



ПРОДВИГАЕМ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

www.webcom.kz



КЕЙС ПО ИНСТРУМЕНТУ

ВИДЕОРЕКЛАМА НА YOUTUBE

Как сформировать спрос на новую для рынка продукцию?



КЛИЕНТ

- ✓ Тематика: товар/косметика.
- ✓ Период продвижения: декабрь 2016 - февраль 2017
- ✓ Инструменты продвижения: видеореклама в YouTube
- ✓ Формат видеорекламы: TrueView In-Stream



БИЗНЕС-ЗАДАЧИ,

С КОТОРЫМИ ОБРАТИЛСЯ КЛИЕНТ



Формирование осведомленности о бренде



Формирование потребности и желания покупки



Увеличение продаж продукта



Увеличение заинтересованности к продукту среди целевой аудитории (далее - ЦА)



Особенность:

Данная продукция является новой для рынка, бренд ЦА неизвестен



Преимущества размещения рекламной кампании в YouTube (система Google Adwords):

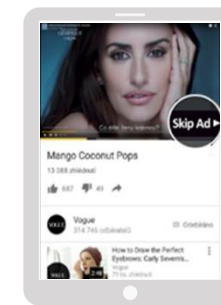
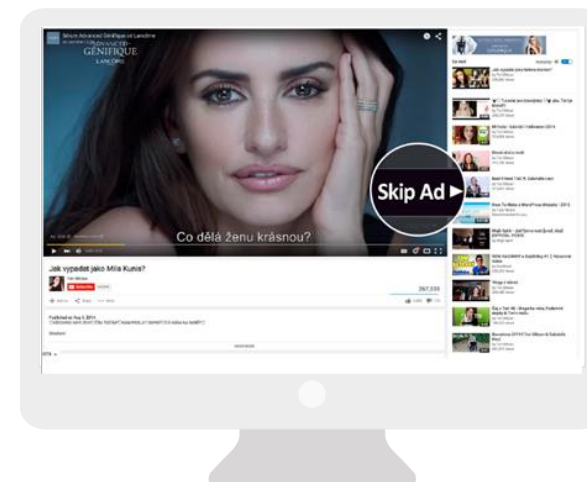
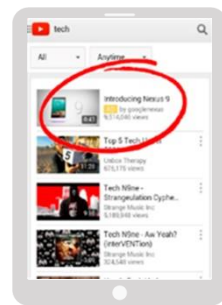
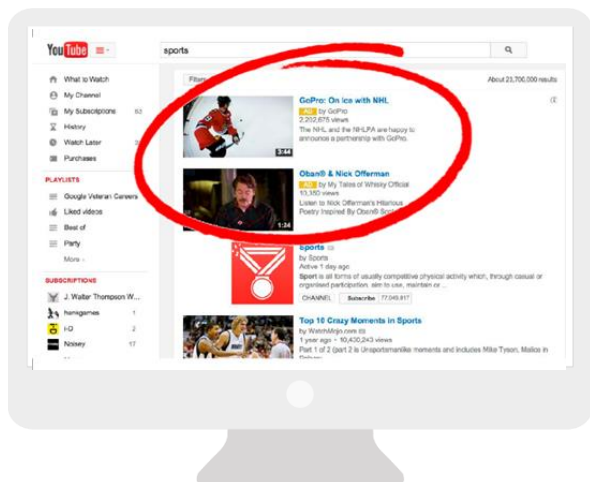
- ✓ **49%** Пользователей принимает решение о покупке после просмотра видео на YouTube
- ✓ На YouTube сконцентрирована целевая аудитория продукта, т.к. косметика является одной из самых популярных категорий поиска на YouTube
- ✓ YouTube охватывает **64%** интернет-пользователей 18+
- ✓ В отличие от баннерной рекламы (в контекстно-медийной сети Google), в 30-секундном видеоролике мы можем рассказать о продукте намного больше и получить больший охват.

