YOUTUBE – НОВЫЙ ТРЕНД В PERFORMANCE-ИНВЕНТАРЕ

АРТЁМ ПОПОВ

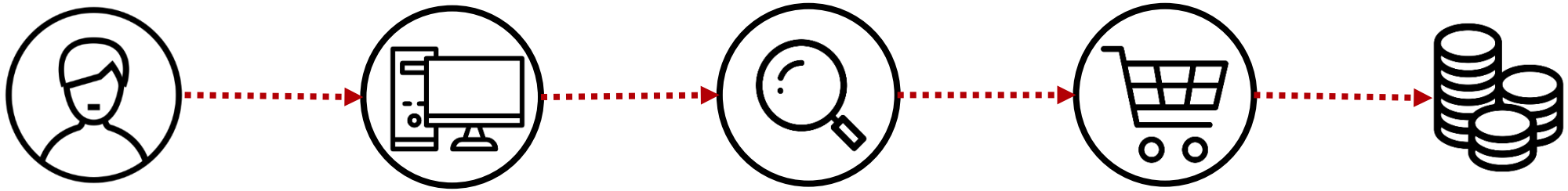
SENIOR MEDIA MANAGER
АГЕНТСТВО ICONTEXT

РИФ/20 КИБ/18

icontext OMNI DIGITAL MARKETING

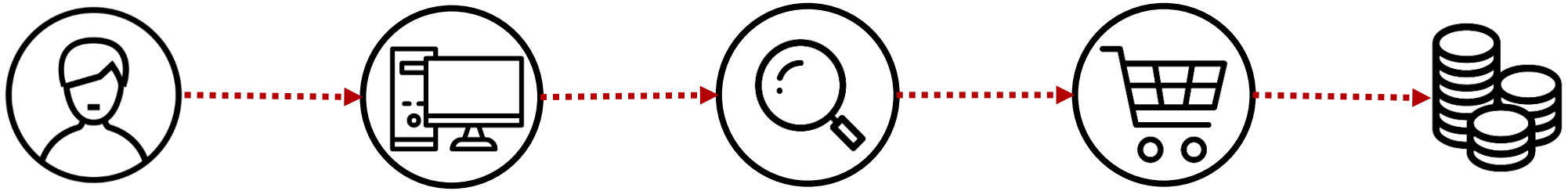
ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИЙНОГО ПОДХОДА

РАНЬШЕ:

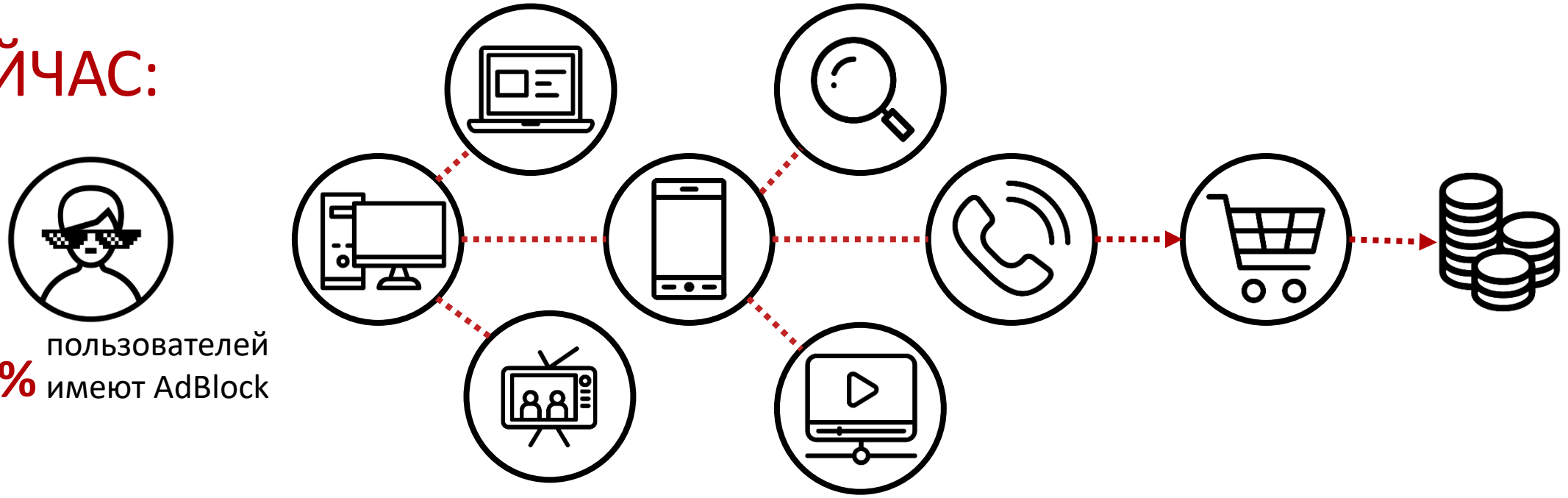


ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИЙНОГО ПОДХОДА

РАНЬШЕ:



