

PROGRAMMATIC VIDEO

CASES



PROGRAMMATIC VIDEO // ТАРГЕТИНГИ

ПОКУПКА ТОЛЬКО
ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗОВ ...

Настройки
гео



Настройки
частоты



Время суток
День недели



Аудиторные
таргетинги



Исключение
аудиторий



Таргетинг на
Look-alike



...ПОКАЗОВ, ПОДХОДЯЩИХ ПОД ЗАДАННЫЕ
НАСТРОЙКИ ТАРГЕТИРОВАНИЯ

PROGRAMMATIC VIDEO // ОПТИМИЗАЦИИ

ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИЙ - СЛОЖНЫЙ
МНОГОФАКТОРНЫЙ ПРОЦЕСС.....

потери
трафика



показы
без звука



процент
досмотров



закрытия
ролика



показатели
видимости



...ТОЛЬКО ПРИ УЧЕТЕ ВСЕХ ФАКТОРОВ
ВЫ ДОБЬЕТЕСЬ ЛУЧШИХ РЕЗУЛЬТАТОВ



ЗАДАЧА

- Добор охвата к прямому размещению (2 млн. U.U.)
- Исключить пересечение с прямым размещением (< 2%)
- View Through Rate (30%)

РЕШЕНИЕ

- Трекинг прямого размещения и сбор «охваченной» аудитории
- Исключение «охваченной» аудитории из программатик флайта
- Оптимизация кампании по показателям досмотра

