



ПРОДВИГАЕМ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

www.promo-webcom.by



КЕЙС ПО ИНСТРУМЕНТУ

ВИДЕОРЕКЛАМА НА YOUTUBE

Как сформировать спрос на новую для
рынка продукцию?



КЛИЕНТ

- ✓ **Сайт:** eyelashbooster.by.
- ✓ **Регион:** Беларусь.
- ✓ **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):

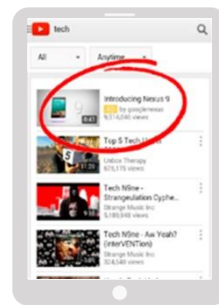
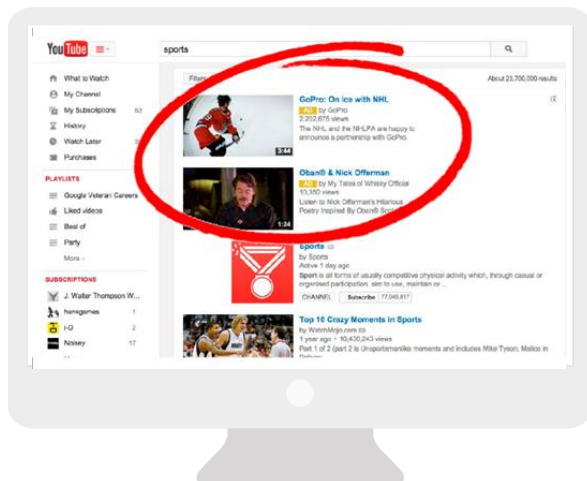
- ✓ **49%** Пользователей принимает решение о покупке после просмотра видео на YouTube
- ✓ На YouTube сконцентрирована целевая аудитория продукта, т.к. косметика является одной из самых популярных категорий поиска на YouTube
- ✓ YouTube охватывает **64%** интернет-пользователей 18+ **в Беларуси**
- ✓ 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

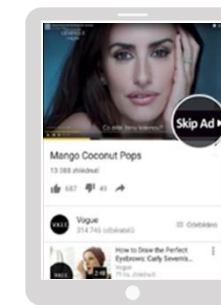
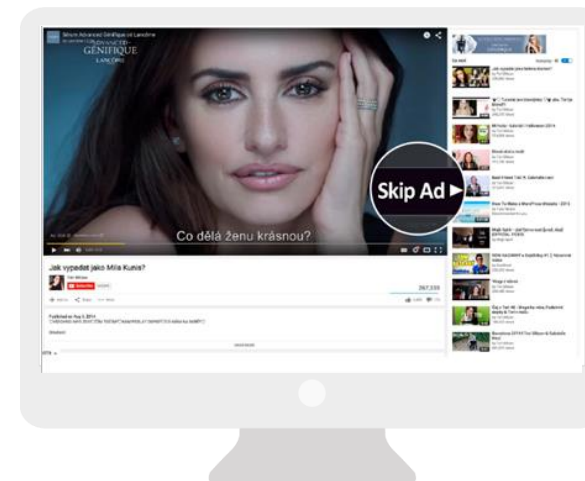
ИНСТРУМЕНТ ВИДЕОРЕКЛАМА В YOUTUBE:

➔ 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

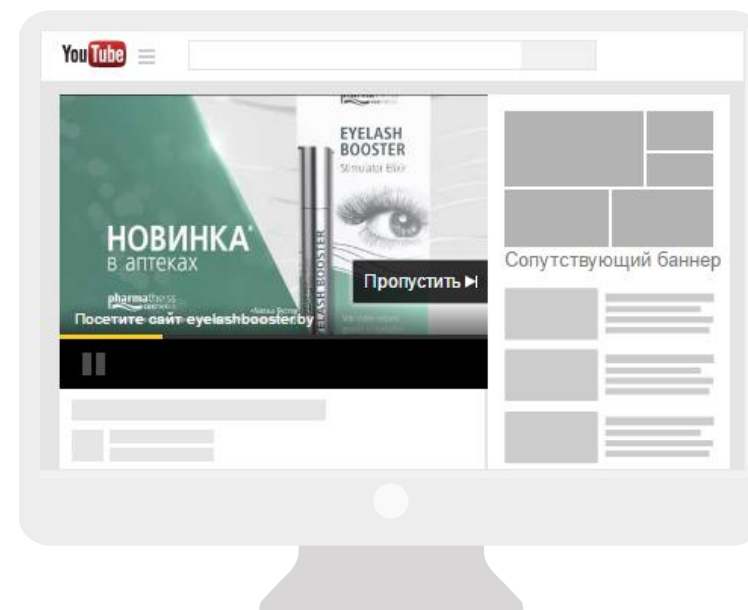
FORMAT TRUEVIEW IN-STREAM:

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

FORMAT 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



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:

✓ Категория интересов	Визиты	Посетители	Аффинити-индекс
	▼ % 	▼ % 	% 
☐ Итого и средние	7 507	5 783	—
☒ Литература и учебные материалы	4 648	3 590	91,1 %
☒ Кино	4 400	3 362	70,8 %
☒ Бизнес	4 379	3 434	90,6 %
☒ Кулинария	4 220	3 287	123 %
☒ Семья и дети	3 566	2 847	119 %
☐ Туризм	3 430	2 690	57,1 %
☐ Красота и здоровье	1 971	1 541	184 %
☐ Автомобили	1 546	1 195	49,7 %
☐ Обустройство	1 242	971	33,2 %
☐ Финансы	1 095	851	33,2 %
☐ 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) Знатоки 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)

ФИНАЛЬНЫЕ 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

ФИНАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

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).

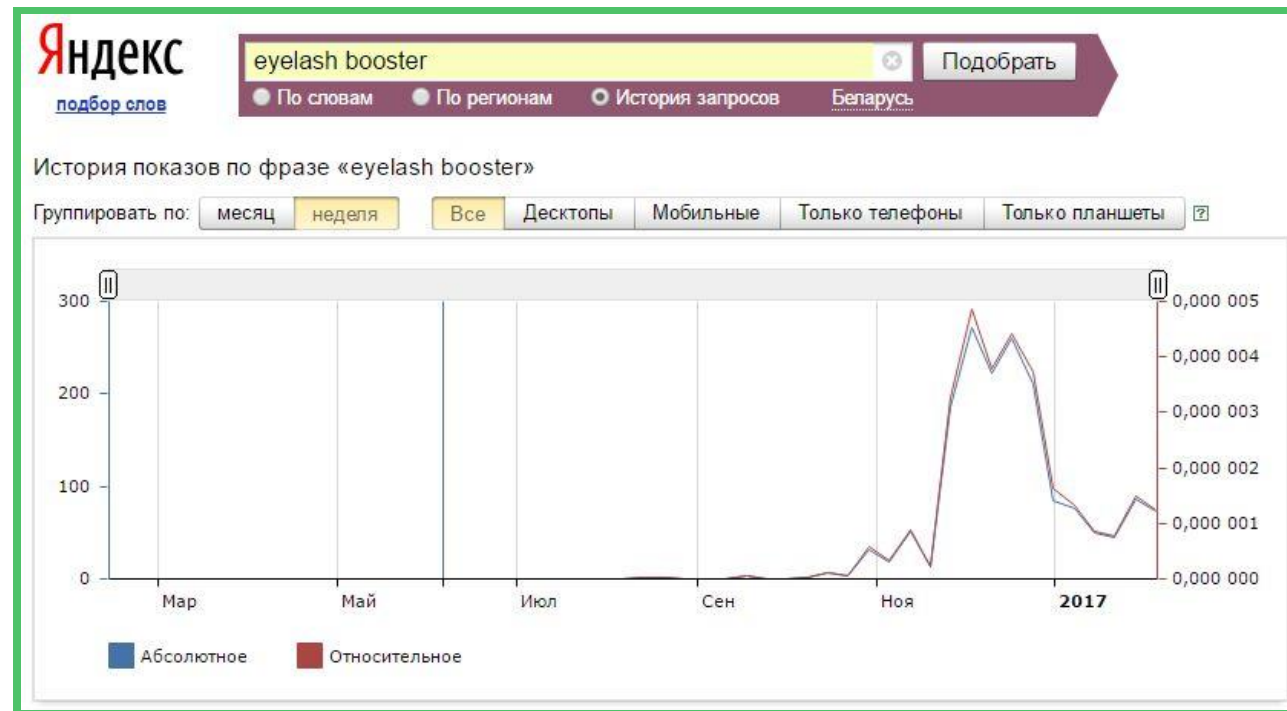
** прямой запрос по бренду или названию*

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ:

СТАТИСТИКА ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ В ЯНДЕКСЕ

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/)