СЕЙЧАС:



20% пользователей имеют AdBlock

ИНТЕРНЕТ VS TV

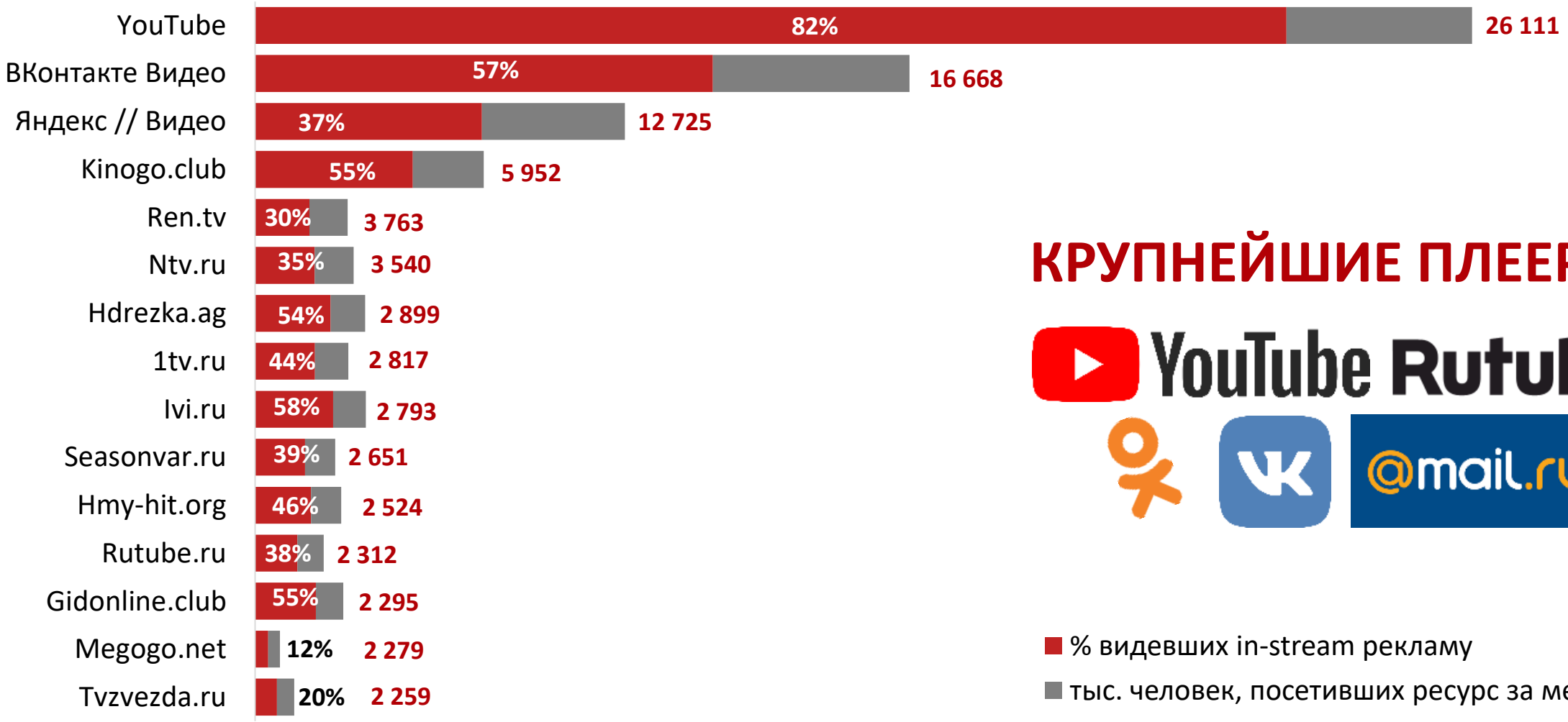
% ТОВАРНОЙ КАТЕГОРИИ ОТ ВСЕГО ОБЪЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ

