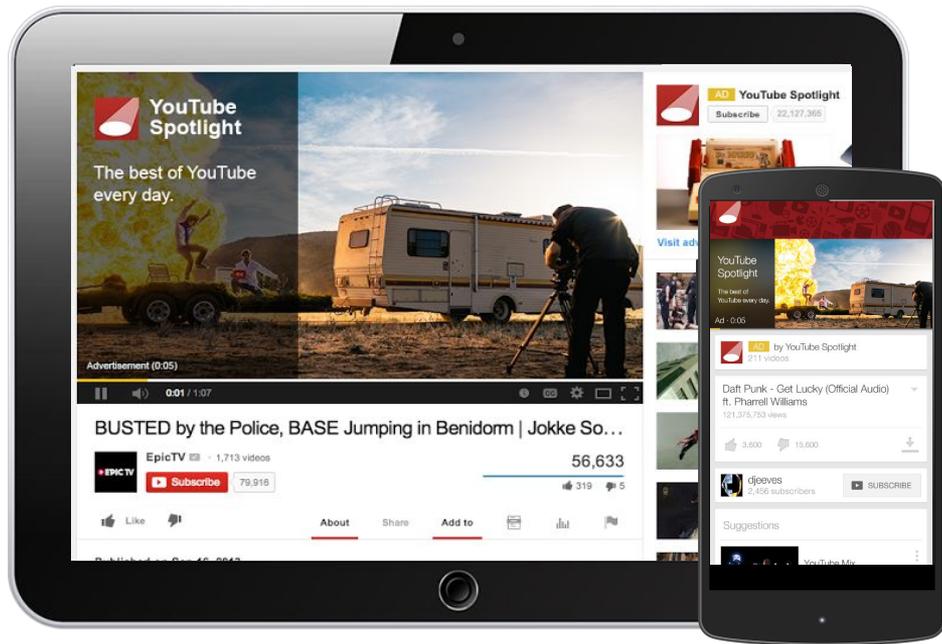


пользователь сам решает, просмотреть ли видео

увеличивается количество просмотров на YT

Объявления-заставки без возможности пропуска: 6-секундное видеообъявление

повышает
запоминаемость бренда



количество просмотров на
YT не увеличивается

Стратегия для YouTube с заставками

1. Тизер

Запустите короткий недорогой бампер-тизер, а потом расскажите полную историю с объявлением полной длины (TrueView)

2. Усиление

Запустите бамперы параллельно с видео полной длины для дополнительного охвата

3. Эхо

Бампер фоллоу-ап для аудитории тех, кто посмотрел полное объявление (отзывы, цены и т.д.)



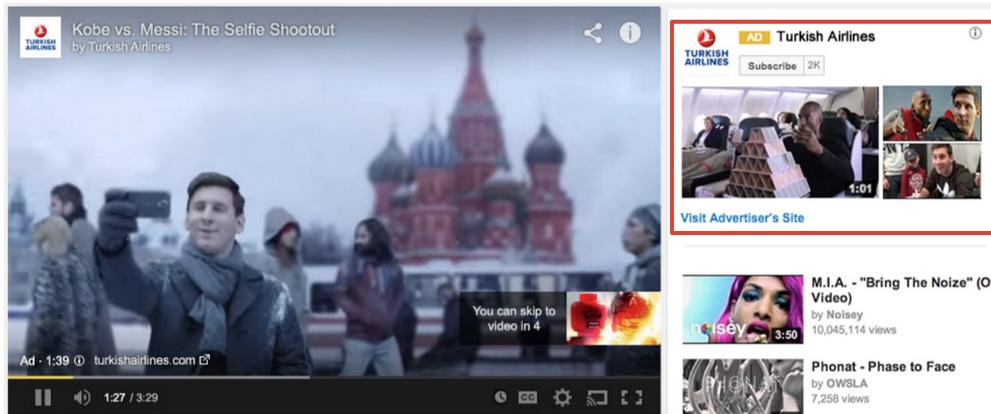
Как можно сделать объявления еще более привлекательными и направленным на действие?