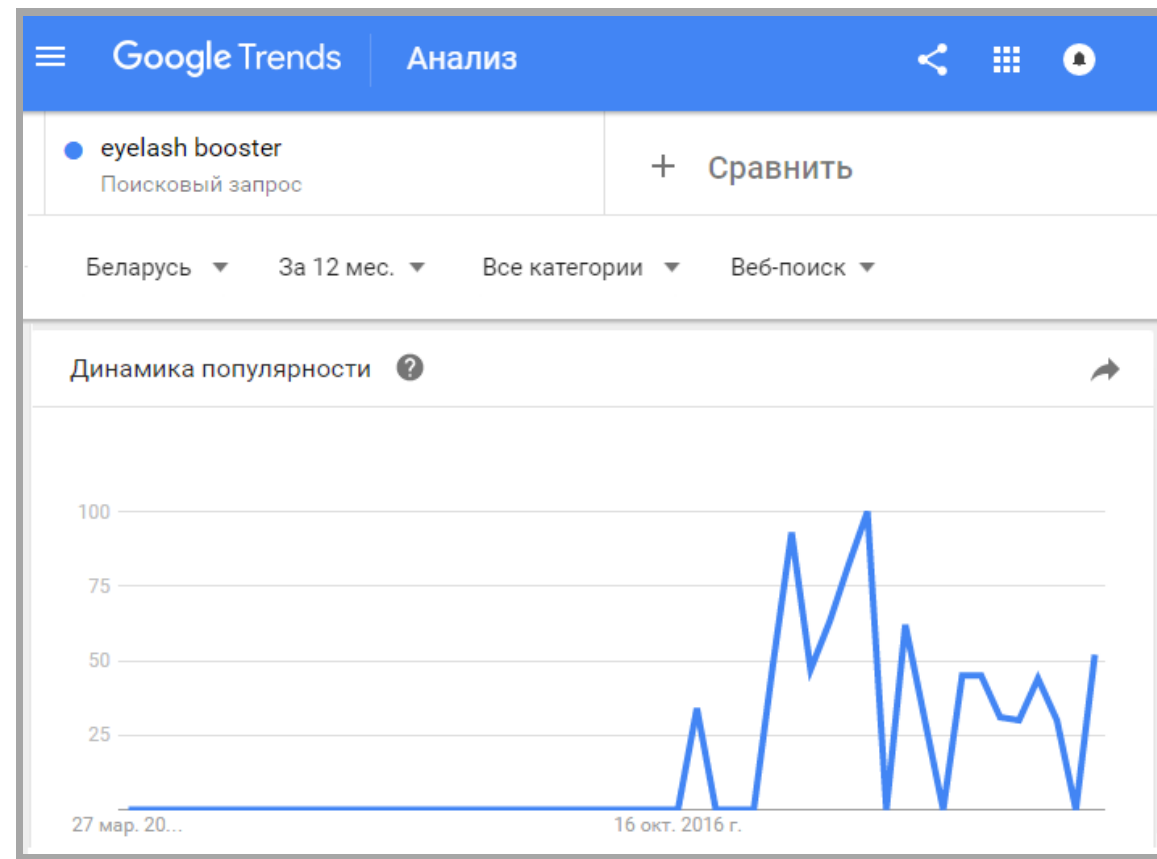
Кампании были запущены 29.11.16 г.

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ:

СТАТИСТИКА ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ В GOOGLE

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?



Digital-агентство №1 по версии Международного конкурса «ВЫБОР ГОДА» 2013-2018.
Лидирующие места в рейтингах Рунета.



Webcom Group является сертифицированным агентством: Google, Яндекс, MyTarget, Вконтакте, Google Marketing Platform и Bing



В штате работают собственные сертифицированные тренеры Google (3 из 6 в Беларуси) и Яндекса (5 из 9 в Беларуси), а также > 100 сертифицированных специалистов по контекстной рекламе.



Мы – единственные в Беларуси имеем статус Google Ads Premier SMB Partner.



Мы готовим лучших digital-специалистов в собственном образовательном центре – Академия Webcom.



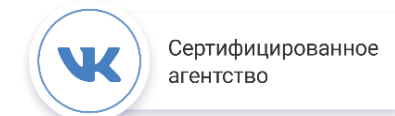
Являемся организаторами самой масштабной конференции по интернет-маркетингу в Беларуси – Неделя Байнета!



Наши клиенты действительно довольны нашей работой! Хотите убедиться – почитайте отзывы.



У нас самые выгодные условия на рынке по Рекламе в YouTube и Google.
Зачисление денег на аккаунты без комиссий!



Появились вопросы и желание
обсудить бизнес-задачу?

ДАВАЙТЕ **НАЧНЕМ ОБЩАТЬСЯ!**



Дмитрий Маршин

Ваш персональный менеджер

Минск

+375 (17) 292-34-56 +375 (29) 643-30-58

info@webcom-group.by

Следите за новостями:



Будем рады видеть Вас в нашем офисе по адресу:
г. Минск, ул. Скрыганова, 6А, 4 этаж

