Jak na úspěšnou YouTube kampaň

4. 4. 2017

Andrea Hurychová

Začínala jsem v českém Googlu v marketingu. Po zkušenosti v Googlu jsem stála za prvním ročníkem open-air festivalu pro Generaci Z - Utubering, který v roce 2015 vyhrál Křišťalovou lupu za marketingovou inspiraci roku 2015.
Nyní školím kreativní agentury pro Google ČR a zároveň mám svou agenturu WeDigital, která se soustředí právě na YouTube, obsahovou strategii, video reklamu a influencer marketing.

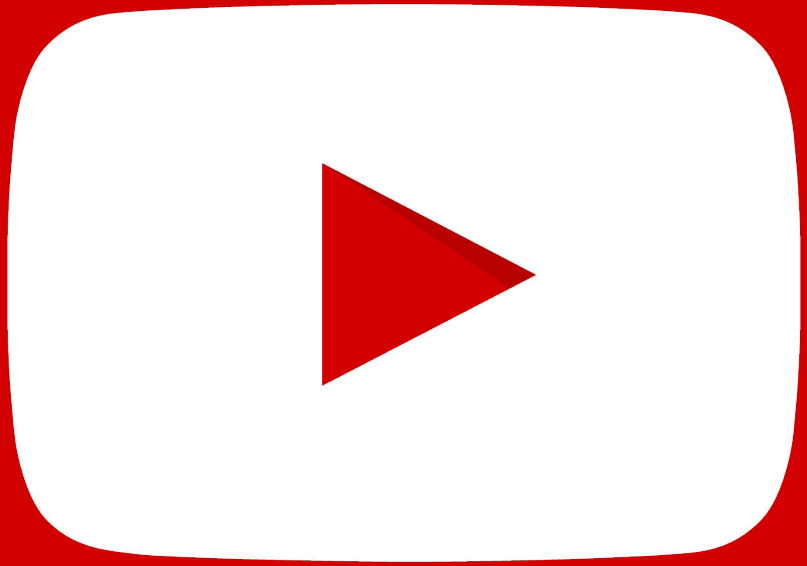
linkedin.com/in/andrea-hurychova

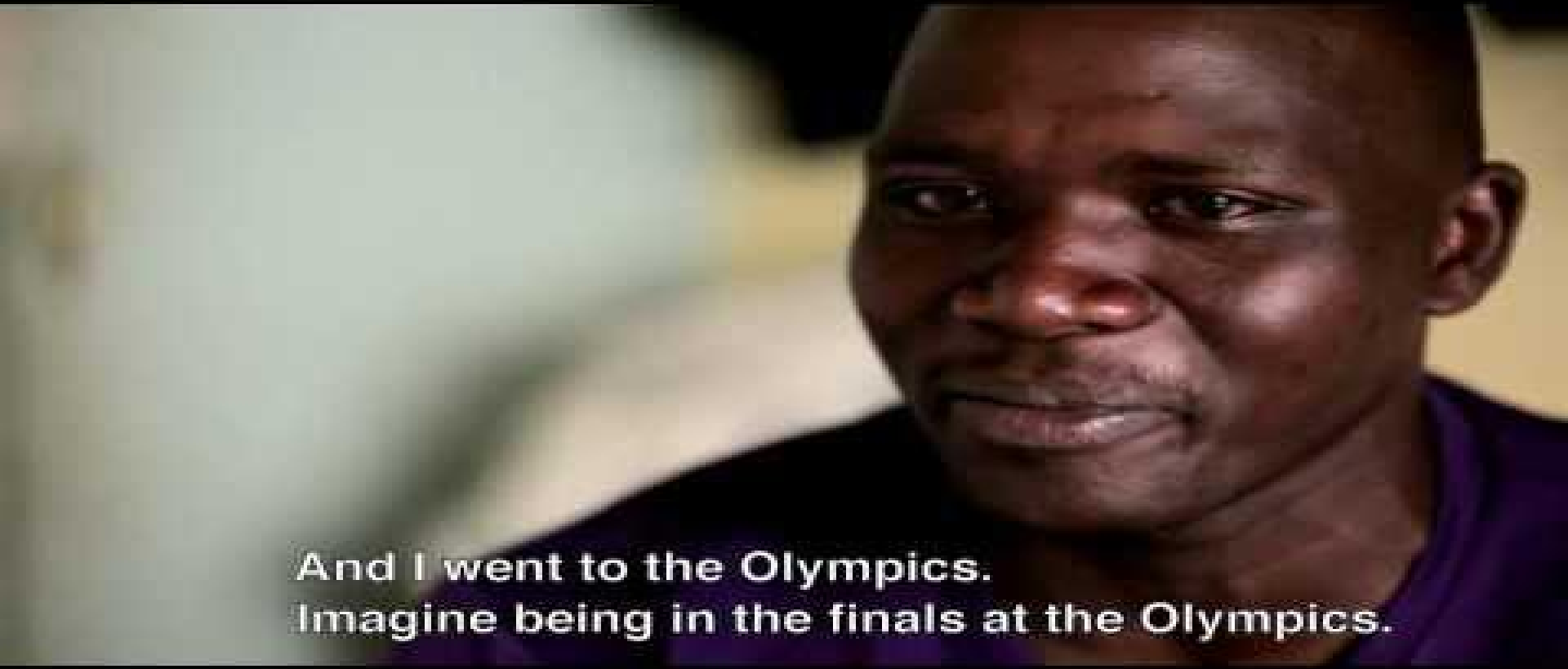
Ondřej Sláma

- 11 let v online marketingu
- Google Partners Certified Trainer
- Zakladatel agentury INBORN
- Performance Director Adexpres

@ondrejslama

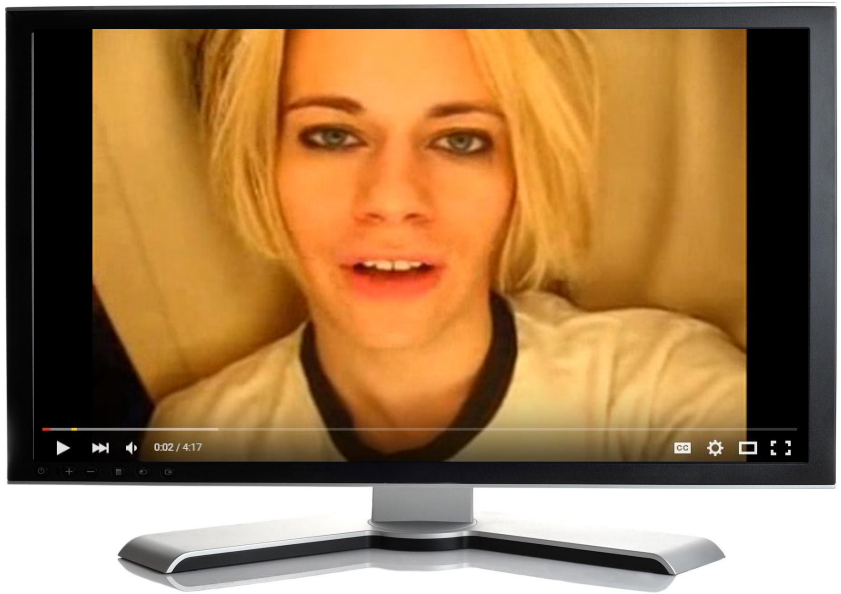
YouTube jako "médium"



