

**Я**ндекс Взгляд

# Как запустить эффективный ролик: тестирование видеокреативов в Яндекс.Взгляде

<https://yandex.ru/promo/surveys/for-agencies/new/?>

# План

01 | Миссия. Идея. Продукт

02 | 400 кейсов — один вывод: как делать креатив в 2021

03 | Кейс ITLV. Думали классика, а оказалось — восторг!

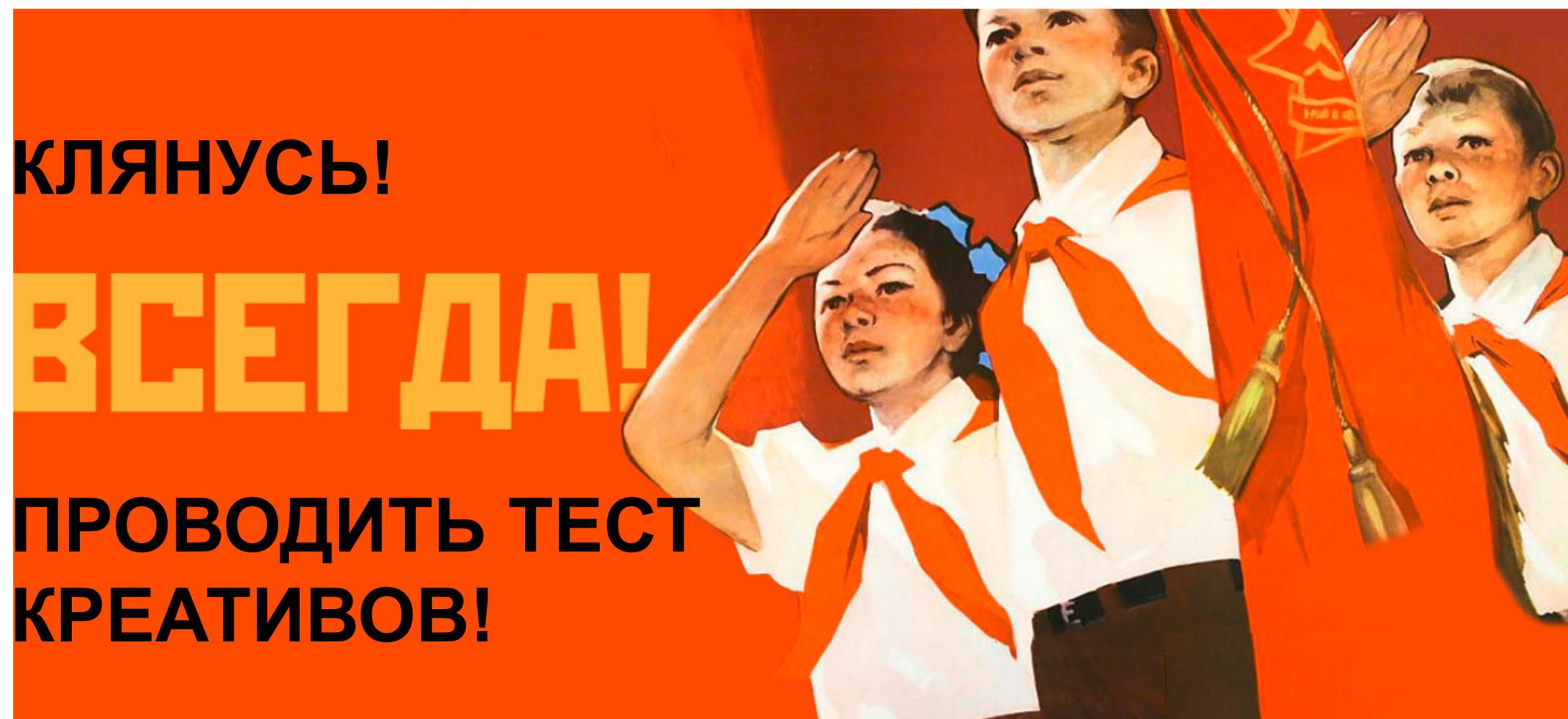
04 | Резюме

**01**

**Миссия. Идея. Продукт**

# Миссия

Тестирование видео — это постоянная корпоративная практика улучшений



Слышу голос  
из прекрасного далёка,  
Он зовёт меня  
не в райские края,  
Слышу голос, голос  
спрашивает строго —  
А сегодня что для завтра  
сделал я.