Ось Y – Объемы in-stream рекламы
Ось X – Объемы размещения на ТВ

WEB-Index. In-stream: Россия 100k+, все сайты, Desktop, Январь-Август 2017, объемы, 12-64 лет. TV Index Россия 100k+, Январь-Август 2017, объемы

ЭКОСИСТЕМА ВИДЕО-РЕКЛАМЫ

DESKTOP, РОССИЯ 100К+, ЯНВАРЬ – АВГУСТ 2017, 12-64 ЛЕТ



КРУПНЕЙШИЕ ПЛЕЕРЫ:

YouTube Rutube

% видевших in-stream рекламу

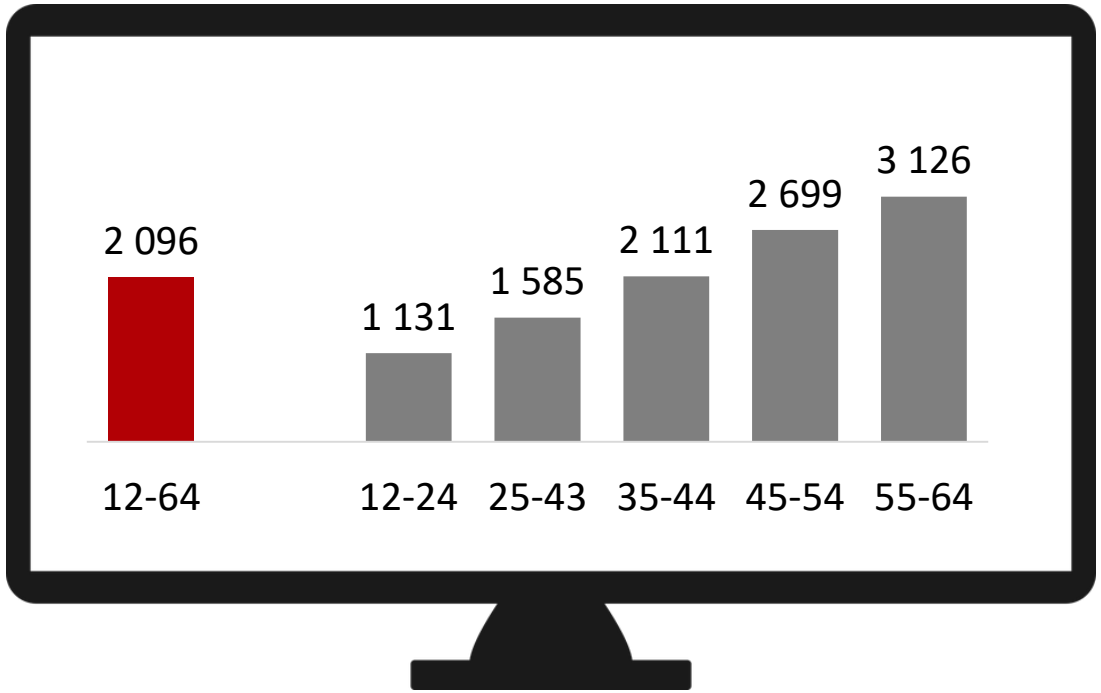
тыс. человек, посетивших ресурс за месяц

WEB-Index, Россия 100k+, Desktop, Январь-Август 2017, Average Monthly Reach, % аудитории, которая видела In-stream рекламу на сайте, 12-64 лет