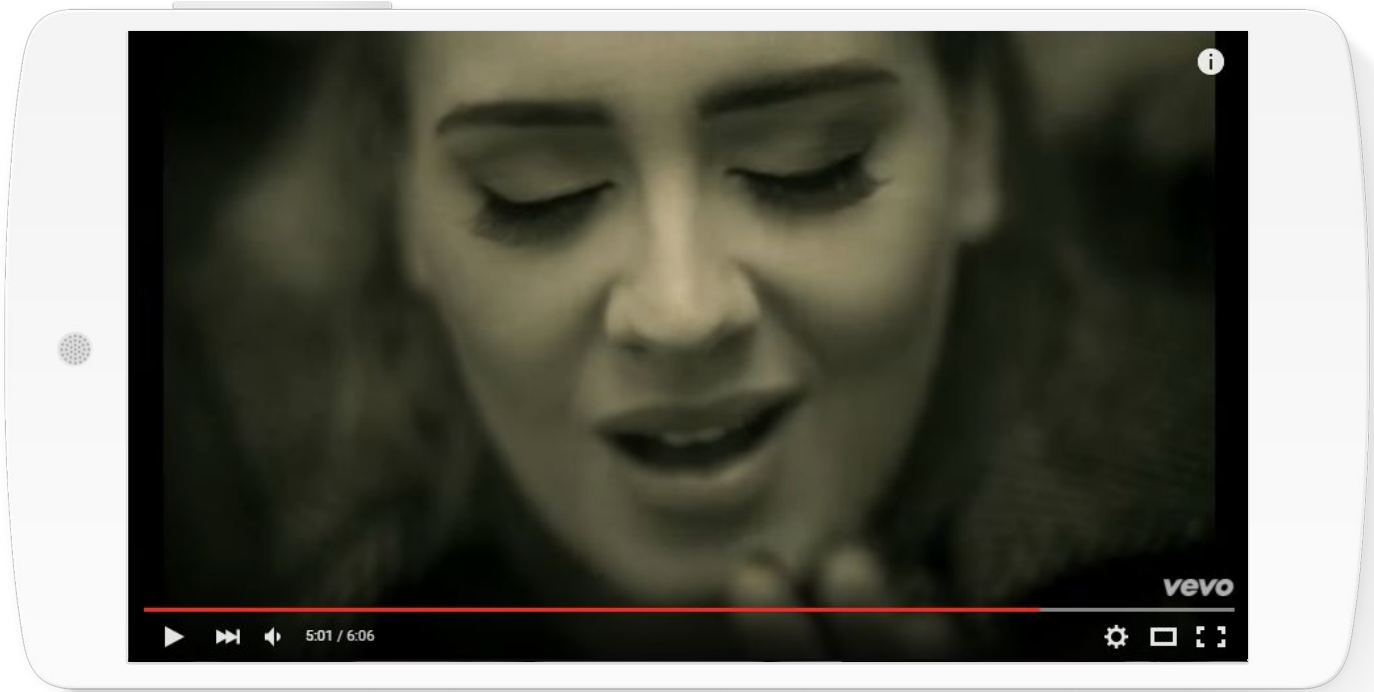

And I went to the Olympics.
Imagine being in the finals at the Olympics.

1. video na **YouTube**

YouTube před a nyní



YouTube před a nyní



Video obsah začíná ovládat internet

YouTube je největší video platformou internetu

***80%** Přenesených dat na internetu bude představovat do roku 2019 video*

Zdroj: Cisco VNI Forecast and Methodology, 2015-2020

YouTube v číslech v ČR

~4,9 M Měsíčních uživatelů

63 min průměrný čas strávený na YT týdně

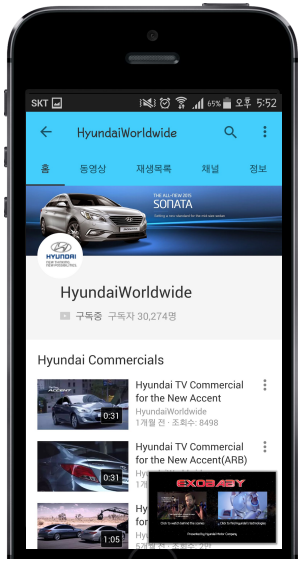
1,5 miliardy zhlédnutí za měsíc

Note: Results stand for 0 min reach
Source: MEDIAN adMeter (Aprilt 2016)

45 % všech zhlédnutých videí na YouTube jsou z Mobilních zařízení (CZ)