Сопутствующий баннер

Больше места занято рекламой, остается даже после пропуска видеообъявления пользователем

Видео-стена (300x250) или собственное изображение (300x60)

Где настраивается: AdWords (при создании In-Stream объявления)



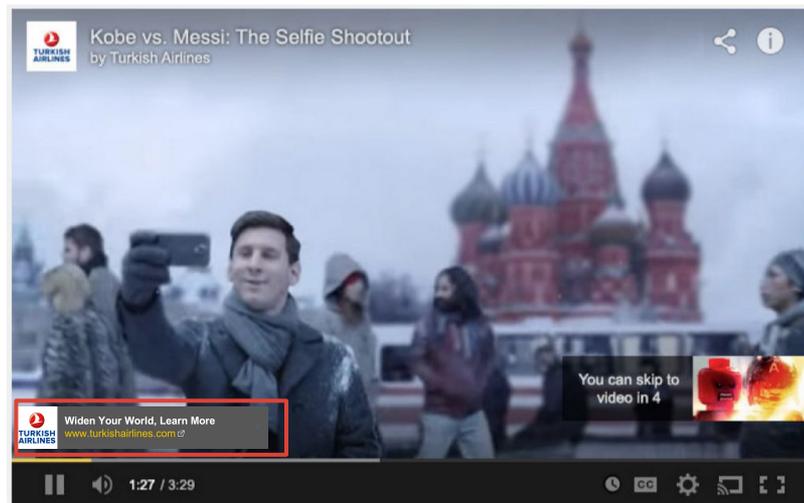
Как можно сделать объявления еще более привлекательными и направленным на действие?

Оверлей с призывом к действию

Цель: Привлечение пользователей на сайт

Задается для видео (то есть будет одинаковый для всех объявлений, использующих это видео)

Где настраивается: AdWords (вкладка Видео) или YouTube



Как можно сделать объявления еще более привлекательными и направленным на действие?

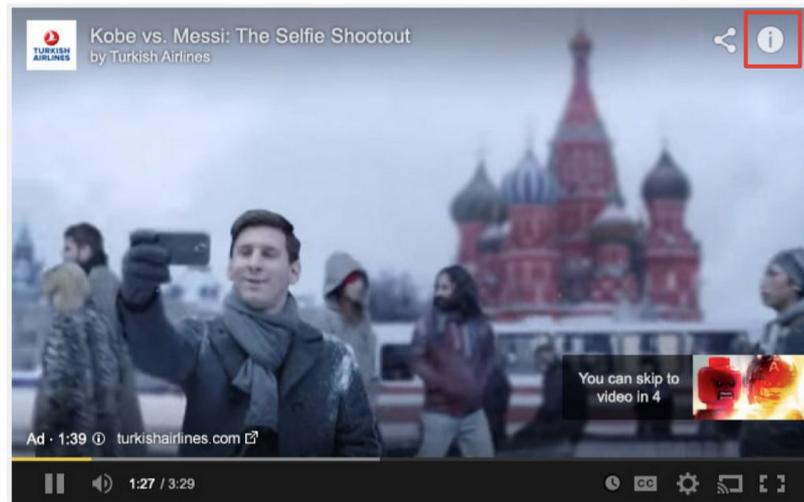
Подсказки

Цель: Повышение взаимодействия с видеообъявлением или брендом

- Продвигайте свои товары и услуги прямо в видео.
- Рекламируйте другие видеоролики или списки воспроизведения, чтобы поддержать интерес к своему каналу.

Где настраивается: YouTube

★ Если используются подсказки, оверлей не покажется



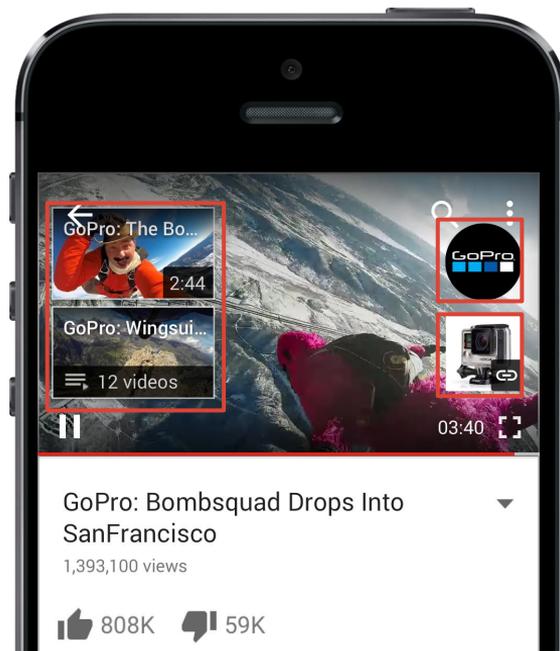
Как можно сделать объявления еще более привлекательными и направленным на действие?