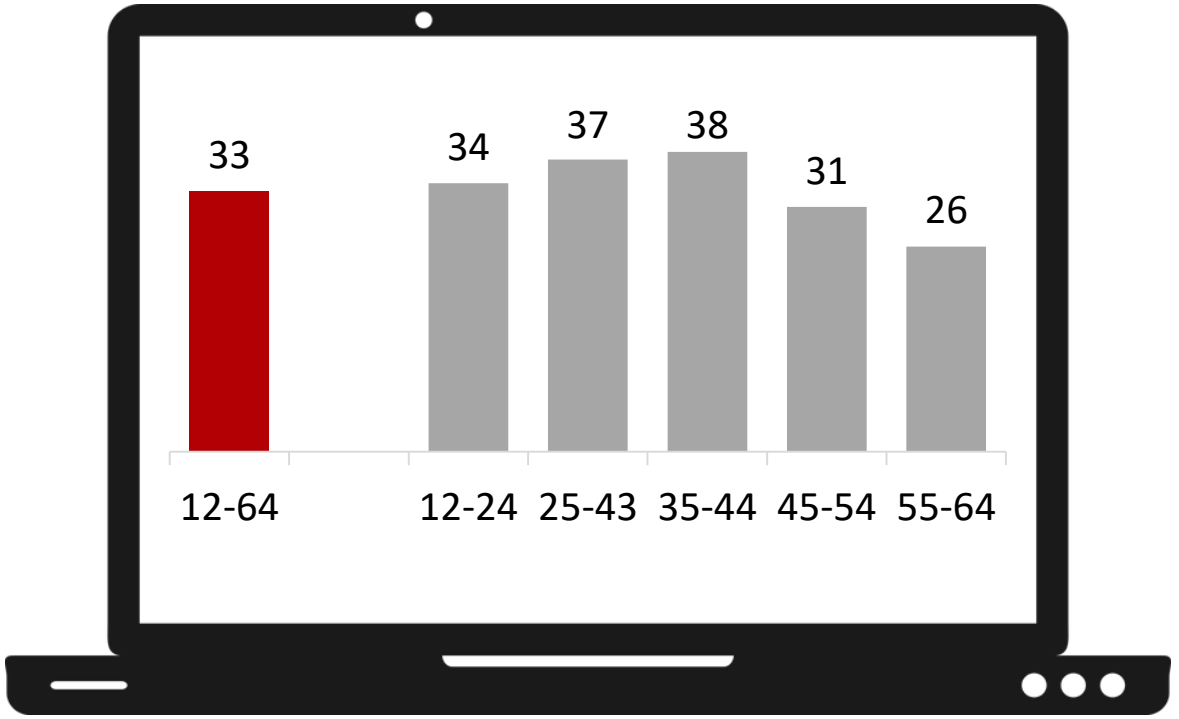
ШУМ. ОЧЕНЬ МНОГО ШУМА

В OLV МЕНЬШЕ ШУМА. СИЛЬНО МЕНЬШЕ

2 096 VS **33**



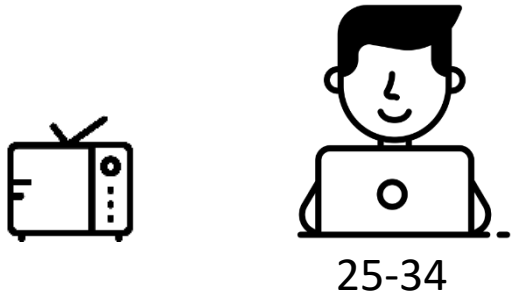
TV



OLV

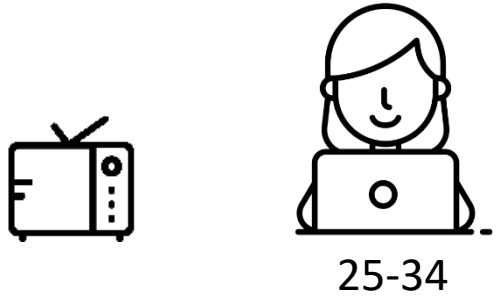
WEB-Index, Россия 100k+, Desktop, Январь-Август 2017

А ЕЩЕ YOUTUBE ЧАЩЕ ВСЕГО ДЕШЕВЛЕ



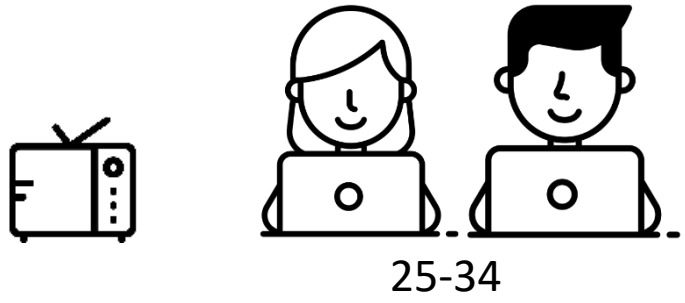
25-34

62,426 ₽ YouTube дешевле **на 67%** 20,401 ₽



25-34

64,527 ₽ YouTube дешевле **на 62%** 21,873 ₽



25-34

59,161 ₽ YouTube дешевле **на 62%** 42,269 ₽

*ТВ CPP данные Accenture по H1 2017. Города 100k+, YouTube CPP рассчитан на основе среднего CPM, который включает естественное распределение бюджетов между YouTube non skip 20, YouTube TrueView 2017. Методология расчета CPP верифицирована Accenture. Города 100к