# Идея

unique proposition!

## Потребительские тренды

Релевантность ролика трендам повышает вероятность того, что ваш креатив попадет в сердца потребителей и останется в них дольше, чем реклама ваших конкурентов

Экономия бюджета и времени,  
Упрощение жизни, Чувство баланса  
...и так далее

## Креатив, который «взлетает»!

### Задачи бренда

Новая фишка, упаковка, акция или манифестация ценностей бренда — креатив должен решать актуальные задачи бренда

## Законы рекламы

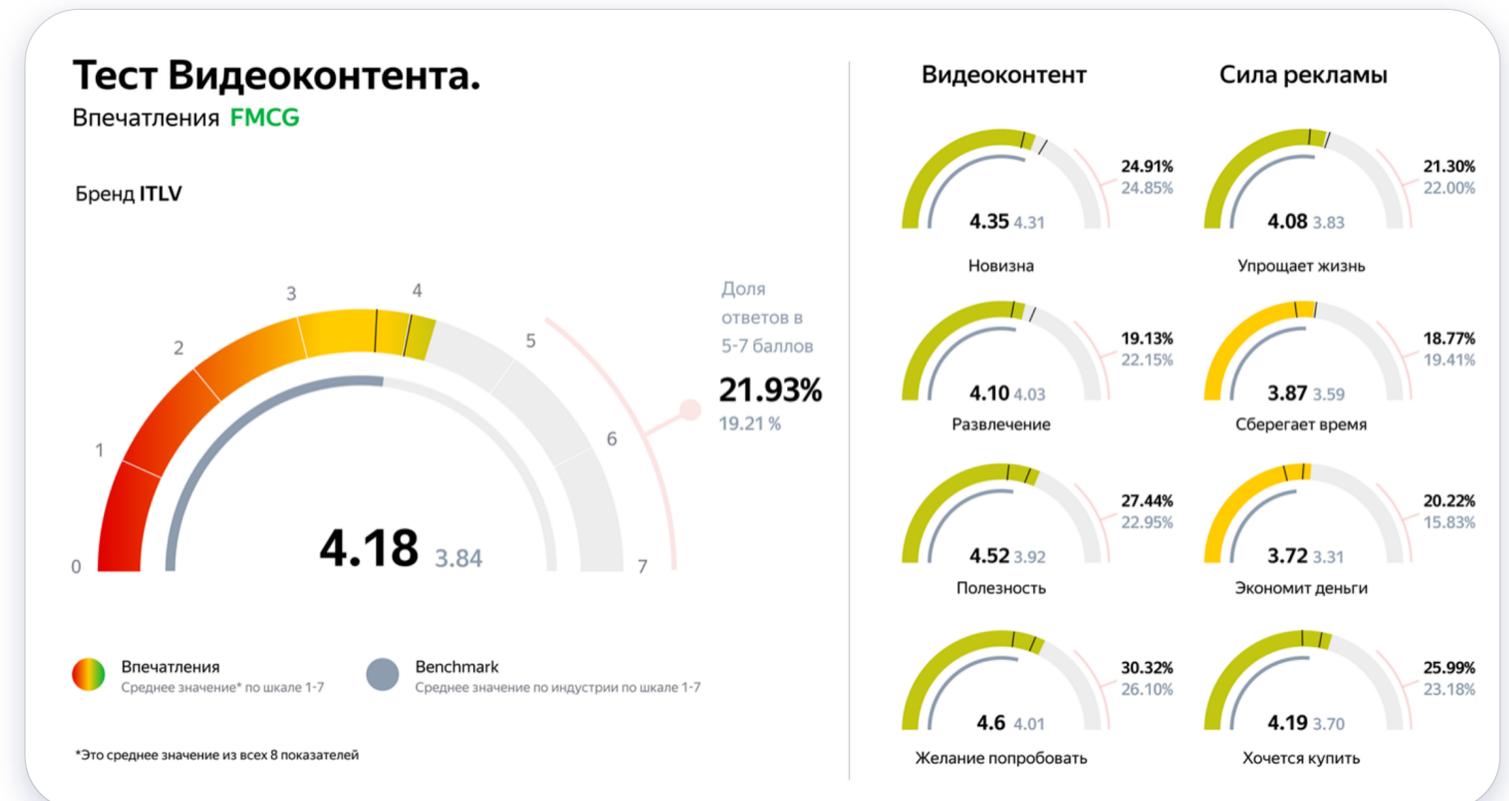
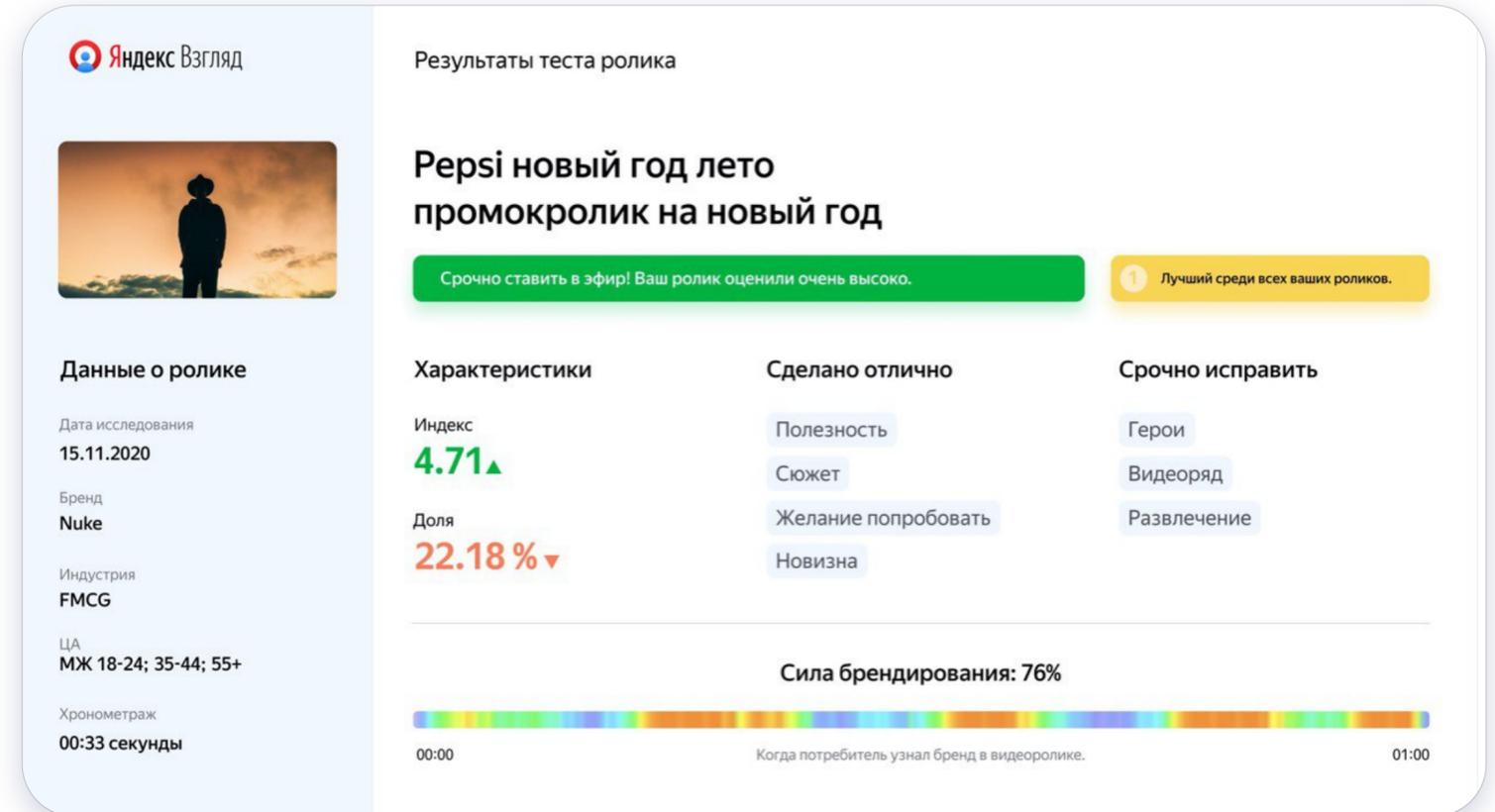
Фокус на законах рекламы помогает удержать баланс между искусством и бизнесом, а также органично встроить продукт в каналы коммуникации на этапе медиа размещения