Конечные заставки

Показываются в конце ролика. Помогают заинтересовать зрителей и удержать их внимание.

Можно добавить: ссылку на видео и плейлисты, призыв подписаться на ваш канал, ссылку на сайт, ссылку на другой канал

Где настраивается: YouTube

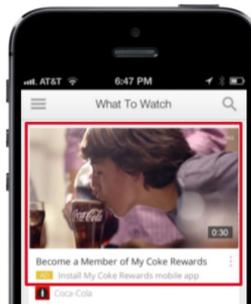


Как можно сделать объявления еще более привлекательными и направленным на действие?

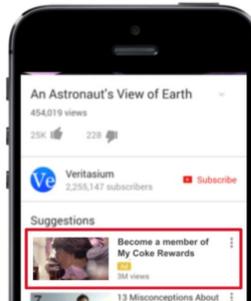
Установка мобильного приложения

Показывается только в приложении YouTube

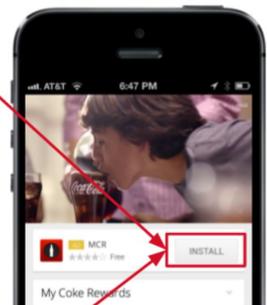
Где настраивается: AdWords



1. YT App Masthead placement on the Homepage

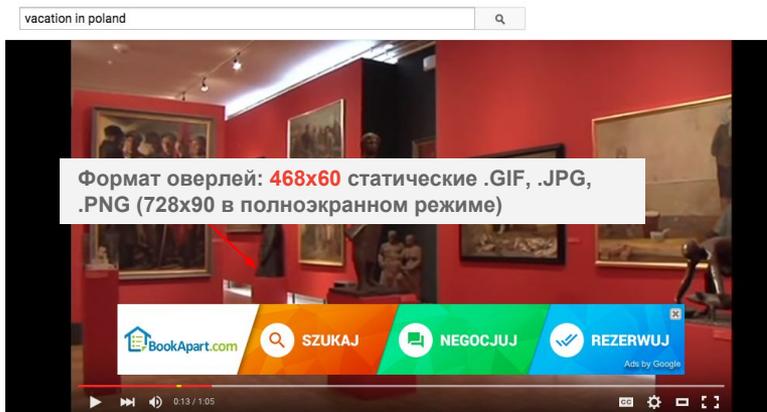


2. YT Watch Page Placement



Both placements direct users to the video ad with App Install Companion Banner

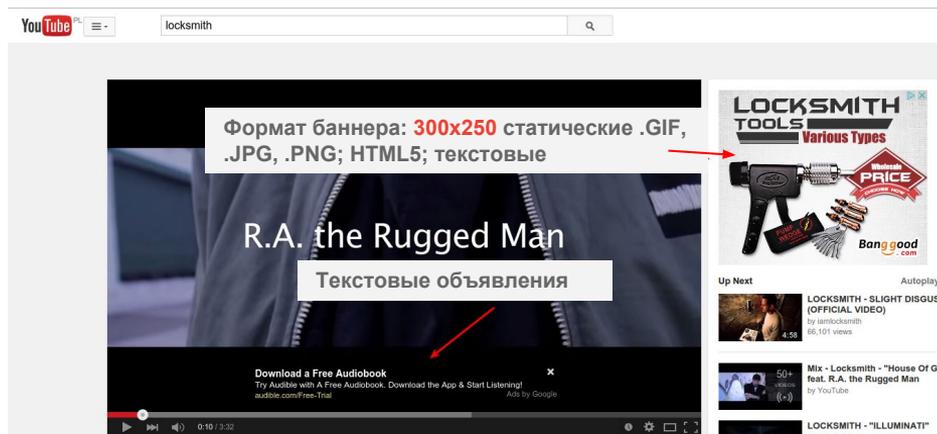
YouTube как площадка КМС



Могу ли я показываться на YT, не создавая видео?