МАТРИЦА KPI В YOUTUBE

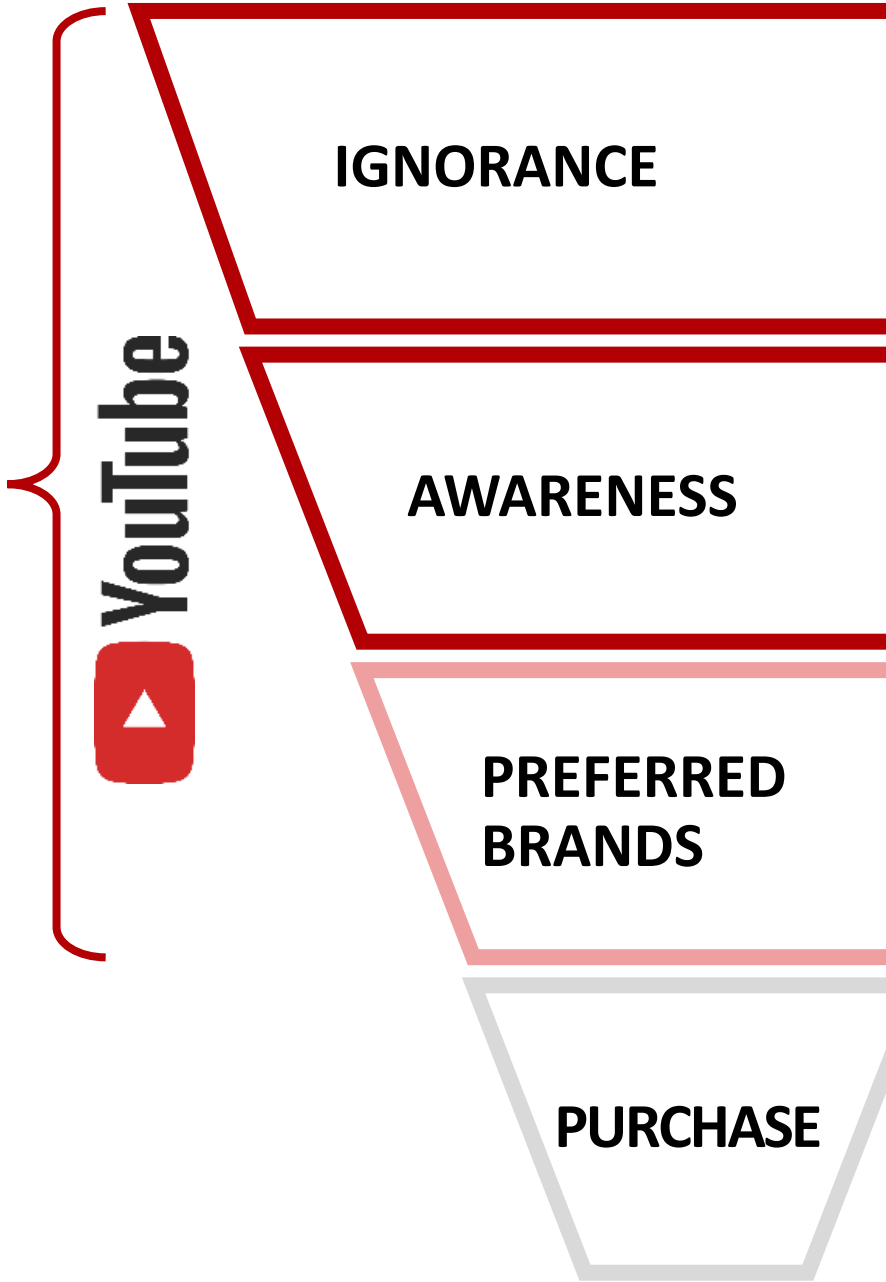
ДЛЯ PERFORMANCE-КАМПАНИЙ

BRANDING

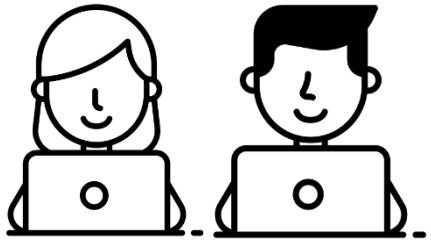
- Глубина просмотра
- Процент досмотров
- BrandLift показатели

PERFORMANCE

- Трафик на сайт
- Прирост брендовых запросов
- Прирост органического трафика
- Конверсии:
  - Ассоциированные мультиканальные
  - По показам