ПОЧЕМУ ВЫБРАН

ИНСТРУМЕНТ ВИДЕОРЕКЛАМА В YOUTUBE:

→ YouTube. Рекламный формат **TrueView** – видеообъявления, позволяющие не оплачивать случайные показы за счет возможности пропустить видео.

Данный рекламный формат может быть двух видов:



TrueView Video Discovery (ранее In-Display) – объявление, содержащее текст и кадр из видео, при нажатии на которое видео проигрывается на канале

TrueView In-Stream - видеообъявление, которое пользователь может пропустить через 5 секунд просмотра

ПОЧЕМУ ВЫБРАН

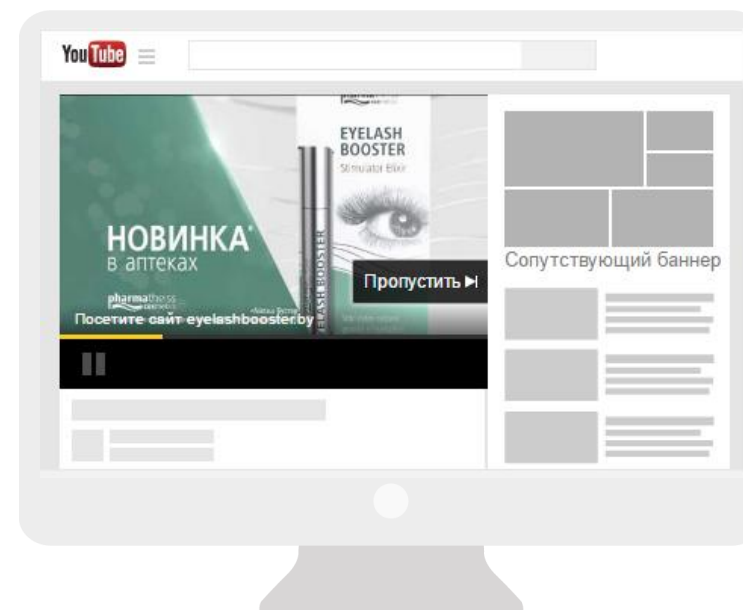
ФОРМАТ TRUEVIEW IN-STREAM:

TrueView In-Stream обращает на себя внимание пользователя вне зависимости, выбирает ли он этот ролик для просмотра или нет (т.к. возможность пропуска появляется через 5 секунд после начала рекламы)



Данный вид рекламы отлично справляется с формированием:

- ✓ Осведомленности о продукте
- ✓ Заинтересованностью продуктом
- ✓ Желанием купить рекламируемый продукт



ПОЧЕМУ ВЫБРАН

ФОРМАТ TRUEVIEW IN-STREAM:

Рекламируемый продукт относится к классу аптечной косметики. Данный вид косметики ориентирован на **платежеспособную аудиторию**: девушки и женщины в возрасте 18+

Учитывая специфику продукта (отрасль косметических товаров и услуг), были выбраны интересы и темы, которые напрямую связаны с косметической тематикой.

Настройки

- **Возраст:** 18-45 лет
- **Пол:** женский, неизвестно
- **Стратегия.**
 - Бюджет: 5\$/день
 - Цена за просмотр: 0,01\$
 - Период работы кампании: 2 месяца

Интересы [?]
Аудитории по интересам (охват) Знатоки индустрии красоты
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) Косметические товары и услуги
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары Косметика
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары Товары для ухода за кожей

Тема
Люди и общество > Женские интересы
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом > Уход за кожей и ногтями
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом > Декоративная косметика
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом
Красота и фитнес > Косметические процедуры
Красота и фитнес > Косметологи и имиджмейкеры

ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

ИНТЕРЕСЫ*

Эффективность того или иного таргетинга можно сравнить по двум критериям:

Показатель кликабельности (CTR) - процентное соотношение числа кликов к числу показов.