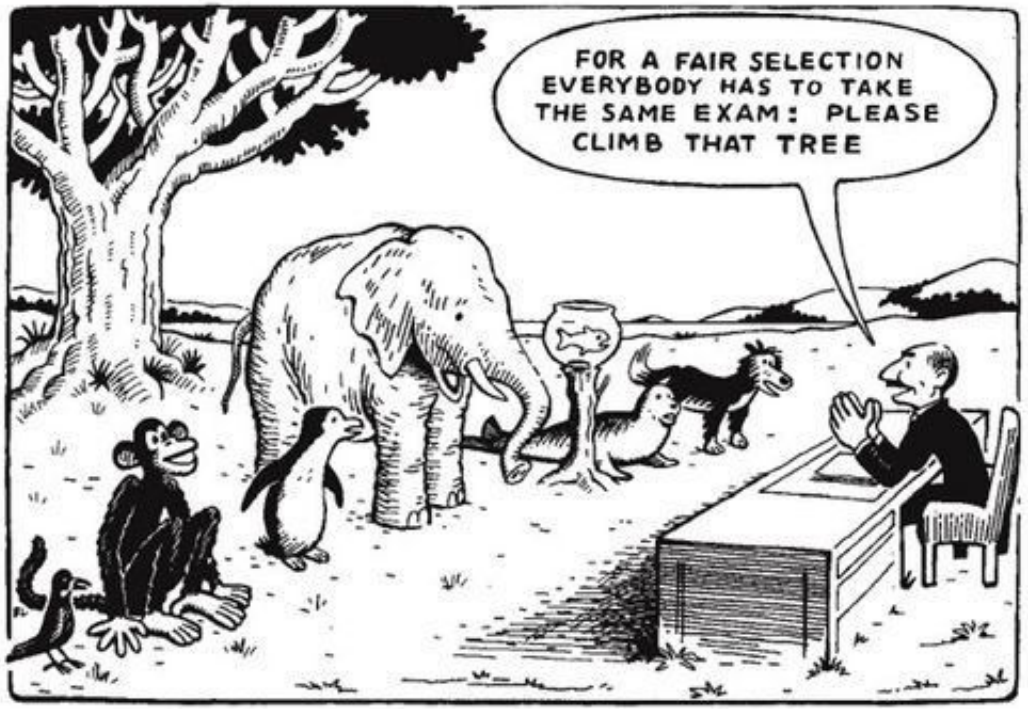
55%

45%

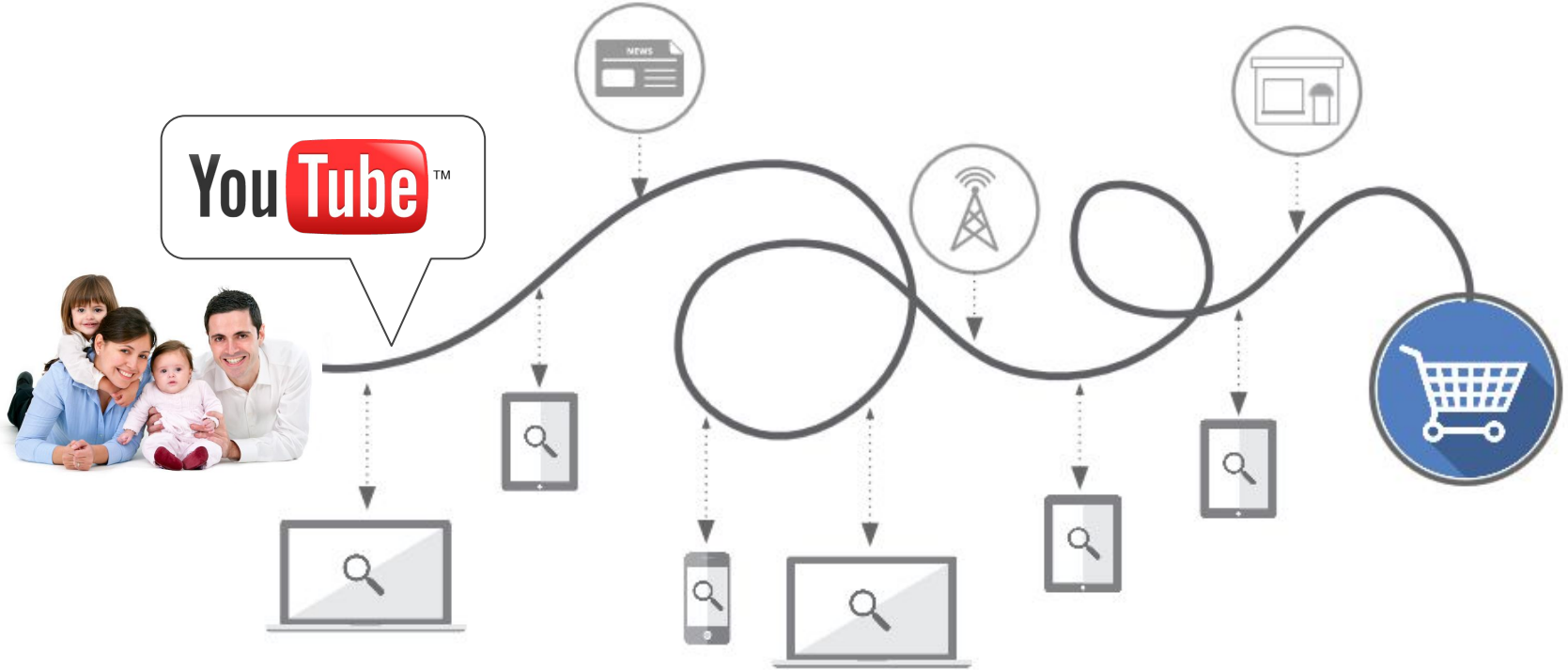


Source: YouTube Media Consumption Study

Na všechny druhy reklamy neplatí stejný metr



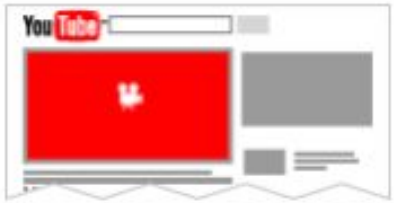
Role YouTube v nákupní cestě

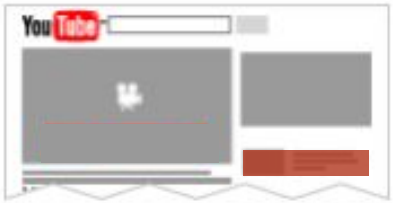


Jaké existují placené reklamní formáty

In-stream

Spustí se sám
Nepřeskočitelných 5s
Platba za “zhlédnutí”



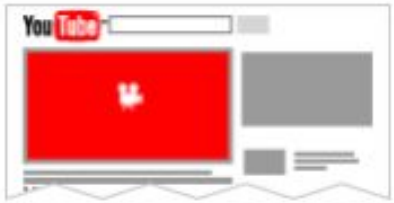


Discovery

U videa nebo vyhledávání
Spustí se kliknutím
Platba za “zhlédnutí”

Bumper

Spustí se sám
6s dlouhý
Platba za tisíc zobrazení (CPM)



Homepage

Vlastněte hlavní stranu YouTube na den (CPD)