СЦЕНАРИИ РЕТАРГЕТИНГА



Просмотр рекламного объявления на YouTube
Формирование списка post-view аудитории

Google

Использование списка post-view в рекламных кампаниях **на поиске и в сетях**

Передача списка в weborama

Использование списка в Weborama Video

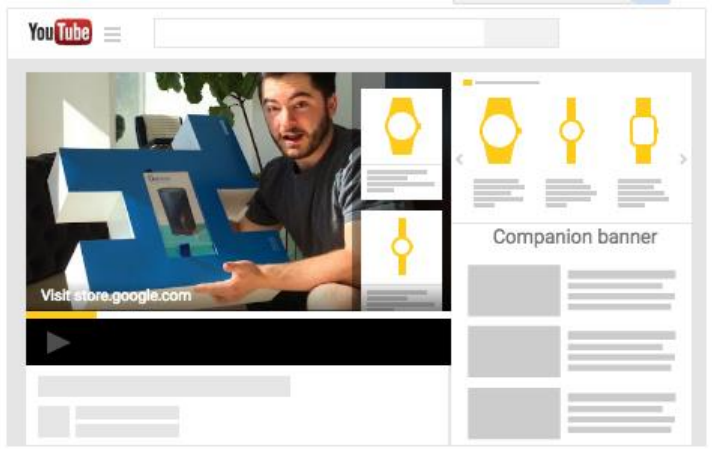
Охват оставшихся целевых пользователей на площадках площадок с низким пересечением аудитории с YouTube

Передача списка **на прочие площадки** (социальные сети, RTB-системы)

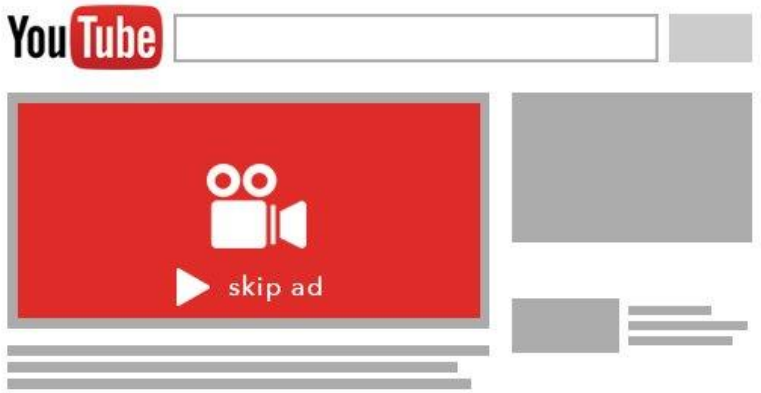
Запуск ретаргетинговых РК на этих площадках

PERFORMANCE-ИНСТРУМЕНТЫ YOUTUBE

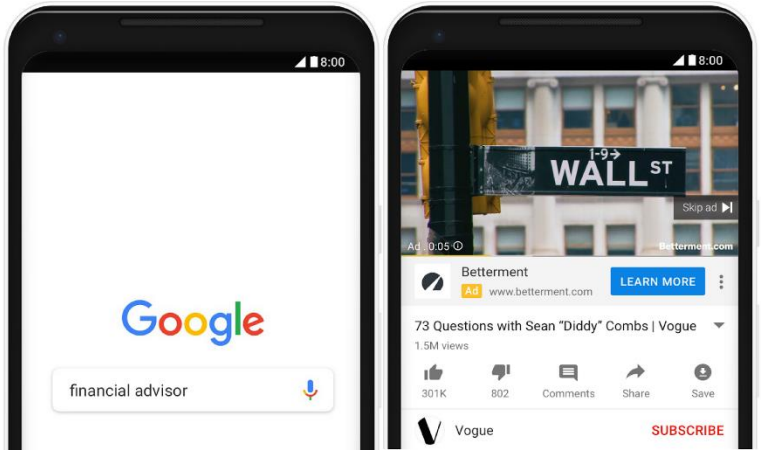
TRUE VIEW FOR SHOPPING



BUMPER ADS FOR SHOPPING (BETA)

