

# Programmatic video:

оценка эффективности  
для продуктов с различным  
средним чеком

**RED** digital

Full-service Programmatic DSP

# Собственная рекламная сеть **МОЕ VIDEO**

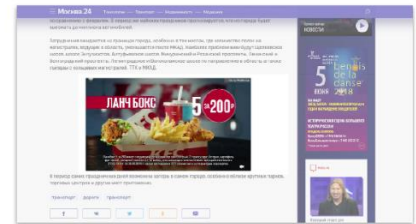
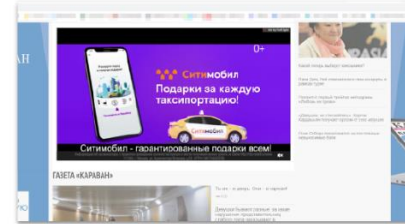
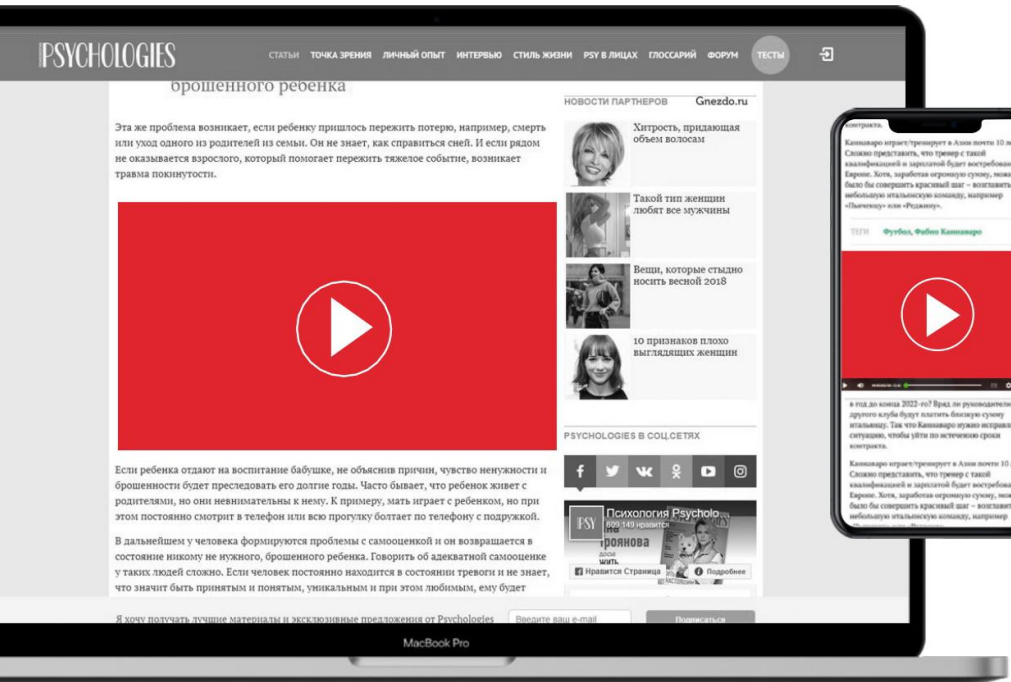
В которую входят популярные сайты Рунета  
Всего более 17000 сайтов.



# Весь путь: от вебмастера до поведения целевого пользователя на лендинге

In-stream

Out-stream



# Где и для чего применяем OLV

Цель кампании

Предпочтительный канал / формат



## Осведомленность

Развитие имиджа бренда

- Programmatic (display, **video**)
- Соцсети (охват)
- Охватный таргетинг (РСЯ, КМС)



## Интерес

Выявление потенциальных клиентов

- Programmatic (display, **video**)
- Соцсети (охват)
- Поисковая реклама (бренд-запросы, конкуренты)



## Желание

Ввод клиентов в конверсионную часть воронки

- Programmatic (display, **video**) - **ретаргетинг**
- Соцсети (ремаркетинг, вовлечение)
- Охватный таргетинг (РСЯ, КМС) – ремаркетинг
- Поисковая реклама (бренд-запросы, продуктовые запросы)



## Действие - Конверсия

Конвертирование ранее вовлеченных клиентов

- Programmatic (display, **video**) - **ремаркетинг**
- Соцсети (лидогенерация)
- Охватный таргетинг (МТ, РСЯ, КМС) – закупка по конверсиям
- Поисковая реклама

# Где и для чего применяем OLV

Цель кампании

Предпочтительный канал / формат



## Осведомленность

Развитие имиджа бренда

- Programmatic (display, **video**)
- Соцсети (охват)
- Охватный таргетинг (РСЯ, КМС)



## Интерес

Выявление потенциальных клиентов

- Programmatic (display, **video**)
- Соцсети (охват)
- Поисковая реклама (бренд-запросы, конкуренты)