Новизна, Полезность, Развлечение,  
Желание попробовать, Намерение купить

# Продукт

- › Тренды, законы рекламы, бренд
- › Отраслевые бенчмарки
- › Возможность находить инсайты
- › Авторекомендации по улучшению
- › Быстро!

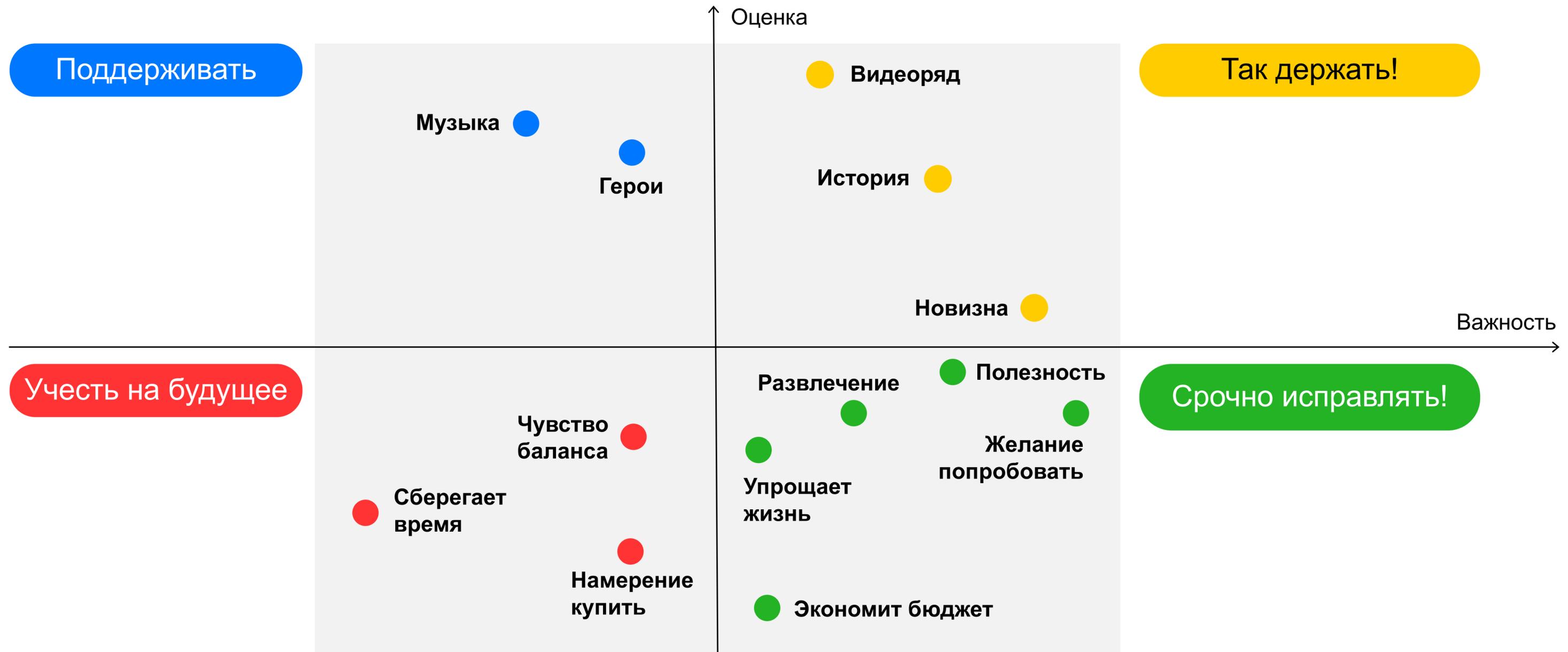
unique proposition!