Да: три шага -

- 1) Кампания на КМС,
- 2) Графические и адаптивные объявления,
- 3) Место размещения: youtube.com



Можно ли в КМС таргетировать отдельные YT каналы?

Да: два шага -

- 1) места размещения,
 - 2) таргетинг и назначение ставок,
- Важно!** Каналы должны быть монетизированы: см. планировщик КМС

Указывайте ссылку видео и канала в правильном формате:

Видео: youtube.com/video/<video_id>
 Канал: youtube.com::afv_user_<channel name>

Форматы
объявлений

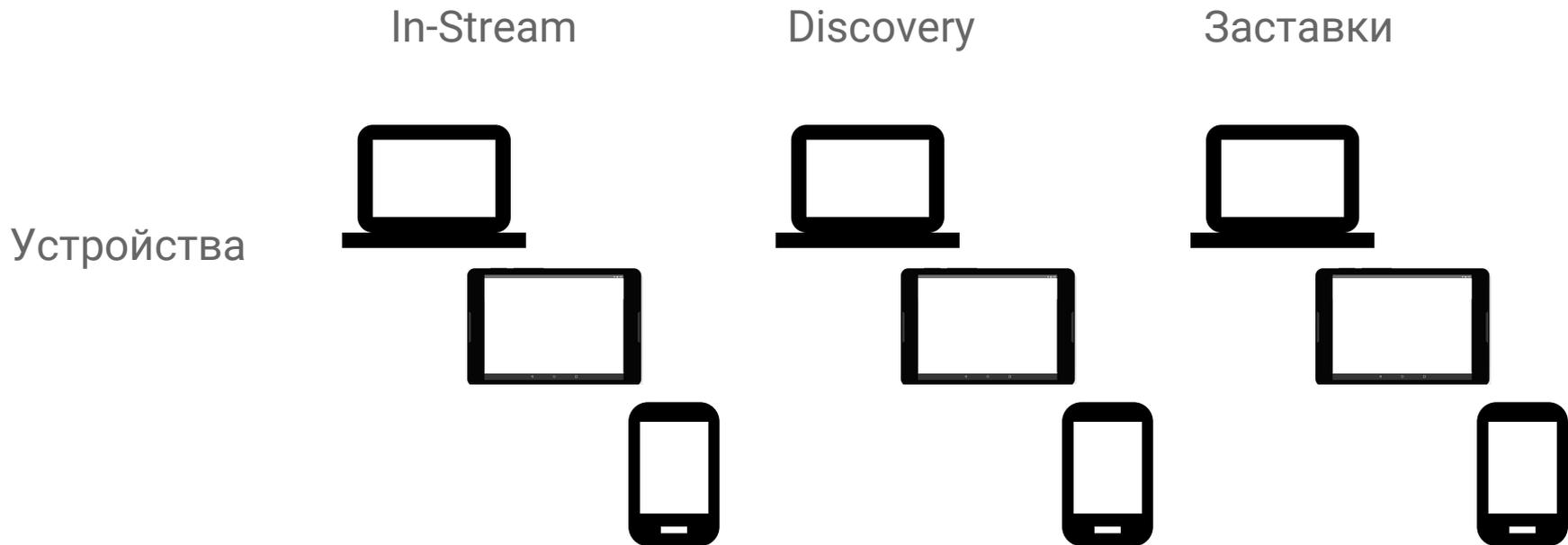
**Места
размещения**

Таргетинг

Стратегии
назначения
ставок

Статистика
видео-
кампаний

Где показываются объявления разных форматов?



Где показываются объявления разных форматов?



Сайт YT



Моб.приложение YT



Сайты Партнеров

m.youtube.com

Мобильный сайт YT

In-Stream

Discovery

Заставки



Сети



m.youtube.com

m.youtube.com

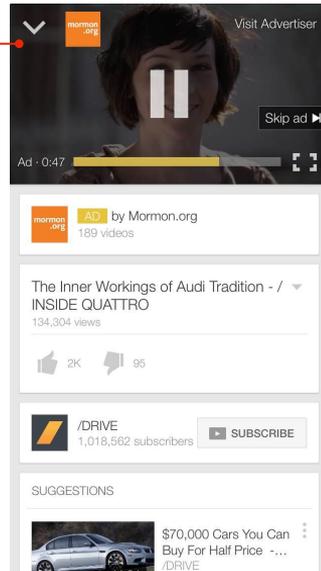
m.youtube.com



Где показываются объявления разных форматов?