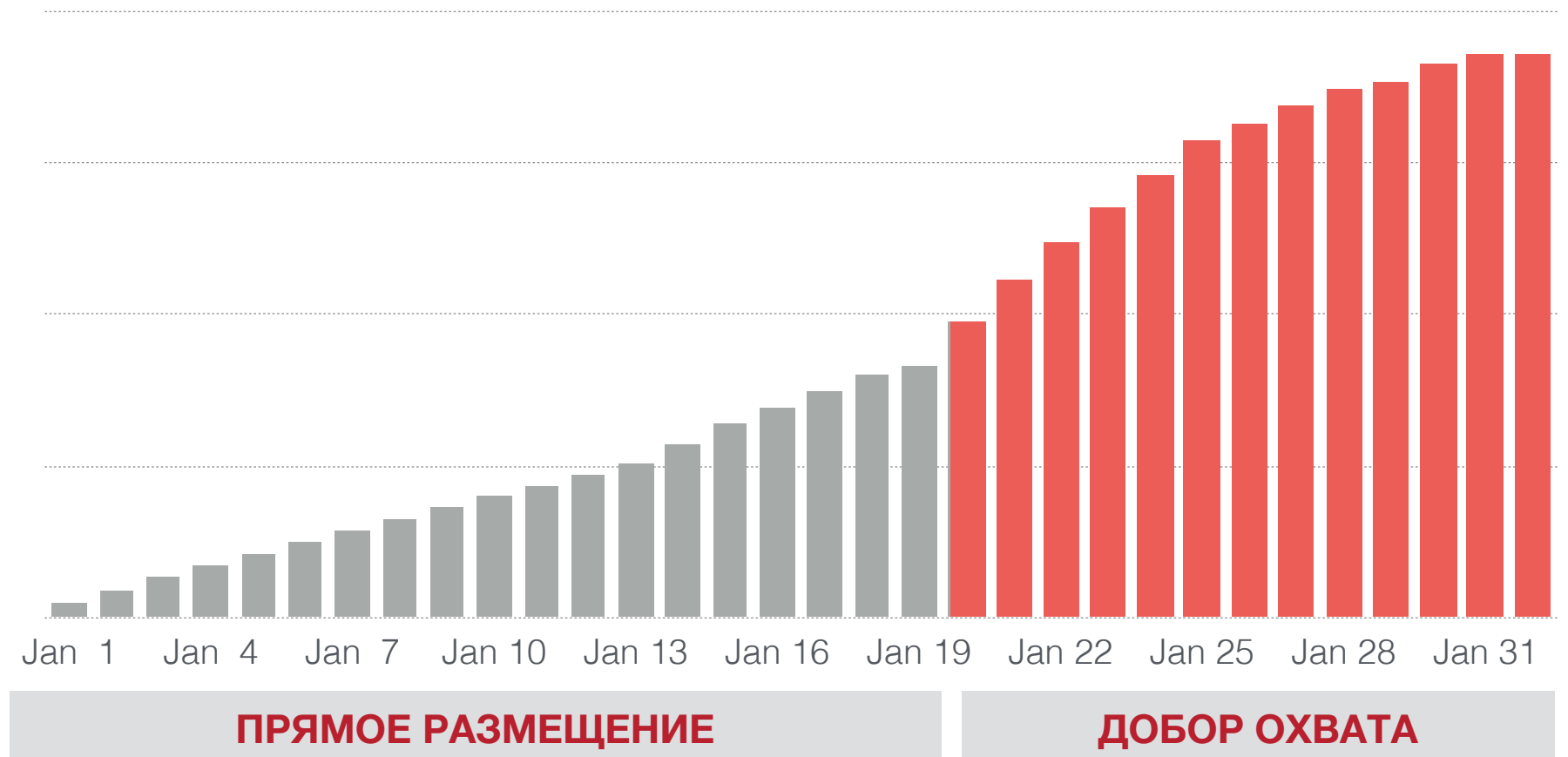
CASES // INCREMENTAL REACH

~1.5%

ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ
С ПРЯМЫМ РАЗМЕЩЕНИЕМ

35%

VIEW THROUGH
RATE (VTR)



10 142 338 U.U.

ОБЩИЙ ОХВАТ ПРЯМОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

1 998 816 U.U.

ДОП. ОХВАТ



ЗАДАЧА

- Охват ЦА (Любители кино)
- VTR 30%
- Продажа билетов в кино
- Анализ влияния досмотра на совершение конверсий

РЕШЕНИЕ

- Построение релевантного аудиторного сегмента
- Оптимизация кампании по досмотрам
- Сбор аудитории, досмотревшей видео до конца
- Запуск нескольких баннерных стратегий (RTB)

CASES // SMART RETARGETING

45%

VIEW THROUGH
RATE (VTR)