Коэффициент просмотров видеорекламы (VTR) - процентное соотношение числа просмотров к числу показов

CTR

Интересы [?]	Кол-во показов	Клики [?]	CTR [?] ↓
Аудитории по интересам (охват) Знатоки индустрии красоты	6 618	55	0,83 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) Косметические товары и услуги	10 721	84	0,78 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Косметика	1 255	3	0,24 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Товары для ухода за кожей	58	0	0,00 %

VTR

Интересы [?]	Кол-во показов	Просмотры [?]	Количество [?] ↓ просмотров [?]
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Косметика	1 255	390	31,08 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Товары для ухода за кожей	58	14	24,14 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) Косметические товары и услуги	10 721	2 114	19,72 %
Аудитории по интересам (охват) Знатоки индустрии красоты	6 618	1 122	16,95 %

Результаты:

max CTR = 0,83 % (Знатоки индустрии красоты)

max VTR = 31,08 % (Косметические товары и услуги)

*показы рекламы осуществляются на основе интересов пользователей в сайтах, видеороликах и результатах поиска YouTube

ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

ТЕМЫ*

CTR

Темы [?]	Кол-во показов	Клики [?]	CTR [?] ↓
Красота и фитнес Косметологи и имиджмейкеры	39	2	5,13 %
Люди и общество Женские интересы	231	3	1,30 %
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Уход за кожей и ногтями	6 958	75	1,08 %
Красота и фитнес Уход за лицом и телом	8 511	56	0,66 %
Красота и фитнес Косметические процедуры	348	2	0,57 %
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Декоративная косметика	2 579	4	0,16 %

VTR

Темы [?]	Кол-во показов	Просмотры [?]	Количество просмотров [?] ↓
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Декоративная косметика	2 579	847	32,84 %
Красота и фитнес Косметологи и имиджмейкеры	39	9	23,08 %
Люди и общество Женские интересы	231	50	21,65 %
Красота и фитнес Косметические процедуры	348	73	20,98 %
Красота и фитнес Уход за лицом и телом	8 511	1 520	17,86 %
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Уход за кожей и ногтями	6 958	1 145	16,46 %



Результаты:

max CTR = 5,13 % (Косметологи и имиджмейкеры)

max VTR = 32,84 % (Декоративная косметика)

*показы рекламы осуществляются на основе интересов пользователей в сайтах, видеороликах и результатах поиска YouTube



После заданных настроек таргетинга были получены следующие результаты:

Интересы:

max CTR = 0,83 % (Знатоки индустрии красоты)
max VTR = 31,08 % (Косметические товары и услуги)

Темы:

max CTR = 5,13 % (Косметологи и имиджмейкеры)
max VTR = 32,84 % (Декоративная косметика)

ИТОГ: учитывая, что для клиента более важными результатами работы видеорекламы являются **переходы на сайт с видеорекламы**, чем просмотры видеоролика, мы начали поиск вариантов увеличения показателя CTR в первую очередь, а во вторую – увеличения показателя VTR.

ПОЭТОМУ



Мы начали поиск более заинтересованной аудитории

ЧТО БЫЛО

ПРЕДПРИНЯТО ДАЛЕЕ:



Расширение таргетинга* на косвенные интересы + темы

Для большего охвата аудитории следует выбирать не только интересы, напрямую связанные с продуктом, но и косвенные и околотематические группы интересов, учитывающие особенности целевой аудитории и ситуации, в которых может возникнуть потребность в данном продукте.

Портрет аудитории: **девушки и женщины от 18 до 45 лет**. Ситуации, вызывающие потребность в продукте: свадьба, конкурс красоты, подготовка к вечеринке, ночной образ жизни, работа моделью и тд.



Интересы и темы в Google Adwords: Свадебные платья и костюмы, Организация свадеб, Любители ночного образа жизни, Шопоголики, Читатели женских журналов, Конкурсы красоты, Бодибилдинг, Женские интересы, Косметологи и имиджмейкеры.

Данные темы и интересы были добавлены в качестве таргетинга.