**02**

**400 кейсов — один вывод:  
как делать креатив в 2021**

# 400 кейсов — один вывод: как делать креатив в 2021



**03**

**Кейс ITLV. Думали классика,  
а оказалось — восторг!**



Волкова Мария,  
бренд-менеджер  
ООО «ИТЛВ»



**«Было полезно узнать, что наша классическая история, такая простая, на первый взгляд, показала себя хорошо, выше среднего. Значит, действительно, мы уловили главное».**



Волкова Мария,  
бренд-менеджер  
ООО «ИТЛВ»



«Маркетингу всегда интересно, как воспринимается креатив, верный ли пойман инсайт, правильно ли он преобразован в рекламное сообщение.

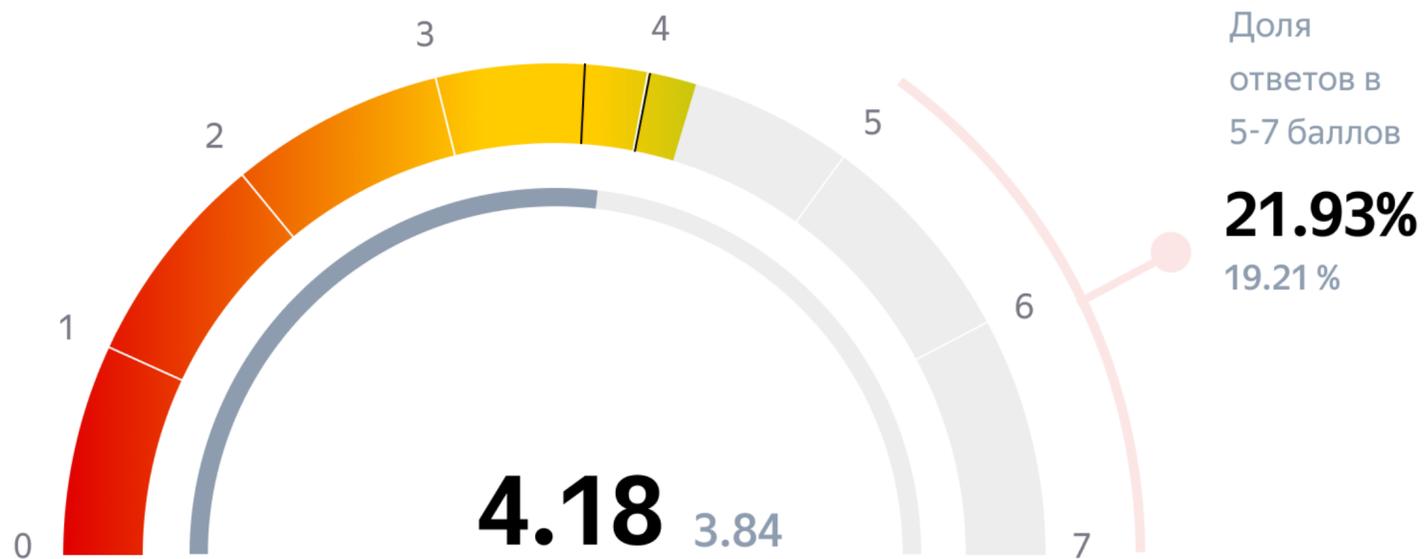
**Я.Взгляд** дает возможность это оценить, причем не только в абсолютных показателях, но и относительно рынка, т.к. борьба за внимание аудитории идет по всему медийному пространству, а не только среди прямых конкурентов.