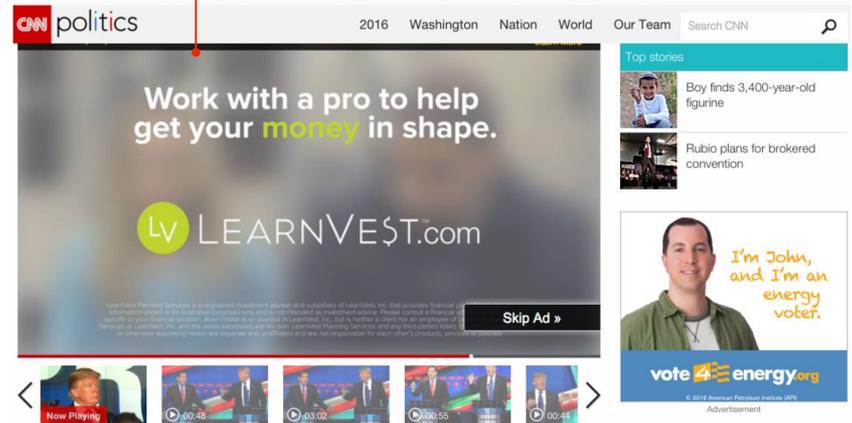
In-Stream и заставки

Страница просмотра видео



Места размещения

На сайтах и приложениях партнеров

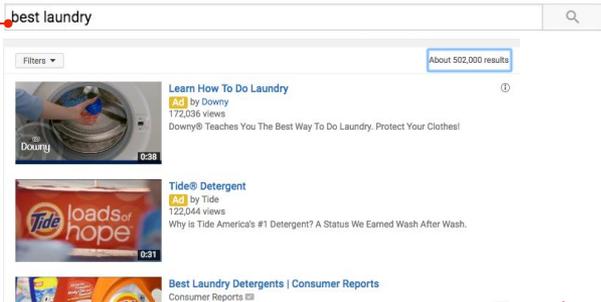


Где показываются объявления разных форматов?

Discovery

Рекомендованные видео

Поиск YouTube



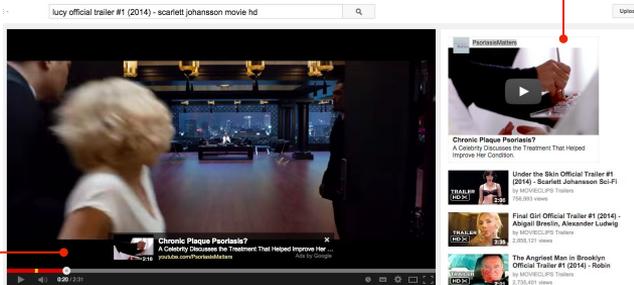
Места размещения



- Газета -

Партнеры

Оверлей с баннером



Форматы
объявлений

Места
размещения

Таргетинг

Стратегии
назначения
ставок

Статистика
видео-
кампаний

Как происходит оплата?

CPV (цена за просмотр/взаимодействие)

In-Stream

- Просмотр 30 секунд видео объявления или до конца
- Взаимодействия (клики) на:
 - название/лого канала;
 - название видео;
 - подсказку (Cards);
 - иконку “Поделиться”;
 - сопутствующий баннер;
 - оверлей с призывом к действию
 - “посетить сайт рекламодателя”;
 - установку мобильного приложения.