## Желание

Ввод клиентов в конверсионную часть воронки

- Programmatic (display, **video**) - ретаргетинг
- Соцсети (ретаргетинг, вовлечение)
- Охватный таргетинг (РСЯ, КМС) – ретаргетинг
- Поисковая реклама (бренд-запросы, продуктовые запросы)



## Действие - Конверсия

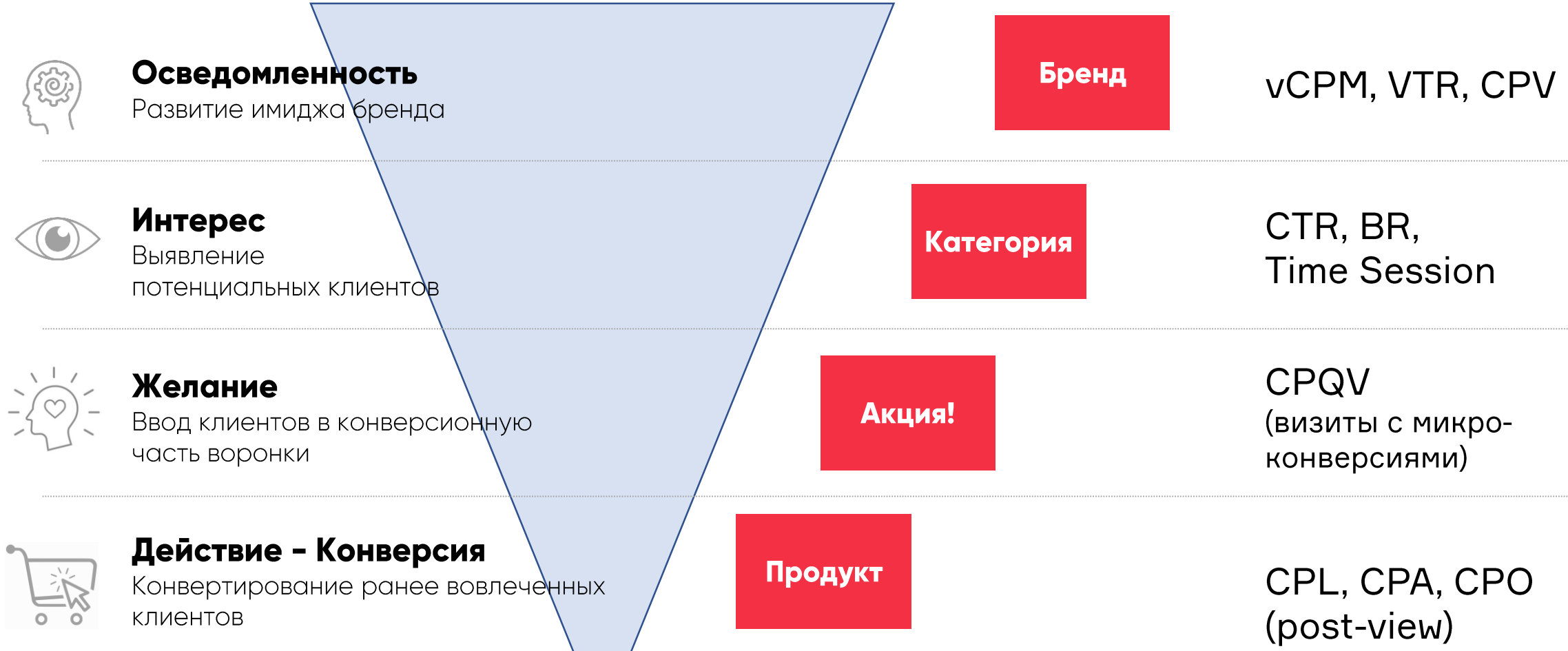
Конвертирование ранее вовлеченных клиентов

- Programmatic (display, **video**) - ретаргетинг
- Соцсети (лидогенерация)
- Охватный таргетинг (МТ, РСЯ, КМС) – закупка по конверсиям
- Поисковая реклама

# Где и для чего применяем OLV

Цель кампании

KPI для оптимизации



# Что нужно для эффективной РК

## «Правильный» креатив для OLV

Чек-лист:

- ✓ до 15сек
- ✓ интригующее начало
- ✓ лого в кадре
- ✓ титры

## Качественный инвентарь

- ✓ Fraud control
- ✓ Viewability
- ✓ BrandSafety
- ✓ White/Black list



## Аудиторные сегменты

- ✓ Таргетинг по интересам ЦА
- ✓ 1<sup>st</sup> party data
- ✓ Кастомные сегменты