**Я.Взгляд** — инструмент удобный, простой и быстрый. Он эффективнее тех, что могут дать сходные показатели. Он помогает протестировать гипотезы, выбрать лучшую подачу в рамках одной концепции. Планируем пользоваться им дальше».

# Тест видеоконтента

## Впечатления FMCG

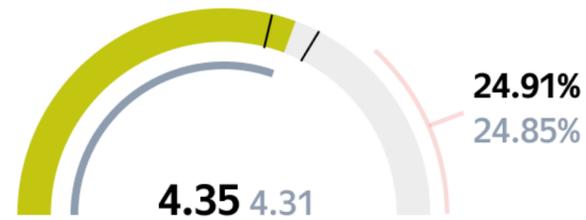
Бренд ITLV



● Впечатления  
Среднее значение\* по шкале 1-7
 ● Benchmark  
Среднее значение по индустрии по шкале 1-7

\*Это среднее значение из всех 8 показателей

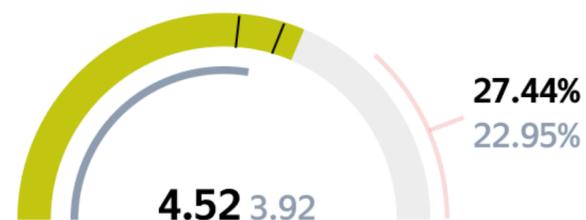
### Видеоконтент



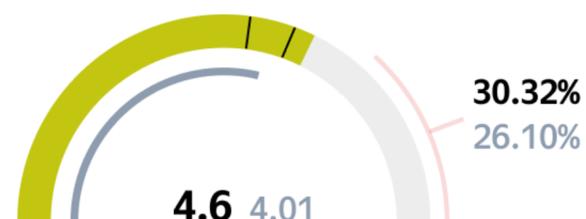
Новизна



Развлечение

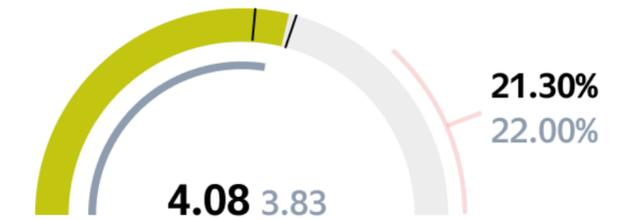


Полезность

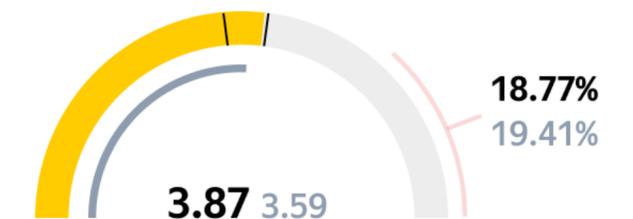


Желание попробовать

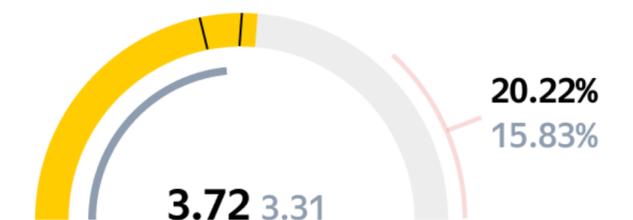
### Сила рекламы



Упрощает жизнь



Сберегает время