Discovery

- Клик по объявлению и загрузка видео

★ Используйте корректировку ставок для популярных видео

★ Для заставок используется цена за 1000 показов

Форматы
объявлений

Места
размещения

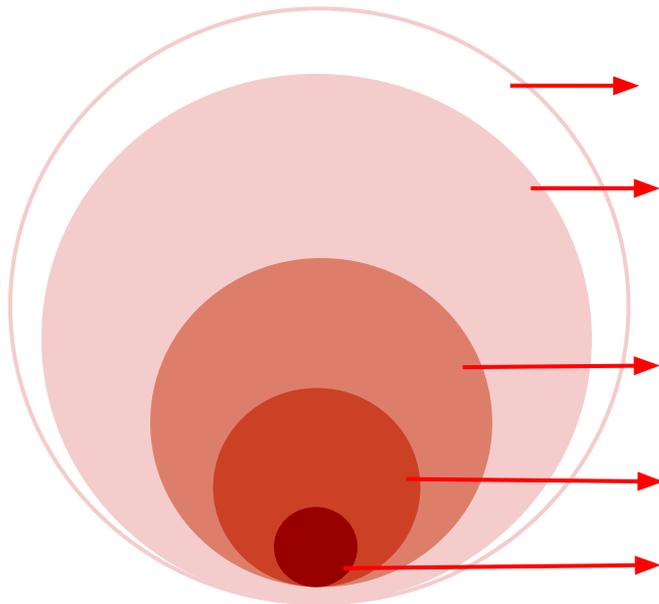
Таргетинг

Стратегии
назначения
ставок

Статистика
видео-
кампаний

Какие доступны типы таргетинга?

★ Комбинация нескольких типов в одной группе сужает охват



Демографический и геотаргетинг

- а) **Сегменты по интересам** – огромные целевые группы потребителей, аналогичные группам телезрителей
- б) **Создание особой аудитории по интересам**
- в) **Сегменты по темам**
- г) **Сегменты по ключевым словам**

Сегменты заинтересованных покупателей – пользователи, которые активно ищут и хотят приобрести товары и услуги

Похожие аудитории – новые клиенты, похожие по своим характеристикам на уже существующих

Ремаркетинг – повторное привлечение пользователей, которые уже посещали ваш сайт или

Какие типы таргетинга выбрать?



Если не добавлен ни один из видов таргетинга, то кампания будет показываться везде

Новая кампания ➡ Несколько видов таргетинга ➡ Тестирование ➡ Фокус на самых эффективных

1. Интересы



Те, которые хорошо работают на КМС

2. Темы

3. **Ключевые слова:**

- Discovery: слова поиска (тип соответствия работает)
- In-Stream: теги, описания, комментарии (тип соответствия не работает, все в широком)

4. **Места размещения** (сайты, каналы, видео)

5. **Особый сегмент по интересам** (создается в КМС → таргетинг YT)