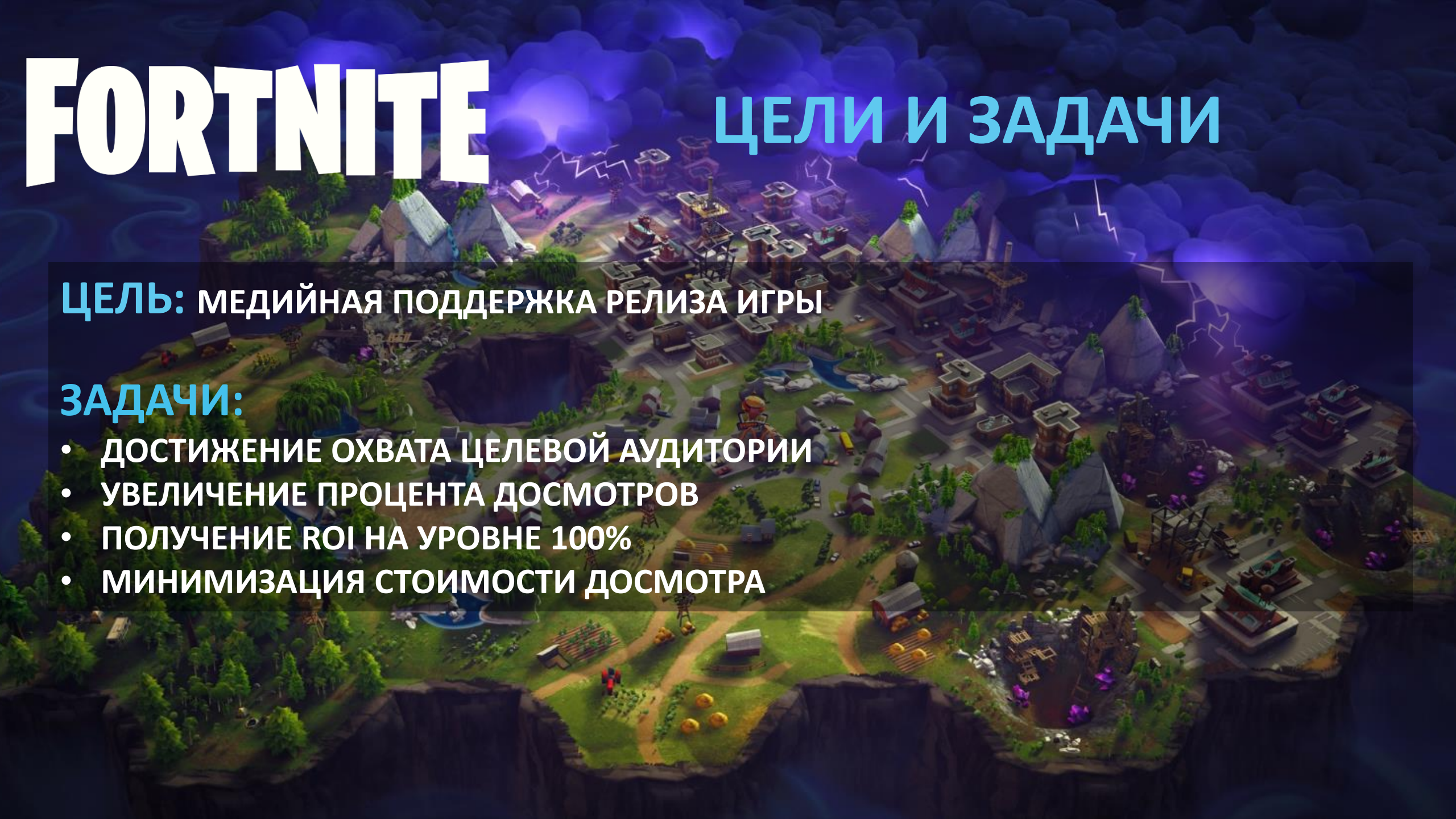


TRUE VIEW FOR ACTION



ТАРГЕТИНГ ПО КЛЮЧЕВЫМ СЛОВАМ (BETA)

FORTNITE
YouTube
EPIC
GAMES



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ЦЕЛЬ: МЕДИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕЛИЗА ИГРЫ