...a pak jsou tu ještě sítě

Neméně důležité jsou doplňky

Produktová/shopping karta

vesome Stuff Week: Tuesday Reviewsday, adidas Tubular X

Brad Hall

Subscribe 30,048

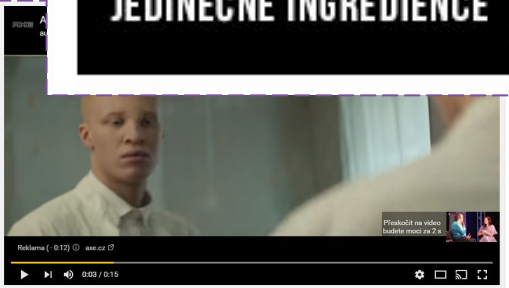
71,804

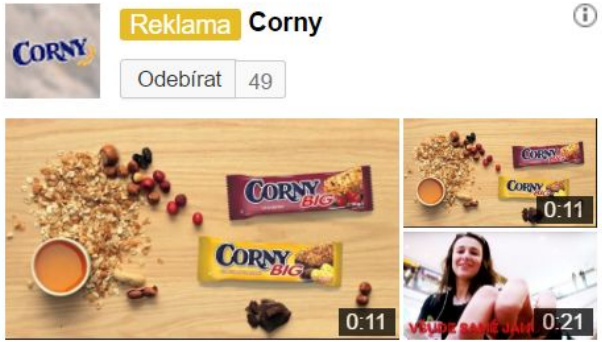
Add to Share More

1,410 55

Doprovodný banner

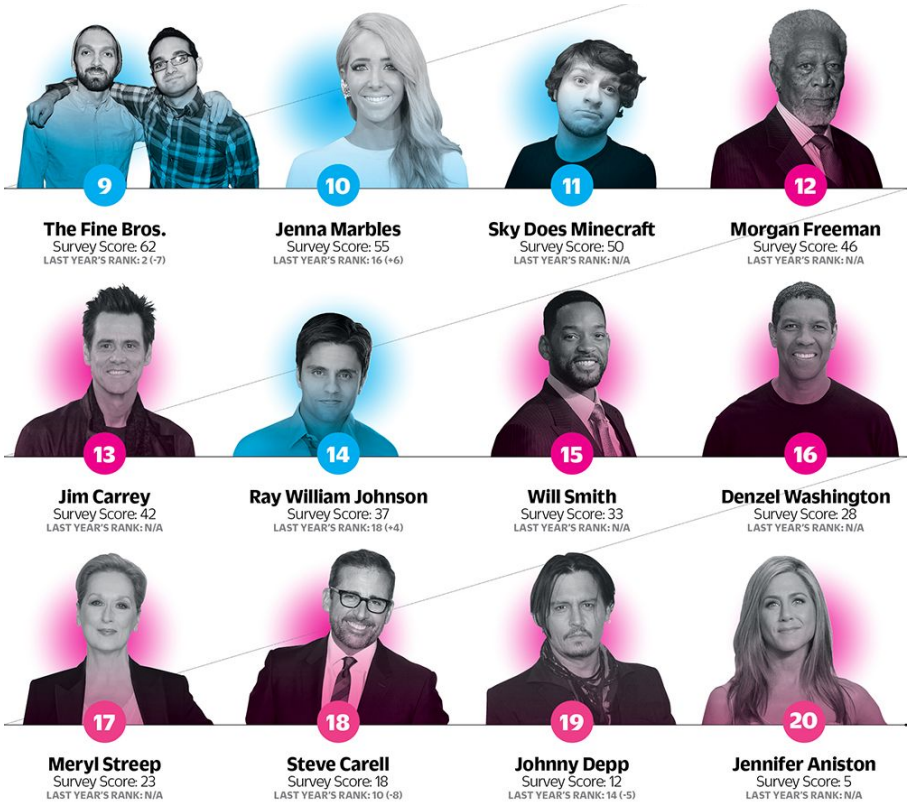
Video wall





YOU CAN'T

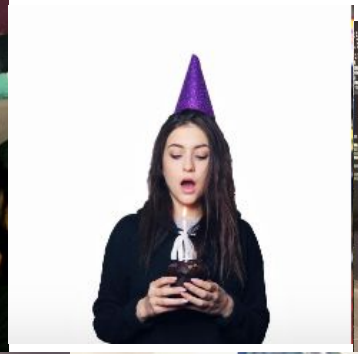
Fenomen - Youtubeři

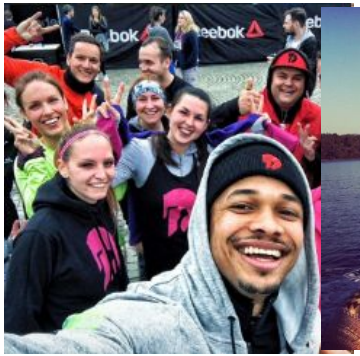


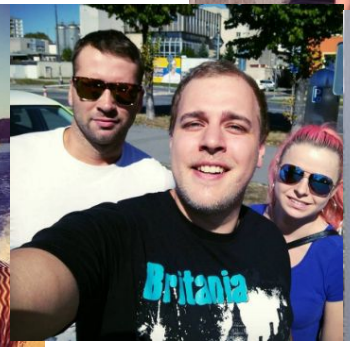
Source: Digital Star Popularity Grows Versus Mainstream Celebrities by Susanne Alt, July 23, 2015, http://variety.com/2015/digital/news/youtubers-teen-survey-ksi-pewdiepie-1201544882/