**Форматы
объявлений**

**Места
размещения**

Таргетинг

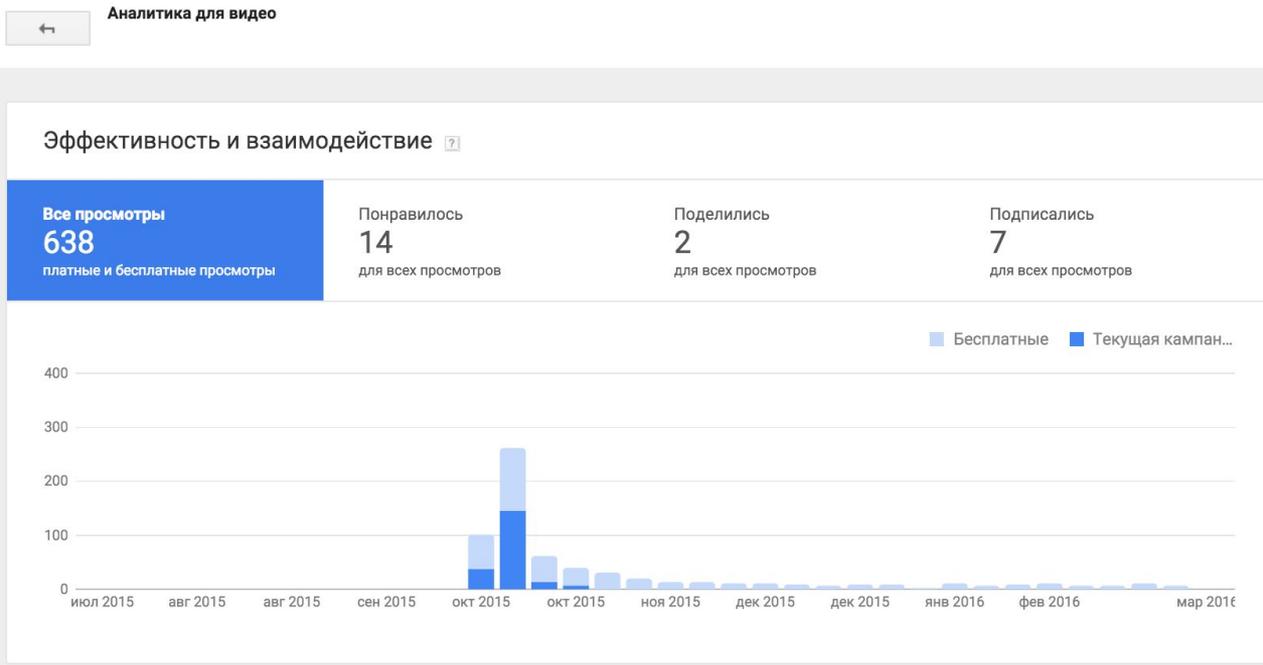
**Стратегии
назначения
ставок**

**Статистика
видео-
кампаний**

Оцените, с какими роликами больше всего взаимодействий



[Параметры](#), которые нужно отслеживать для понимания эффективности



Коэффициент просмотров поможет понять, какая доля пользователей посмотрела видео после того, как оно им было показано

		Группы объявлений	Настройки	Объявления	Видео	Таргетинг на видео											
		Все объявления ▾	Сегментировать ▾	Фильтр ▾	Столбцы ▾			Поиск	Просмотр истории изменений								
		+ ОБЪЯВЛЕНИЕ	Изменить ▾	Автоматизация ▾	Дополнительные действия... ▾		Ярлыки ▾										
<input type="checkbox"/>	●	Объявление	Группа объявлений	Статус [?]	Видео	Показы [?]	Просмотры [?]	Коэффициент просмотров [?]	Средн. цена за просмотр [?]	Стоимость [?]	Доп. просмотры [?]	Число воспроизведений до [?]				Конверсии [?]	Конверсии по показам [?]
												25%	50%	75%	100%		
<input type="checkbox"/>	●					3 169	1 279	40,36 %	0,03 \$	\$	4	35,20 %	24,61 %	20,72 %	18,61 %	0,00	0
<input type="checkbox"/>	●					6 486	1 740	26,83 %	0,03 \$	\$	38	30,28 %	16,63 %	14,45 %	12,60 %	0,00	0

Дополнительно обращайтесь внимание на то, сколько людей досмотрели видео до конца, посмотрели другие ролики на вашем канале либо совершили конверсию после показа или клика

Группы объявлений		Настройки	Объявления	Видео	Таргетинг на видео												
Все объявления ▾		Сегментировать ▾	Фильтр ▾	Столбцы ▾			Поиск	Просмотр истории изменений									
+ ОБЪЯВЛЕНИЕ		Изменить ▾	Автоматизация ▾	Дополнительные действия... ▾		Ярлыки ▾											
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Объявление	Группа объявлений	Статус [?]	Видео	Показы [?]	Просмотры [?]	Коэффициент просмотров [?]	Средн. цена за просмотр [?]	Стоимость [?]	Доп. просмотры [?]	Число воспроизведений до [?]				Конверсии [?]	Конверсии по показам [?]
												25%	50%	75%	100%		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					3 169	1 279	40,36 %	0,03 \$	\$	4	35,20 %	24,61 %	20,72 %	18,61 %	0,00	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					6 486	1 740	26,83 %	0,03 \$	\$	38	30,28 %	16,63 %	14,45 %	12,60 %	0,00	0

Узнайте, сколько людей кликнуло по ссылке сайта, оверлею или другим элементам

Группы объявлений | Настройки | **Объявления** | Видео | Таргетинг на видео

Все объявления ▾ **Сегментировать ▾** Фильтр ▾ Столбцы ▾ Поиск [Просмотр истории изменений](#)

+ ОБЪЯВЛЕНИЕ

- Отсутствует
- Время
- Конверсии
- Ключевое слово/место размещения
- Сеть
- Тип клика**
- Устройство

	Группа объявлений	Статус [?]	Показы [?]	Просмотры [?]	Клики [?]	CTR [?]
		Кампания приостановлена	3 169	1 279	3	0,09 %
		Кампания приостановлена	3 169	--	3	0,09 %
		Кампания приостановлена	6 486	1 740	7	0,11 %
	Веб-сайт		6 486	--	7	0,11 %

