



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):

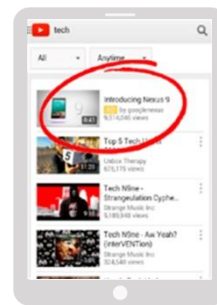
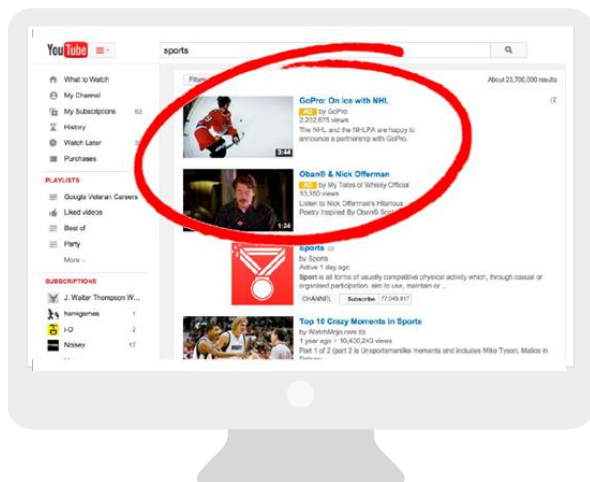
- ✓ **49%** Пользователей принимает решение о покупке после просмотра видео на YouTube
- ✓ На YouTube сконцентрирована целевая аудитория продукта, т.к. косметика является одной из самых популярных категорий поиска на YouTube
- ✓ YouTube охватывает **64%** интернет-пользователей 18+ **в Беларуси**
- ✓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

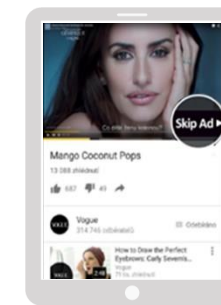
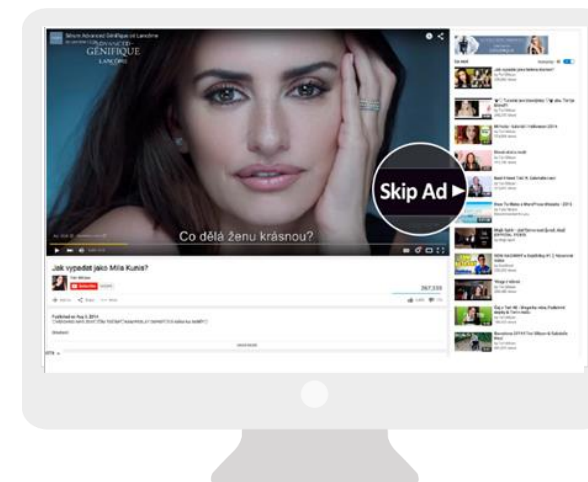
ИНСТРУМЕНТ ВИДЕОРЕКЛАМА В YOUTUBE:

➔ 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

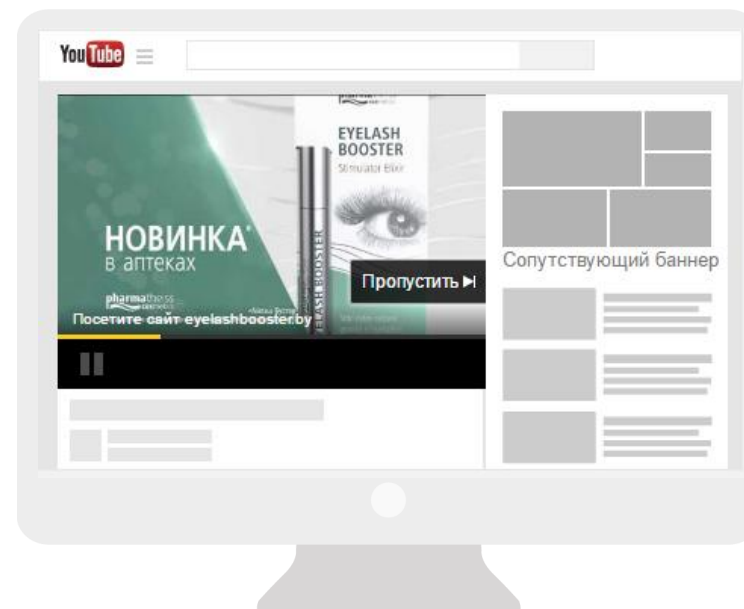
ФОРМАТ TRUEVIEW IN-STREAM:

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 |

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 |
|--|--------|------------|-----------------|
| | ▼ % | ▼ % | ▼ % |
| <input type="checkbox"/> 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 % |
| <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)

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/)