## Оптимизация

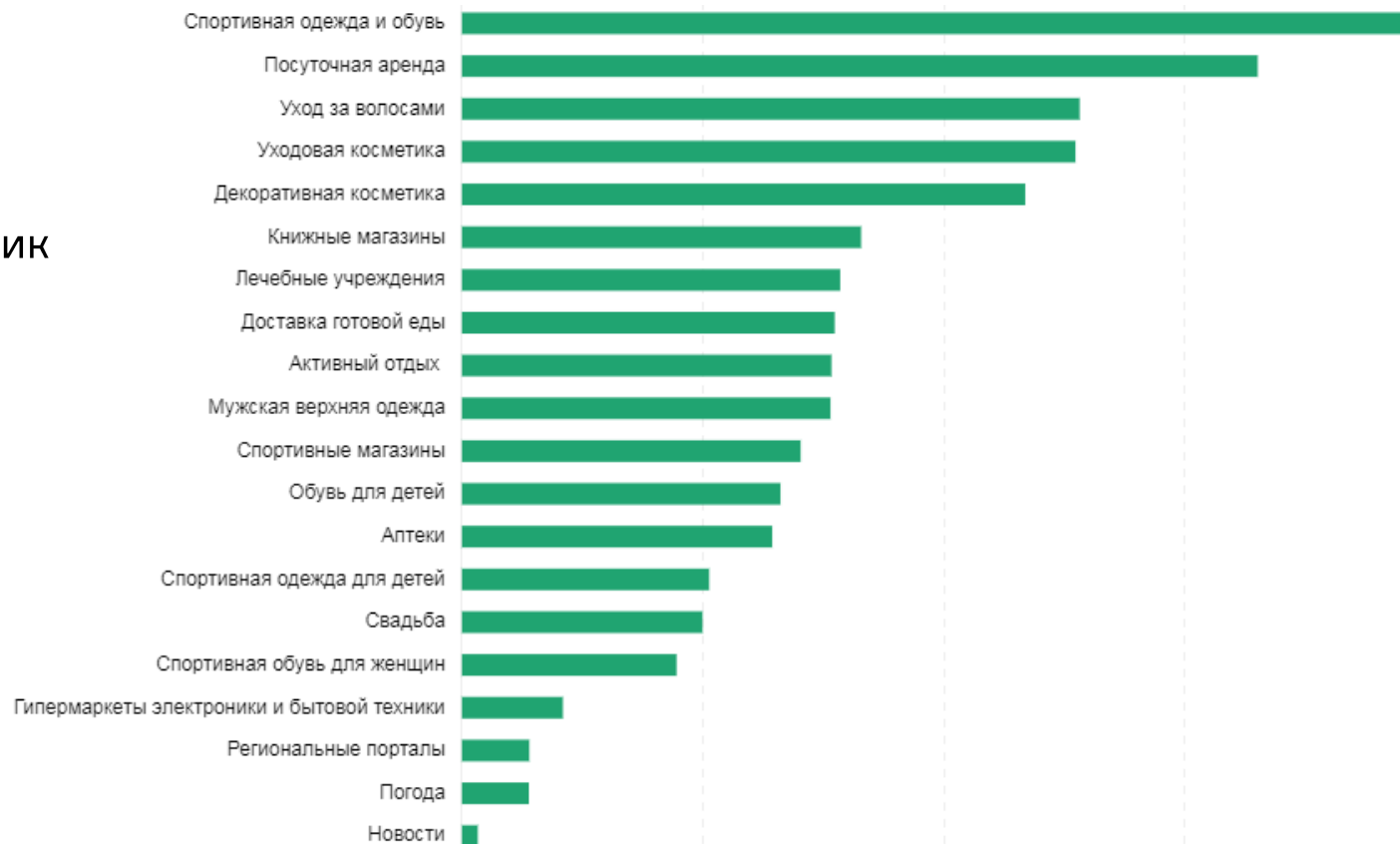
- ✓ Установка пикселей
- ✓ Трекинг целевых действий
- ✓ Фильтр сайтов (снижение BR)
- ✓ Построение Look-a-like
- ✓ Обогащение сегментов

# Гипотеза VS Аффинити

Медиаплан по брифу

- Спортивная одежда
- Спортивная обувь
- Покупатели футболок
- Покупатели женской одежды
- Покупатели женских рубашек и туник
- Покупатели юбок и брюк
- Покупатели нижнего белья
- Покупатели обуви
- Покупатели одежды
- Покупатели платьев