Узнайте, где показывались объявления и с какой эффективностью

Группы объявлений | Настройки | **Объявления** | Видео | Таргетинг на видео

Демографические данные | Интересы | Ремаркетинг | **Места размещения** | Темы | Ключевые слова

Выбранные вручную | **Где были показаны объявления**

Ваши объявления показывались на местах размещения (на веб-сайтах и в видеоматериалах на YouTube), перечисленных в таблице ниже. Вы можете исключить отдельное место размещения, чтобы ваша реклама больше там не появлялась. Показ вашего объявления в определенном видеоролике зависит от настроек кампании и выбранных методов таргетинга.

Все | YouTube | Контекстно-медийная сеть | Изменить | Сегментировать | Столбцы | ⬇

<input type="checkbox"/>	Места размещения	Тип	Группа объявлений	Кол-во показов	Просмотры [?] ⬇	Количество просмотров [?]	Сред. цена за просмотр [?]	Стоимость [?]
<input type="checkbox"/>		Сайт		54	54	100,00 %		
<input type="checkbox"/>		Сайт		61	50	81,97 %		
<input type="checkbox"/>		Видео YouTube		51	45	88,24 %		
<input type="checkbox"/>		Видео YouTube		30	30	100,00 %		

Сравнивайте показатели эффективности между группами объявлений с разным таргетингом

Группы объявлений Настройки Объявления Видео Таргетинг на видео

Все группы объявлений ▾ Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾   Найти группы  [Просмотр истории изменений](#)

+ ГРУППА ОБЪЯВЛЕНИЙ Изменить ▾ Автоматизация ▾ Ярлыки ▾

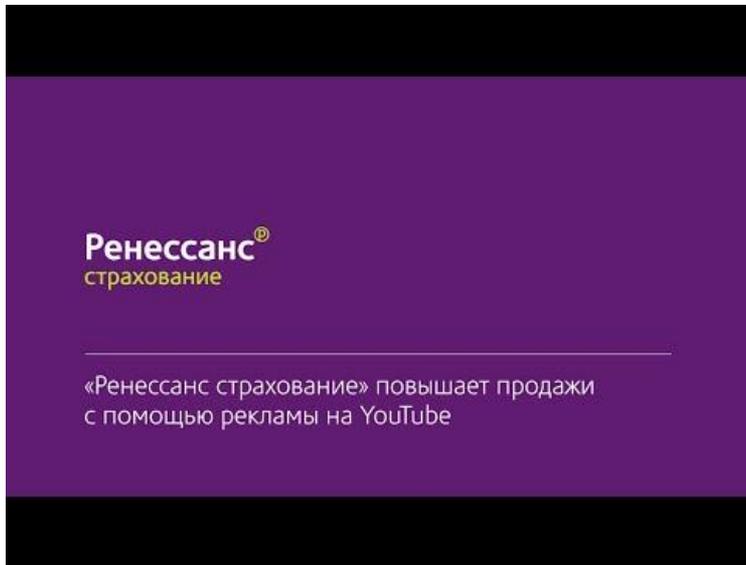
<input type="checkbox"/>		Группа объявлений	Статус [?]	Макс. цена за просмотр [?]	Тип группы объявлений [?]	Показы [?]	Просмотры [?]	Коэффициент просмотров [?]
<input type="checkbox"/>		YT - Ключевые слова	Кампания приостановлена	0,05 \$ 	In-Stream	4 504	936	20,78 %
<input type="checkbox"/>		YT - Ремаркетинг	Кампания приостановлена	0,05 \$ 	In-Stream	9 655	3 019	31,27 %
<input type="checkbox"/>		YT - Интересы	Кампания приостановлена	1,00 \$ 	In-Stream	0	0	0,00 %
<input type="checkbox"/>		YT Discovery - Ключевые слова	Кампания приостановлена	1,00 \$ 	Video discovery	0	0	0,00 %
Итого (видео)						14 159	3 955	27,93 %

Вдохновляющие истории успеха

Брендформанс для Юлмарт



Повышение продаж Ренессанс страхование



Креативная стратегия для бренда Adrenaline Rush



СПАСИБО!