** Заданные параметры и характеристики аудитории*

ЧТО БЫЛО

ПРЕДПРИНЯТО ДАЛЕЕ:

<input checked="" type="checkbox"/> Категория интересов	Визиты	Посетители	Аффинити-индекс
	▼ %	▼ %	▼ %
<input type="checkbox"/> Итого и средние	7 507	5 783	—
<input checked="" type="checkbox"/> Литература и учебные материалы	4 648	3 590	91,1 %
<input checked="" type="checkbox"/> Кино	4 400	3 362	70,8 %
<input checked="" type="checkbox"/> Бизнес	4 379	3 434	90,6 %
<input checked="" type="checkbox"/> Кулинария	4 220	3 287	123 %
<input checked="" type="checkbox"/> Семья и дети	3 566	2 847	119 %
<input type="checkbox"/> Туризм	3 430	2 690	57,1 %
<input type="checkbox"/> Красота и здоровье	1 971	1 541	184 %
<input type="checkbox"/> Автомобили	1 546	1 195	49,7 %
<input type="checkbox"/> Обустройство	1 242	971	33,2 %
<input type="checkbox"/> Финансы	1 095	851	33,2 %
<input type="checkbox"/> Программное обеспечение	732	566	86,9 %

Для того, чтобы определить косвенные интересы и темы, необходимо узнать, чем интересуется целевая аудитория сайта. За этим можно обратиться к отчету “Долгосрочные интересы” (Поведение) в Яндекс. Метрике.

Категории интересов, для которых показатель индекса соответствия* (аффинити-индекса) **больше 100%**, характеризуют также околотематические интересы целевой аудитории сайта.

В данном случае помимо прямого интереса “Красота и здоровье” наша целевая аудитория активно интересуется темами **“Кулинария”** и **“Семья и дети”**, которые можно добавить **в качестве таргетинга для показа видеорекламы**

* индекс соответствия - обозначает отношение рейтинга по целевой аудитории к рейтингу по общей аудитории.

РЕЗУЛЬТАТ ПОСЛЕ РАСШИРЕНИЯ:

ИНТЕРЕСЫ

Наиболее эффективные таргетинги по интересам: Семьянины, Уход за детьми и образование, Организация свадеб, Свадебные платья и костюмы.

CTR

Интересы [?]	Кол-во показов	Клики [?]	CTR [?] ↓
Аудитории по интересам (охват) Семьянины	9 437	160	1,70 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Товары для детей и новорожденных Уход за детьми и образование	563	9	1,60 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Подарки и торжества Организация свадеб	1 268	16	1,26 %
Аудитории по интересам (охват) Знаатоки индустрии красоты	1 796	21	1,17 %
Аудитории по интересам (охват) > Любители шопинга Шопоголики	13 171	141	1,07 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Одежда и аксессуары > Одежда для торжеств Свадебные платья и костюмы	105	1	0,95 %

VTR

Интересы [?]	Кол-во показов	Просмотры [?]	Количество [?] ↓ просмотров
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Одежда и аксессуары > Одежда для торжеств Свадебные платья и костюмы	105	46	43,81 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Товары для ухода за волосами	845	345	40,83 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Косметика	1 218	489	40,15 %
Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Косметические товары и услуги Товары для ухода за телом	13	5	38,46 %
Аудитории по интересам (охват) > Читатели новостей Читатели женских журналов	10 762	4 072	37,84 %



Результаты:

max CTR = 1,70 % (Семьянины)

max VTR = 43,81 % (Свадебные платья и костюмы)

РЕЗУЛЬТАТ ПОСЛЕ РАСШИРЕНИЯ:

ТЕМЫ

Наиболее эффективные таргетинги по темам: Косметические процедуры, Курорты и центры красоты, Конкурс красоты, Бары, клубы, Ночная жизнь.