Аудитория делающая покупки на сайте



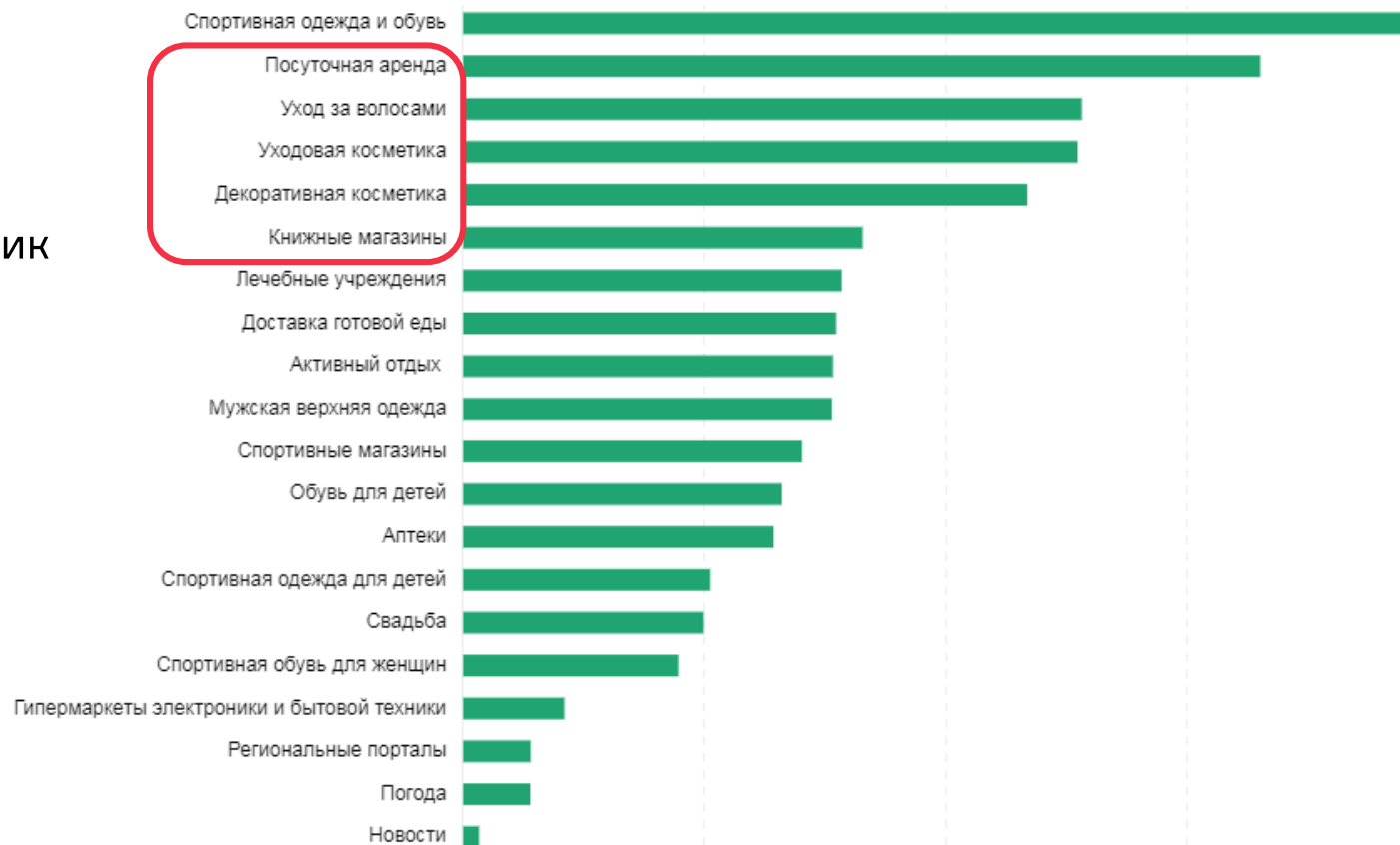


# Гипотеза VS Аффинити

Медиаплан по брифу

- Спортивная одежда
- Спортивная обувь
- Покупатели футболок
- Покупатели женской одежды
- Покупатели женских рубашек и туник
- Покупатели юбок и брюк
- Покупатели нижнего белья
- Покупатели обуви
- Покупатели одежды
- Покупатели платьев

