

# Брендформанс: медийка или перформанс? Все вместе!



бизнес



РИО  
2023

# Стереотипы о верхнем этапе воронки



Пустая трата денег, нам нужно выполнять KPI по приросту аудитории, а не ваши досмотры и охваты!

Зачем?



Никто ничего не запоминает!

Какой смысл, если нет продаж в моменте?



# Что запускать?



# Форматы рекламы

## Преролл

Короткий видеоролик (до 30 секунд), который показывается пользователям во время просмотра основного контента на десктопах и в мобильных приложениях



₽ CPM    ₽ CPV



## Статичные объявления

Статичные изображения, позволяющие транслировать рекламное сообщение на всех площадках VK и рекламной сети



₽ CPM    ₽ CPC



## Rewarded video

Полноэкранный видеоролик (до 30 секунд), который транслируется пользователям в играх в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники, а также в игровых мобильных приложениях



₽ CPM    ₽ CPV



## Bumber Ads

6-секундные видеоролики, которые транслируются в социальных сетях



₽ CPV



## Видео в ленте социальных сетей

Видеореклама с автозапуском в ленте социальных сетей, не предполагающая наличия у рекламодателя сообщества бренда



₽ CPM



## Прямые сделки

Закупка инвентаря сторонних поставщиков для увеличения охвата



## Shoppable ads

Короткий видеоролик (до 30 секунд) с карточками товаров, который показывается пользователям во время просмотра основного контента на десктопах и мобильных устройствах



₽ CPM



## Аудиореклама

Аудиоролик в соцсетях, который воспроизводится перед аудиоконтентом. Оплата только за «показы», прослушанные на 75% и больше



₽ CPM



## Цифровая наружная реклама

Закупка инвентаря на медиаэкранах, билбордах, суперсайтах, ситибордах и медиафасадах в Москве, Санкт-Петербурге и еще 26 крупнейших городах России