CTR

Темы ?	Кол-во показов	Клики ?	CTR ↓ ?
Красота и фитнес Косметические процедуры	12	1	8,33 %
Красота и фитнес Курорты и центры красоты	54	1	1,85 %
Красота и фитнес Уход за волосами	507	6	1,18 %
Красота и фитнес Боди-арт	174	2	1,15 %
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Уход за кожей и ногтями	761	8	1,05 %

VTR

Темы ?	Кол-во показов	Просмотры ?	Количество ↓ просмотров ?
Красота и фитнес Конкурсы красоты	7	3	42,86 %
Искусство и развлечения > Списки событий Бары, клубы и ночная жизнь	21	8	38,10 %
Красота и фитнес > Уход за лицом и телом Декоративная косметика	141	47	33,33 %
Красота и фитнес Мода и стиль	120	36	30,00 %
Красота и фитнес > Фитнес Бодибилдинг	69	20	28,99 %
Продукты питания и напитки Кулинария и рецепты	711	200	28,13 %

Результаты:

max CTR = 8,33 % (Косметические процедуры)
max VTR = 42,86 % (Конкурсы красоты)

РЕЗУЛЬТАТЫ

После дополнительных настроек таргетингов были получены следующие результаты:



Количество переходов на сайт (CTR)
увеличилось в 2 раза после дополнительной
настройки тем и интересов



Коэффициент просмотра видеороликов (VTR)
увеличился почти в 1,5 раза после
дополнительной настройки тем и интересов

		Было	Стало
Интересы	CTR	0,83 % (Знатоки индустрии красоты)	1,70 % (Семьянины)
	VTR	31,08 % (Косметические товары и услуги)	46,61 % (Свадебные платья и костюмы)
Темы	CTR	5,13 % (Косметологи и имиджмейкеры)	10,33 % (Косметические процедуры)
	VTR	32,84 % (Декоративная косметика)	42,86 % (Конкурсы красоты)

Бюджет увеличили почти в 2 раза, т.к. увеличилась кликабельность и количество просмотров.
Без увеличения бюджета показы объявлений происходили бы реже, т.к. дневной бюджет стал бы расходоваться быстрее

В результате расширения категорий тем и интересов были выявлены наиболее **перспективные сегменты целевой аудитории**, такие как:



будущие невесты



любители ночного образа жизни



семьянины



участники конкурсов красоты/бодибилдинга

Расширение пользовательской аудитории привело не только к увеличению эффективности работы видеорекламы, но и сформировало узнаваемость продукта, что подтверждается заметным **ростом витальных* поисковых запросов** в системах Яндекс и Google (см. дальше).

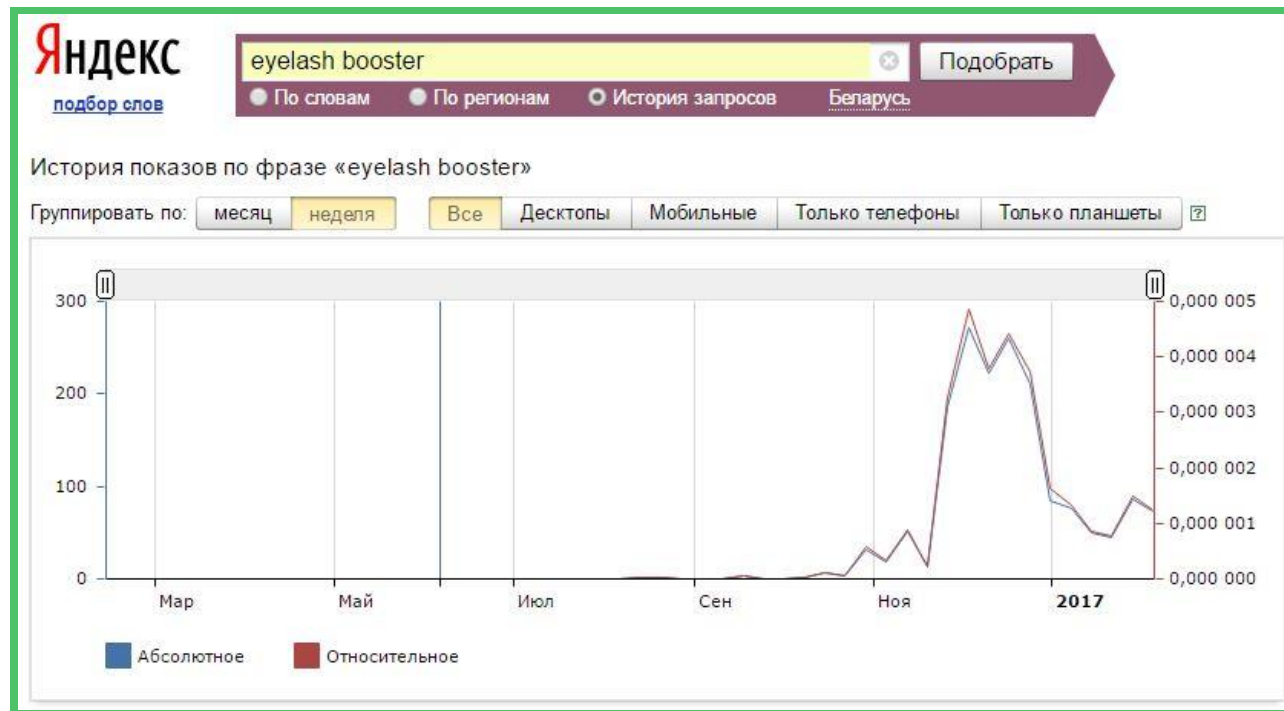
** прямой запрос по бренду или названию*