Аудитория делающая покупки на сайте



~~Покупаем квартиру~~

~~Делаем ремонт~~

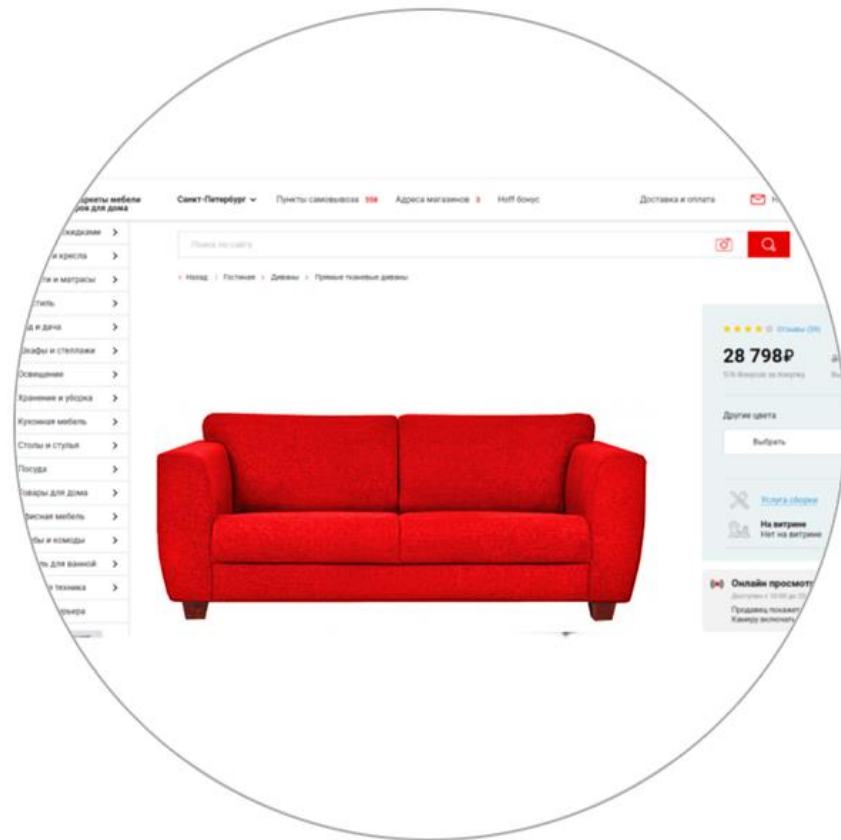
~~Покупаем мебель~~

~~Нужен диван~~

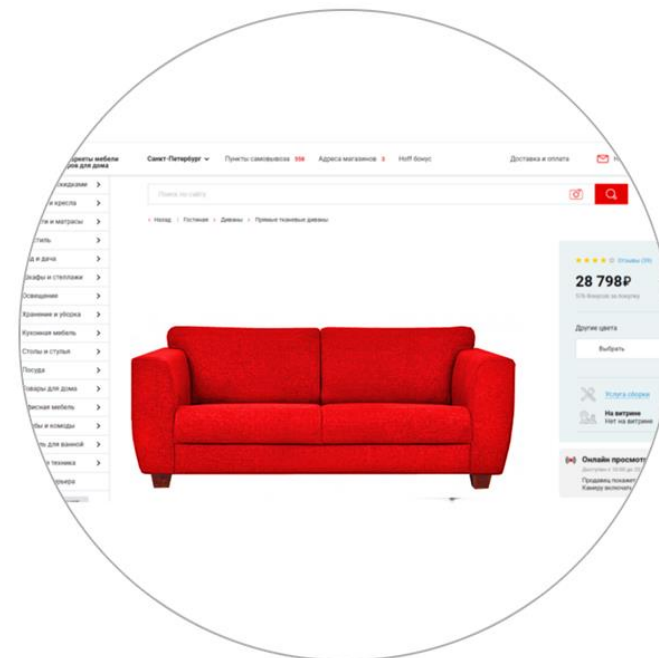
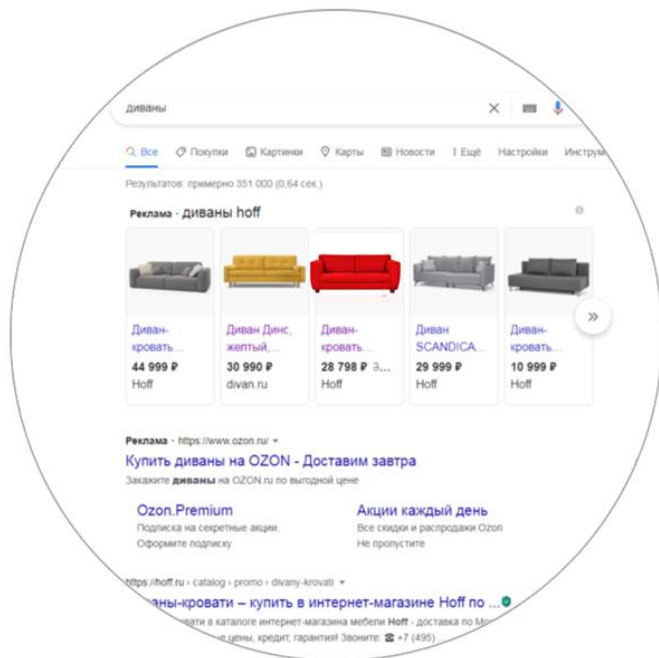
**Хочу красный диван!**