Экономит деньги

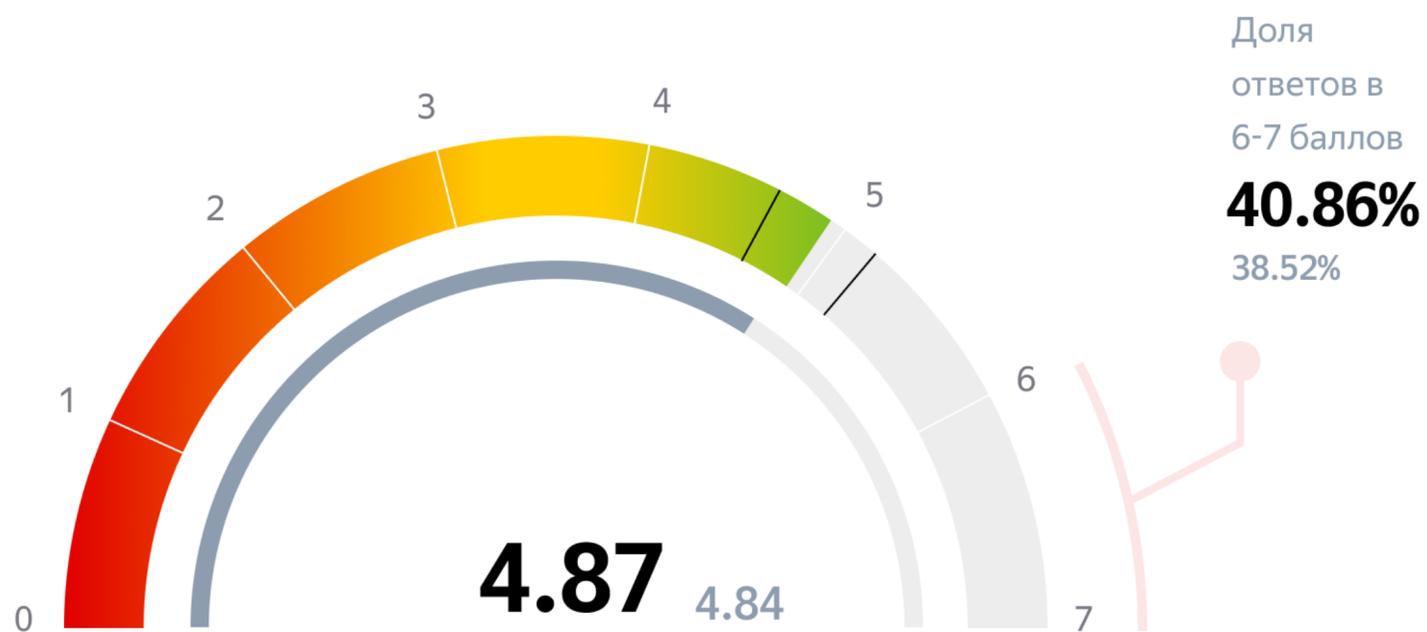


Хочется купить

# Тест видеоконтента

## Элементы FMCG

Бренд ITLV

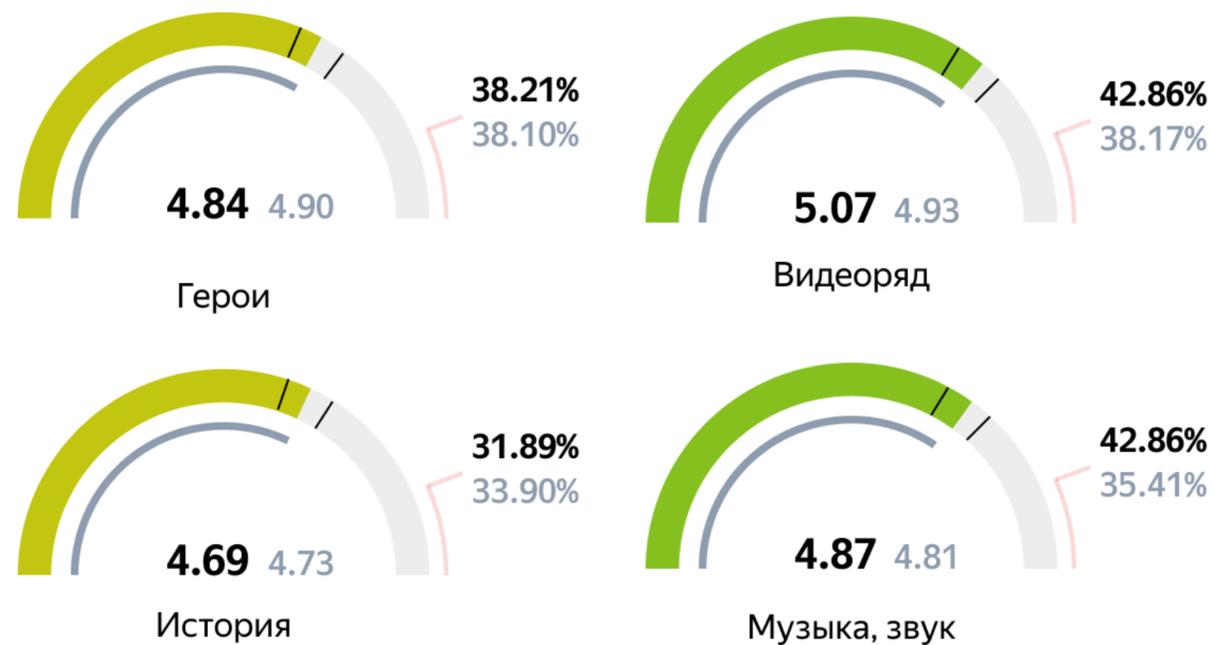


● Элементы  
 Среднее значение\* по шкале 1-7

● Benchmark  
 Среднее значение по индустрии по шкале 1-7

\*Это среднее значение из всех 4 показателей

### Видеоконтент



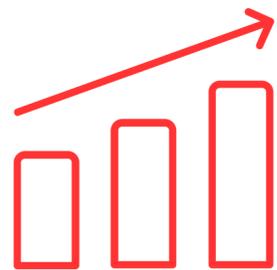
### Временная шкала встреч с брендом

Когда потребитель узнал бренд в видеоролике (Секунды)



# — Результаты теста видеоролика ITLV

Высокая релевантность креатива потребительским трендам и законам рекламы логично откликается высокой оценкой намерения купить рекламируемый товар.



**Интегральные индексы —  
выше бенчмарка по рынку  
FMCG!**

# — Результаты теста видеоролика ITLV

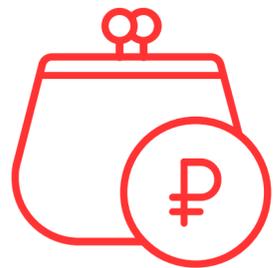
Высокая релевантность креатива потребительским трендам и законам рекламы логично откликается высокой оценкой намерения купить рекламируемый товар.



**Особо высоко оценили  
полезность информации  
в ролике и желание  
попробовать продукт!**

# — Результаты теста видеоролика ITLV

Высокая релевантность креатива потребительским трендам и законам рекламы логично откликается высокой оценкой намерения купить рекламируемый товар.



Один из редких кейсов, когда реклама убедила пользователей, что продукт соответствует основным потребительским трендам (упрощает жизнь, экономит бюджет и время)!

04

Резюме

**ТЕСТИРУЙ!**



**ПРОИГРАЕШЬ**

**Я**ндекс Взгляд

**Спасибо!**

**Екатерина Степанюк**

Старший менеджер по развитию бизнеса

[enstepanyuk@yandex-team.ru](mailto:enstepanyuk@yandex-team.ru)

+ 7 (915) 056-14-26