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ:

СТАТИСТИКА ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

После запуска видеорекламы наблюдается резкий рост количества витальных запросов среди пользователей в поиске Яндекса.

Благодаря видеорекламе пользователи начали не только запоминать название продукта, но и **интересоваться** его свойствами, ценой, так как большинство фраз наряду с названием продукта содержали в себя такие упоминания, как **“форум”**, **“отзывы”**, **“состав”** и т.д.



Источник: сервис Подбор слов (wordstat.yandex.ru/)

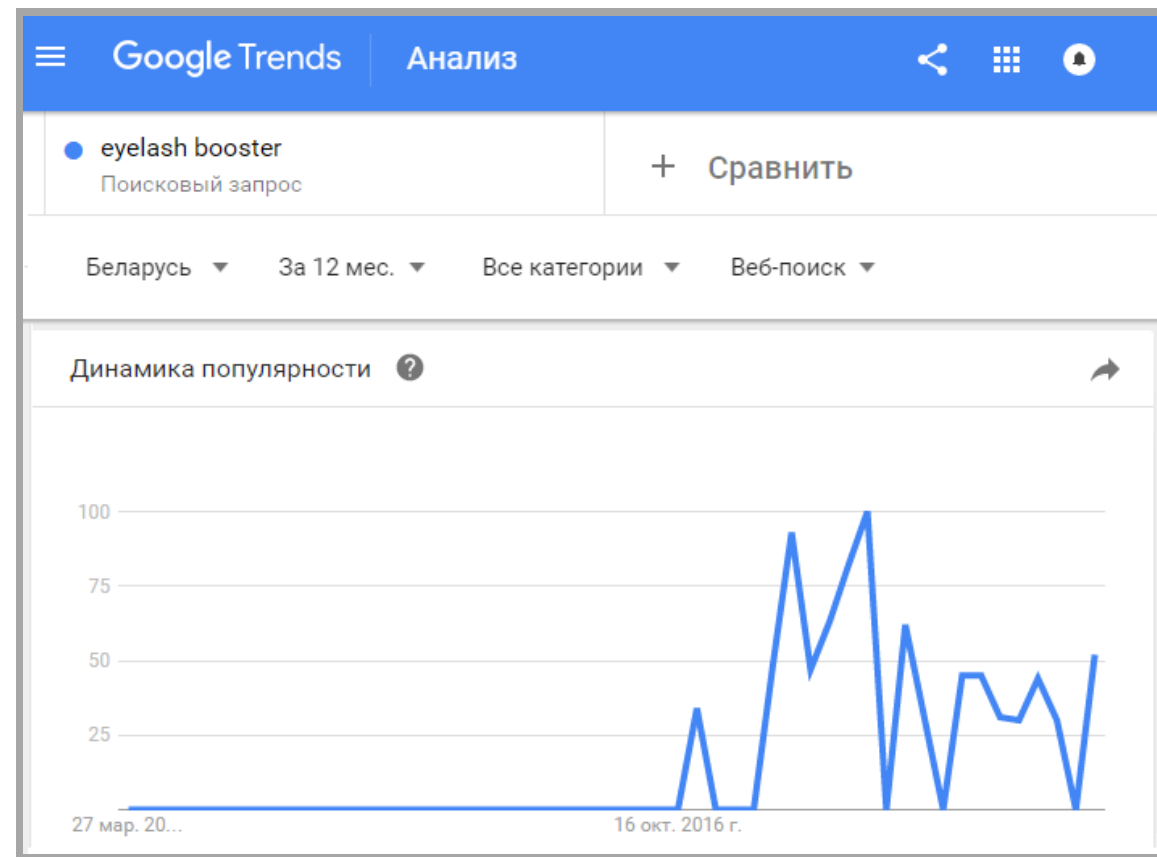
Кампании были запущены 29.11.16 г.