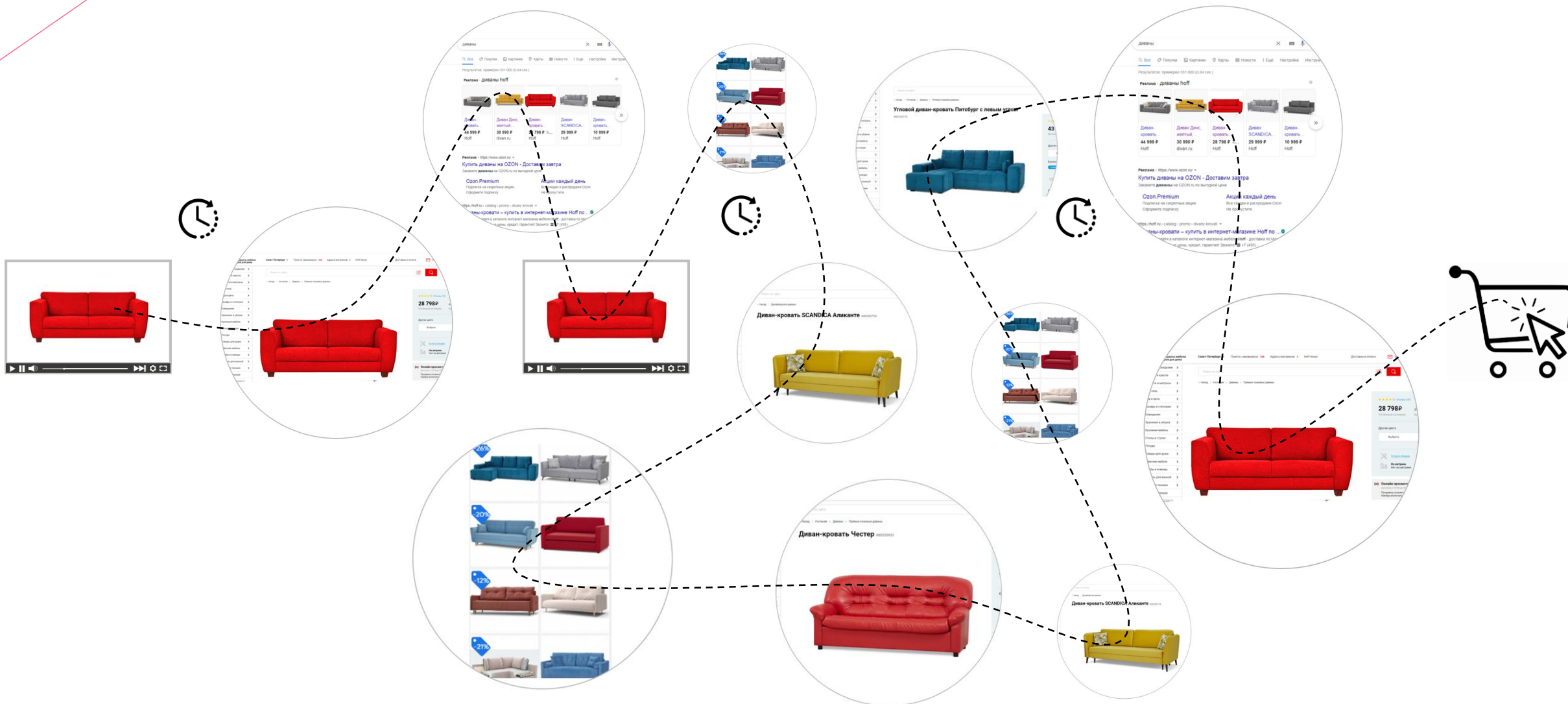
# Показ, клик, покупка?