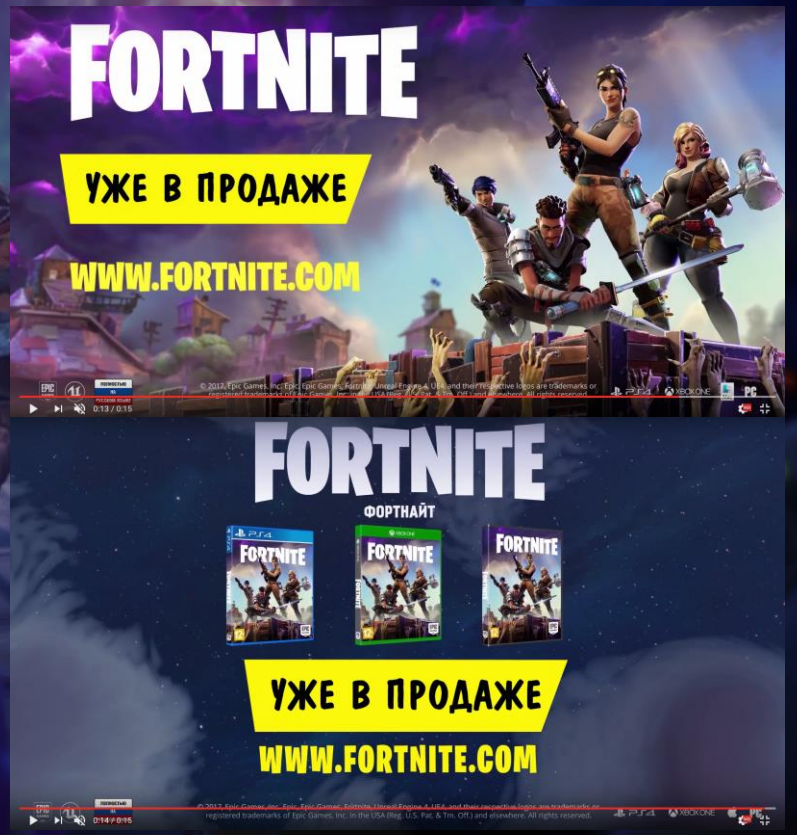
ЗАДАЧИ:

- ДОСТИЖЕНИЕ ОХВАТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ
- УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОЦЕНТА ДОСМОТРОВ
- ПОЛУЧЕНИЕ ROI НА УРОВНЕ 100%
- МИНИМИЗАЦИЯ СТОИМОСТИ ДОСМОТРА

FORTNITE

РЕШЕНИЕ

- ПРОМЕТКА ДО КРЕАТИВА
- ТАРГЕТИНГ НА «ИГРЫ» И «ПРИСТАВКИ»
- СБОР СПИСКА ИГРОВЫХ КАНАЛОВ
- АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПО МЕТРИКАМ CR/CTR
- ОТКЛЮЧЕНИЕ НЕЭФФЕКТИВНЫХ ТАРГЕТИНГОВ
- ДОБАВЛЕНИЕ ВРЕМЕННОГО ТАРГЕТИНГА
- СНИЖЕНИЕ СТАВКИ В 2 РАЗА
- УСИЛЕНИЕ РК НА ВЫХОДНЫХ



РЕЗУЛЬТАТ

BRANDING РЕЗУЛЬТАТЫ ФЛАЙТА

1 100К
ПРОСМОТРОВ

4 400К
ПОКАЗОВ

0,75 Р
CPV

827К
БЮДЖЕТ

PERFORMANCE РЕЗУЛЬТАТЫ ФЛАЙТА

775
ЗАКАЗОВ

1 571К
ОБОРОТ

52%
ДРР

7,21%
CR

Петрович

YOUTUBE vs. TV

ЗАДАЧА

Получить максимальный объем уникального охвата по тематике

Обеспечить минимальную цену за контакт с уником

БАРЬЕР

Узкая тематика с ограниченным объёмом аудитории

Высокий ценовой уровень на небольшой объём

РЕШЕНИЕ

STEP 1

TRUE VIEW и BUMPER ADS

Ручной подбор списков ключевых слов и каналов для таргетинга

KEYWORDS
CTR 0,03%
CPV 0,53руб.

CHANNELS
CTR 0,08%
CPV 0,93руб.

STEP 2

CUSTOM PACK

Кастомный подбор списка каналов, выкуп трафика до 90%

CUSTOM PACK
CTR 0,23%
CPV 0,44руб.

ПРОЦЕНТ ПРОСМОТРА 96%

РЕЗУЛЬТАТ

СТОИМОСТЬ УНИКАЛЬНОГО КОНТАКТА

YOUTUBE x5 РАЗ ДЕШЕВЛЕ TV

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

АРТЁМ ПОПОВ

SENIOR MEDIA MANAGER
АГЕНТСТВО ICONTEXT

РИФ/20 КИБ/18

icontext OMNI DIGITAL MARKETING