# Как измерить результат?



# Анализ эффективности



Сторонние верификаторы



Счетчик top.mail.ru



Brand Lift



Online-to-offline

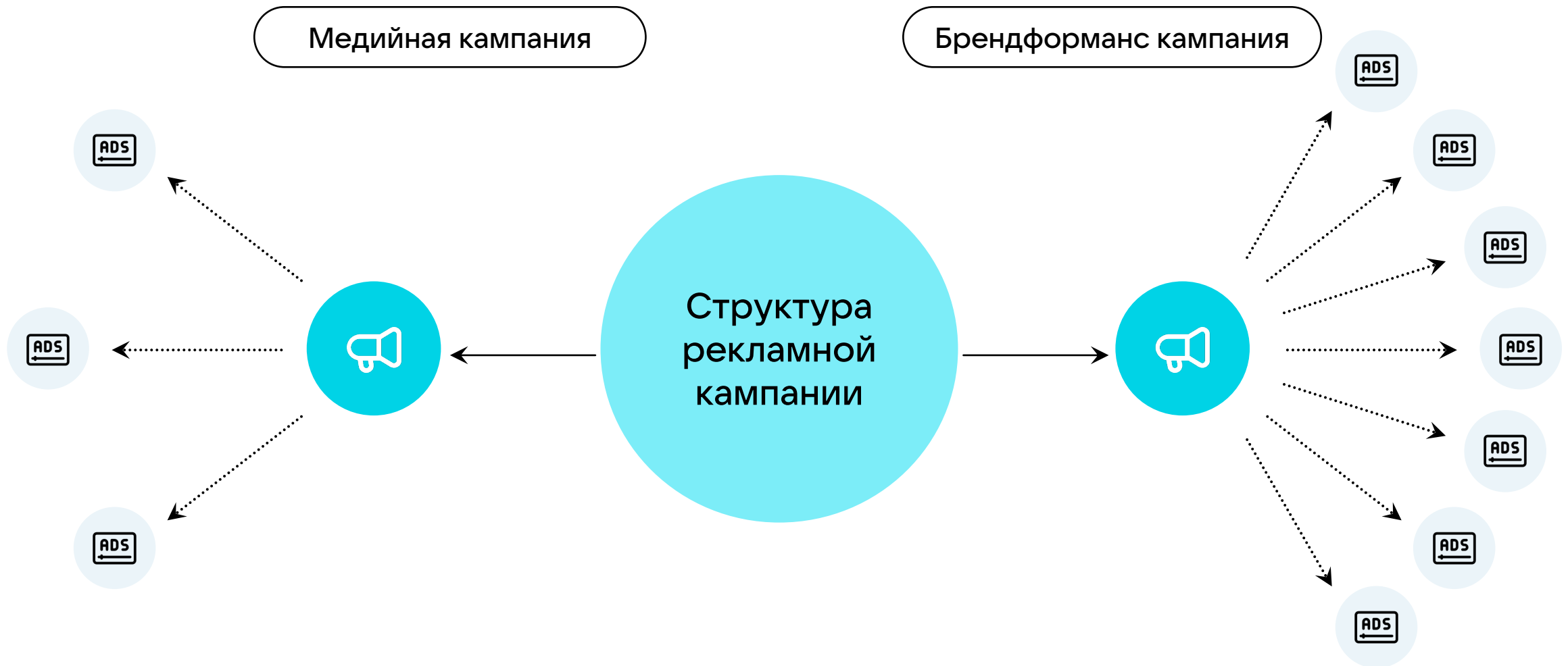


Sales Lift

# Как избежать ошибок?

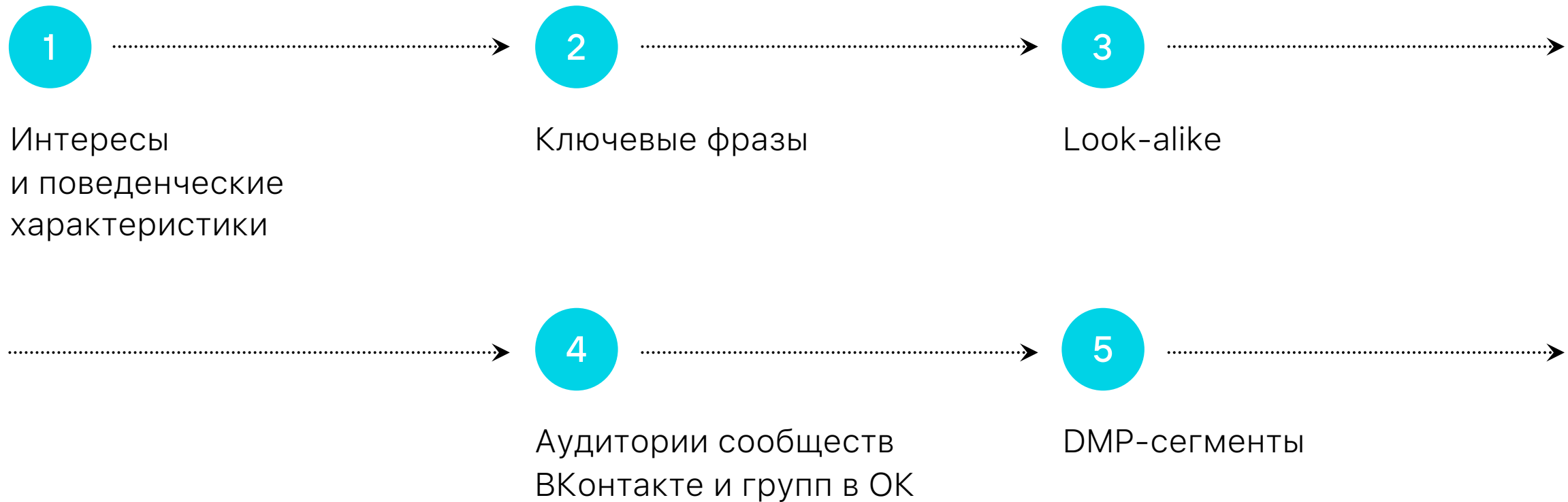


# Ключевое отличие структуры кампании





# Работа с таргетингами



# Правильно расставить КРІ



## Цель аудита. Опишите проблему

Получить рекомендации по улучшению качества пост-клика размещений в рамках B2B кампании



## Укажите метрики каждой кампании для анализа

### Преролл:

CPV, CPM, CPC, VTR, CTR, CPVisit, конверсия в сессию, конверсия в скролл страницы, CR

### Мультиформат:

CPV, CPM, CPC, CTR, CPVisit, конверсия в сессию, конверсия в скролл страницы, CR



# УТП на креативе не соответствует таргетингу

Верно ли?

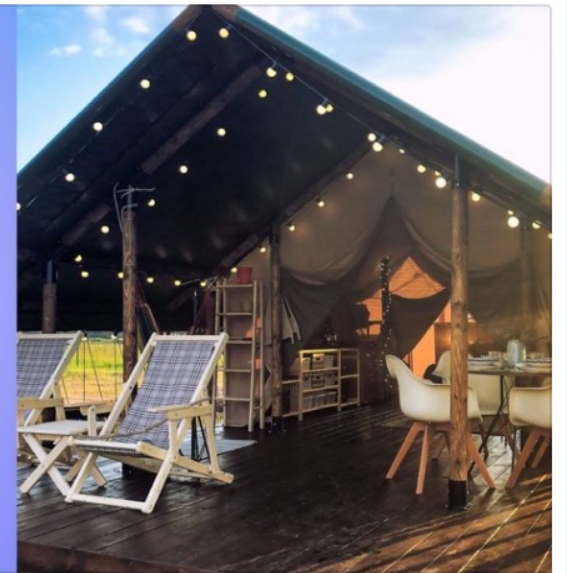
Интересы и поведение:

Путешествуют за границей,  
Путешествуют по России,  
Услуги для бизнеса,  
Коммерческая недвижимость

Узнайте на нашем курсе, как открыть глэмпинг за 3-6 месяцев. Как сделать его рентабельным и окупаемым. Консультации от владельцев глэмпингов. Доступ к Базе знаний отельера 200+ документов.

**Откройте глэмпинг**  
**Расширьте номерной фонд**  
**Увеличьте прибыль**

**Советы по быстрому старту от владельцев глэмпингов**





Спасибо  
за внимание!

Алексей Ковтуненко

Ведущий менеджер по работе с клиентами, VK