# Путь к конверсии

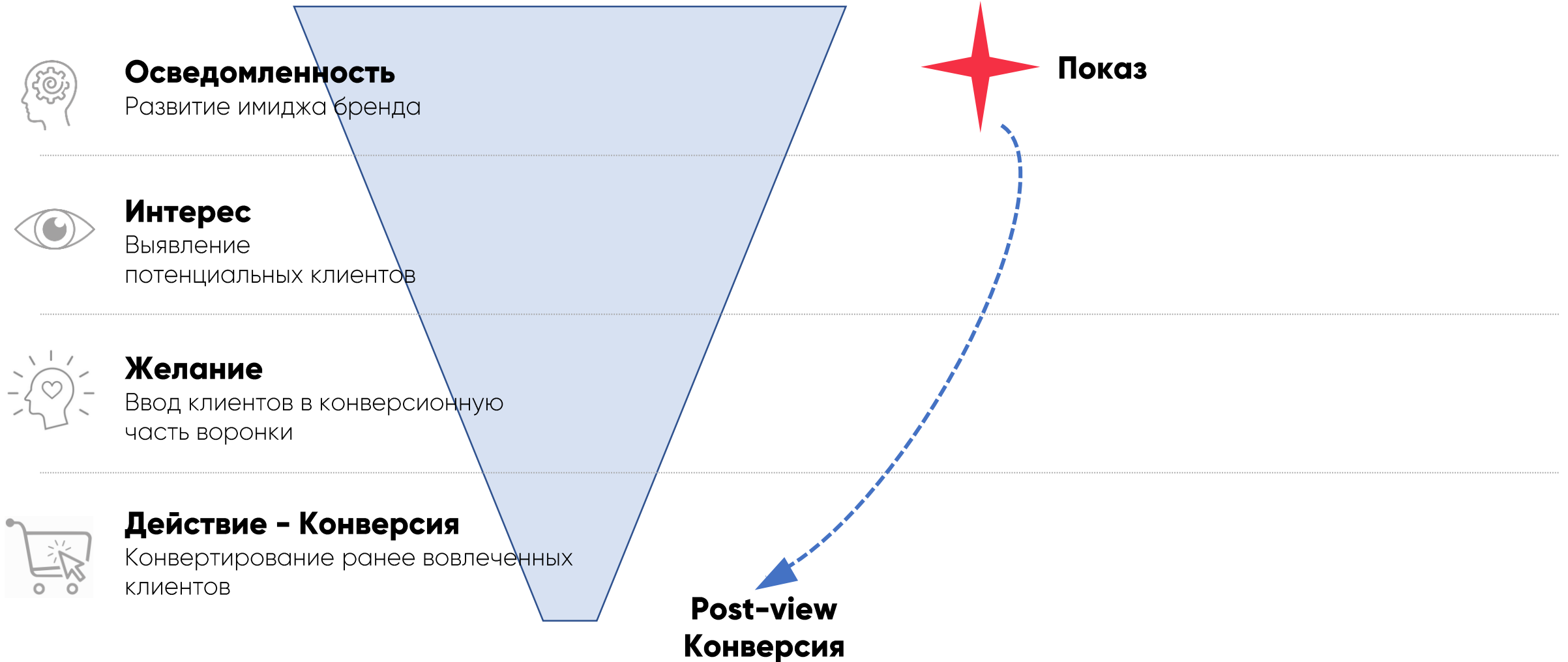


# Окно принятия решения



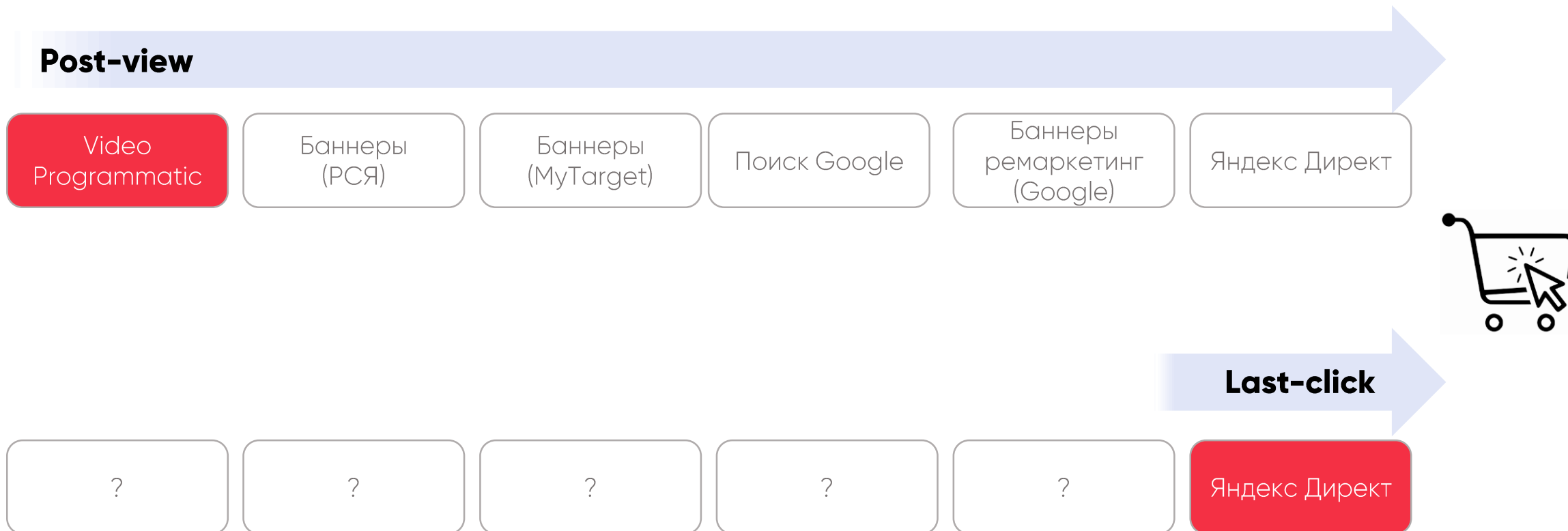
# Влияние на конверсии

Цель кампании

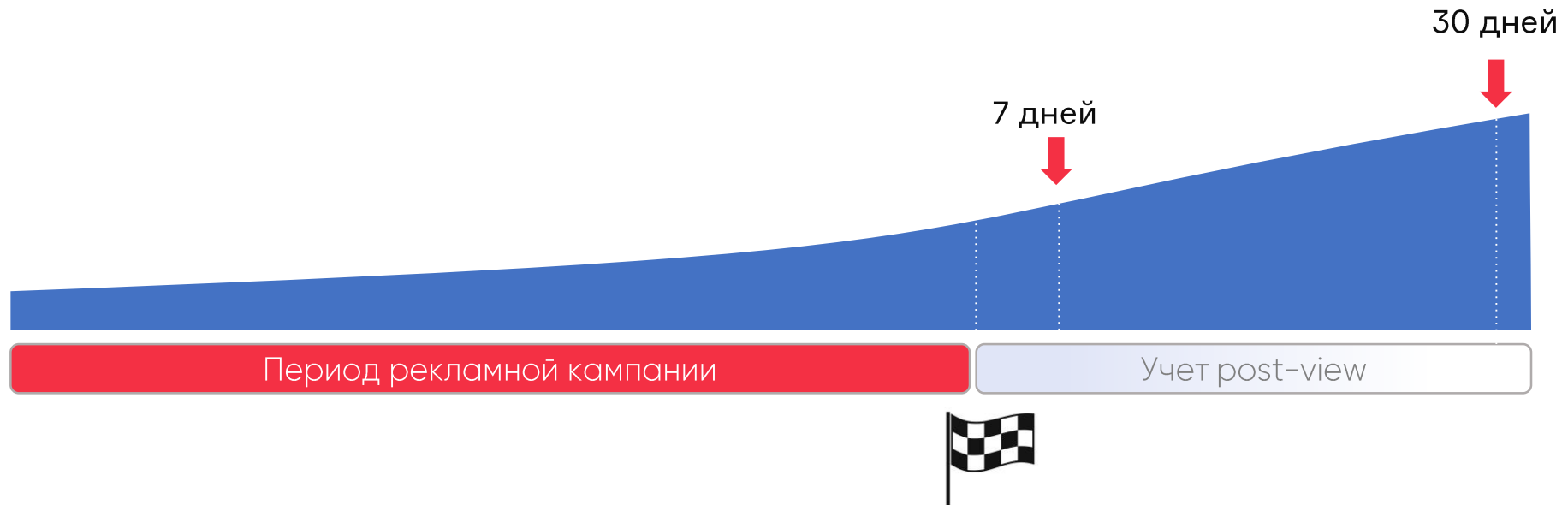


# Влияние на конверсии

Post-view vs Last-click



# Учет Post-view конверсий





# Официальный селлер Apple

Видеореклама in-stream/out-stream

Средний чек: 90 000р.

Охват

**514 712**

CTR

**0,97%**

VTR (20 сек)

**76%**

**KPI ДРР**

**20%**

(Post-view)

**Факт ДРР**

**10,5%**

(Post-view)

Нажатие на кнопку  
Добавить в корзину (Post-view)

**661 конверсий**

**CPA 529р.**

Заказ (Post-view)

**160 заказов**

**CPO 2187р.**



# Интернет-гипермаркет товары для дома

Видеореклама in-stream/out-stream + баннеры

Средний чек: 15 000р.

Охват

**1 066 108**

CTR video (20 сек)

**1,03%**

VTR (20 сек)

**76%**

CTR banners

**0,19%**

**KPI**

**по CPS**

(Post-view)

Нажатие на кнопку Купить (Post-view)

**2480 конверсий**

**CPA 80,6р.**

Заказ (Post-view)

**500 заказов**

**CPO 400р.**



# Маркетплейс

Видеореклама in-stream/out-stream (20 сек + 5 сек)

Средний чек: 1500р.

Охват

**8 724 000**

Видео 20 сек:

CTR

**1,25%**

VTR

**72%**

Видео 5 сек:

CTR

**0,6%**

VTR

**87%**

“Добавить в корзину” (Post-view)

**125 532 конверсий**

**CPA 16,6р.**

“Купить” (Post-view)

**52 232 конверсий**

**CPO 39,9р.**



# Success list

В коммуникации клиент - платформа

- ✓ **Открытость**  
Установка пикселей, доступы, выгрузки для анализа
- ✓ **Объем на каждый креатив**  
Оптимизация основана на «обучении» programmatic, для этого необходим массив данных
- ✓ **Гибкость**  
Изменение настроек и таргетов в ходе РК исходя из аналитики
- ✓ **Продолжительность**  
Продолжать использовать накопленные данные сразу, пока сегмент доступен

# Спасибо!

**RED** digital