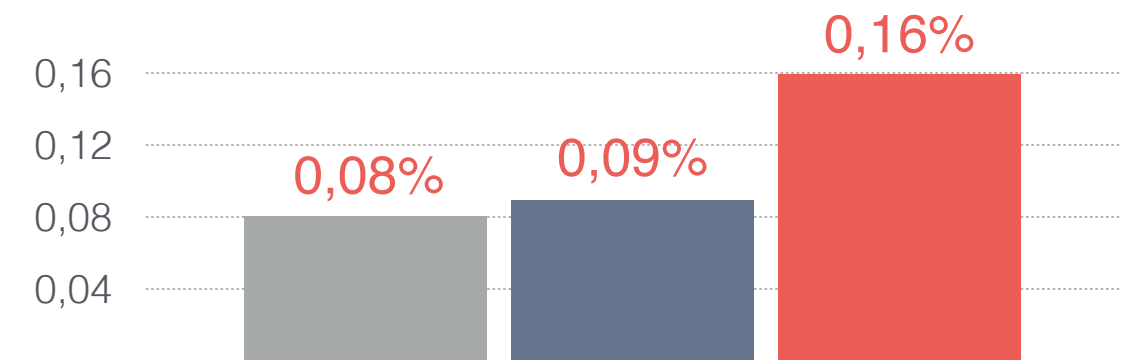
0.5%

CONVERSION
RATE

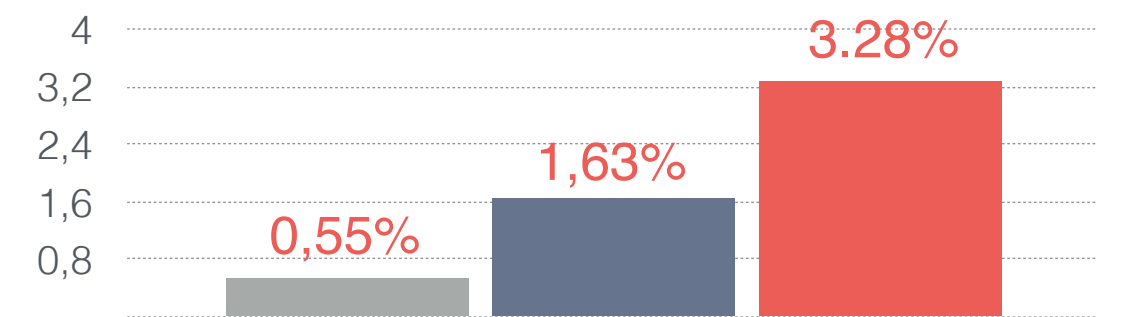
x2

УВЕЛИЧЕНИЕ КОНВЕРСИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
У АУДИТОРИИ ДОСМОТРЕВШИХ ВИДЕО

RTB CLICK RATE



RTB CONVERSION RATE



- СТРАТЕГИЯ 1 - Контрольная группа
- СТРАТЕГИЯ 2 - Любители кино - Досмотревшие
- СТРАТЕГИЯ 3 - Досмотревшие видео



ЗАДАЧА

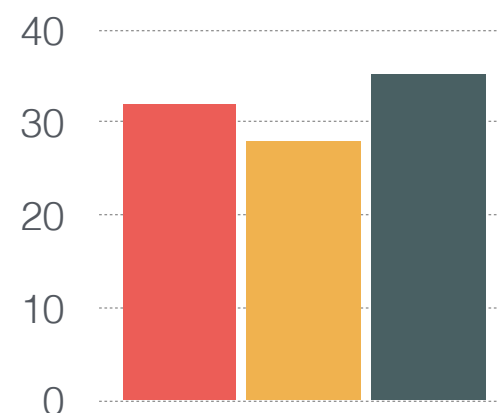
- Передача аудиторных сегментов на площадки в рамках прямой РК
- Взаимодействие с аудиторией, досмотревшей видео до конца

РЕШЕНИЕ

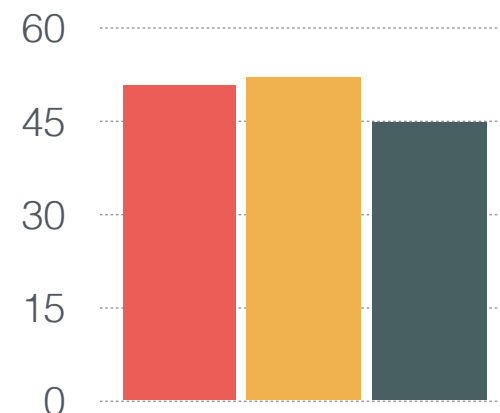
- Построение аудиторного сегмента исходя их описания ЦА
- Построение Look-alike сегментов на основе анализа конверсий
- Передача аудиторных сегментов на площадку
- Запуск нескольких баннерных стратегий (RTB)

CASES // AD HOC SEGMENTS

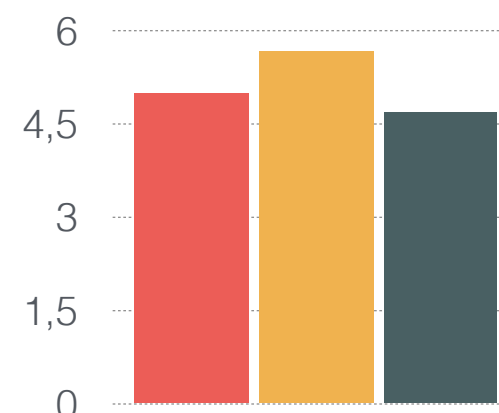
VTR PER AUDIENCE



CLOSE RATE PER AUDIENCE



CLICK RATE PER AUDIENCE



АУДИТОРИЯ

VTR

CLOSE RATE

CLICK RATE



БЕЗ ТАРГЕТИНГОВ

31,91 %

50,61 %

5,00 %



НА ОСНОВЕ ЦА

27,85 %

52,19 %

5,68 %



LOOK-ALIKE

35,28 %

44,85 %

4,66 %

x2

Увеличение конверсионных показателей на креативах с аудиторными настройками в рамках прямой РК

x4

Увеличение конверсионных показателей при ретаргетинге на досмотревших аудиторный ролик

WE ♥ VIDEO

ДМИТРИЙ ЕГОРОВ

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ WEBORAMA RUSSIA

d.egorov@weborama.com.ru