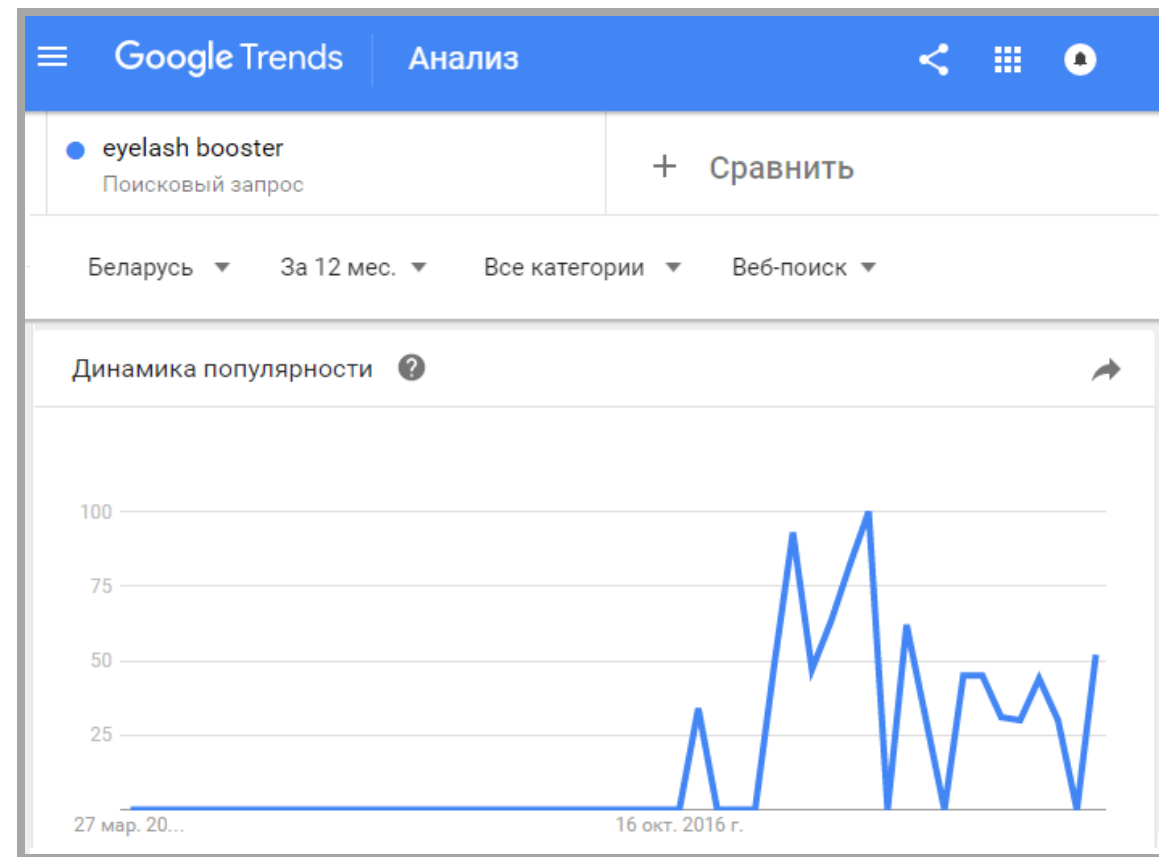
Кампании были запущены 29.11.16 г.

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

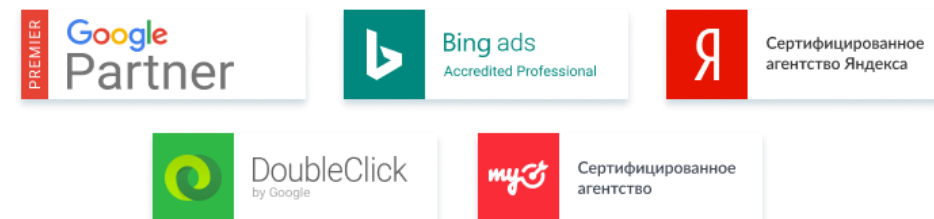
160⁺

специалистов в команде

4000⁺

успешных проектов

- ✓ В штате работают **собственные сертифицированные тренеры Яндекса** (5 из 8 в Беларуси) и **Google** (1 из 4 в Беларуси), а также > 100 сертифицированных специалистов по контекстной рекламе
- ✓ Мы – единственные в Беларуси получили статус **Google Adwords 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!**
- ✓ С удовольствием делимся экспертизой на бизнес-семинарах и конференциях, являемся постоянными спикерами международных конференций
- ✓ 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!**



Мы являемся победителями в номинации "Digital-агентство №1" конкурса "Выбор года" 2013-2017



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-media.by

Москва

+7 (495) 308-82-51

ул. Профсоюзная, 26/44, пом. II, комн. 1

info@webcom-media.ru

Следите за новостями



Facebook



YouTube

Будем рады видеть Вас в нашем офисе по адресу:
г. Минск, ул. Скрыганова, 6А, 4 этаж, офис 39

 Webcom® / Performance