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ:

СТАТИСТИКА ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ GOOGLE ADWORDS

На поиске Google обозначилась похожая ситуация роста витальных запросов продукта.

Здесь преобладали такие запросы, как: “сыворотка айлаш бустер”, “производитель eyelash booster”, “где купить eyelash booster” и тд.



Источник: сервис Google Trends (google.by/trends/)

Кампании были запущены 29.11.16 г.

ОСНОВНЫЕ

ВЫВОДЫ



Видеореклама — **эффективный инструмент брендинга** новых товаров/услуг на рынке.



Для увеличения узнаваемости бренда лучше всего подходит формат видеорекламы **TrueView In-Stream** (YouTube).



Запуск видеорекламы способствует увеличению **витальных (прямых-брендовых) запросов** на поиске.



Расширение охвата аудитории различных категорий интересов позволяет выделить сегмент **самых заинтересованных в продукте пользователей**.



Косвенные и, как кажется на первый взгляд, нецелевые **интересы** аудитории могут оказаться **эффективнее**, чем стандартные в соответствующей тематике.

ПОЧЕМУ НАМ СТОИТ ДОВЕРИТЬ ЗАДАЧУ?

18⁺

лет на рынке

160⁺

специалистов в команде

4000⁺

успешных проектов

- ✓ **Webcom Group** – международная группа независимых digital-агентств, имеющая офисы в Москве, Минске и Алматы. Уже **более 4000 компаний** из России, Беларуси, Казахстана и других стран оценили профессиональный уровень нашей работы.
- ✓ **Webcom Group** является сертифицированным агентством самых влиятельных систем контекстной рекламы. В нашей команде работают **сертифицированные тренеры Яндекс** и **сертифицированный преподаватель Google**, а также более 100 сертифицированных специалистов по контекстной рекламе.
- ✓ **Webcom Group** обладает статусом **Google Adwords Premier SMB Partner**, который позволяет экспертам компании обеспечивать клиентам и партнерам сотрудничество на еще более выгодных условиях.
- ✓ Мы привыкли каждый день **развивать рынок**, делиться опытом и новыми знаниями с клиентами и коллегами, задавать стандарты и **определять направления развития** отрасли.



Мы очень любим свою работу и знаем, что лидеры должны делать ее лучше других!

Появились вопросы
и желание обсудить бизнес-задачу?
Давайте начнем общаться!



Орманова Ляззат

Ваш персональный менеджер

Алматы

+7 (727) 356-05-08

webcom@webcom.kz

г. Алматы, Коктем 1-й мкрн, д. 15а, оф. 8

Следите за новостями



Facebook



YouTube

Будем рады видеть Вас в нашем офисе по адресу:
г. Алматы, Коктем 1-й мкрн, д. 15а, оф. 8

Webcom® / Kazakhstan