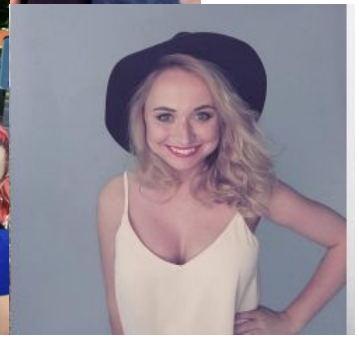
Forbes

77 NEJVLIVNĚJŠÍCH ČECHŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH 2016







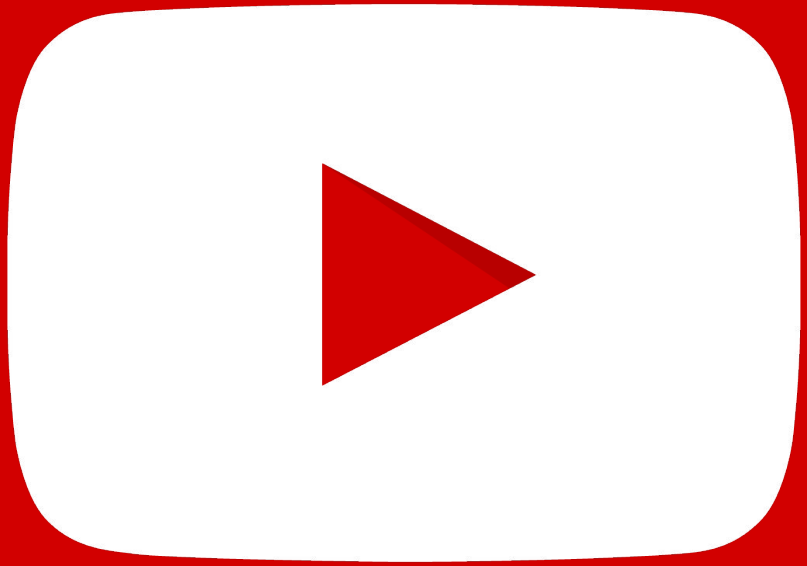


Zdroj: Forbes

6 z 10 odběratelů na YT by se řídilo podle rady svého oblíbeného youtubera, co si koupit za produkt

ZL
ZL production

Jak připravit kampaň



Ujasněte si cíle

Naše cílová skupina jsou muži a ženy ve věku 18-65 a budeme se dívat hlavně na to, kolik prokliků nám kampaň přinesla...

Maximum zobrazení

Maximum zhlédnutí

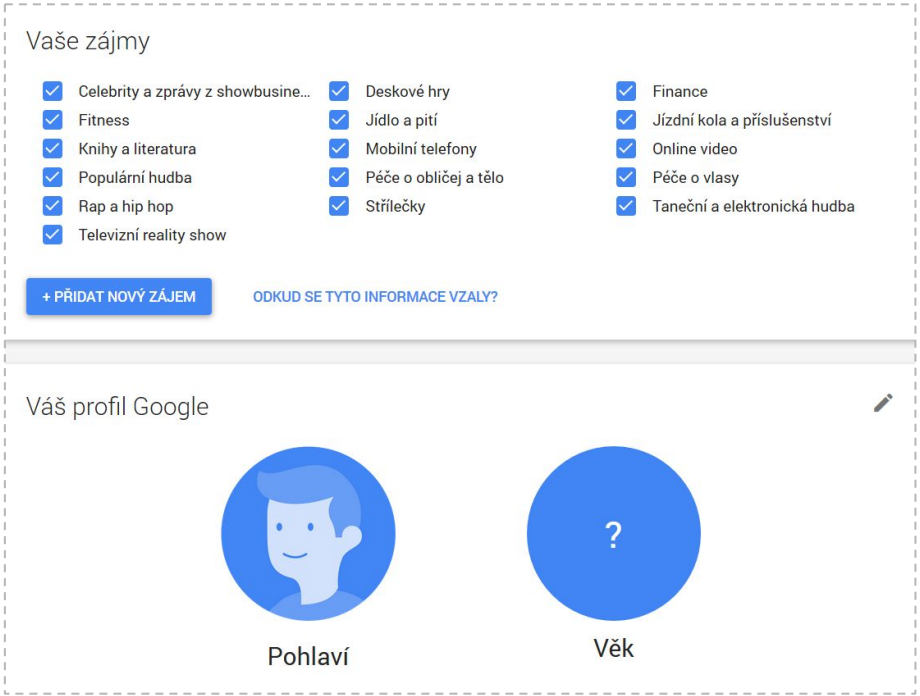
Co nejširší zásah

Konverze po zhlédnutí

Opakované oslovení cílovky

Co si o vás Google myslí?

www.google.com/ads/preferences



Chcete cílit na uživatele, nebo obsah?

Demografické

Geografické

Klíčová slova

Umístění

Čas

Jazykové

Témata

Homepage YT

Zařízení

Zájmy

Retargeting

Automatické

Výběr reklamních formátů a youtuberů

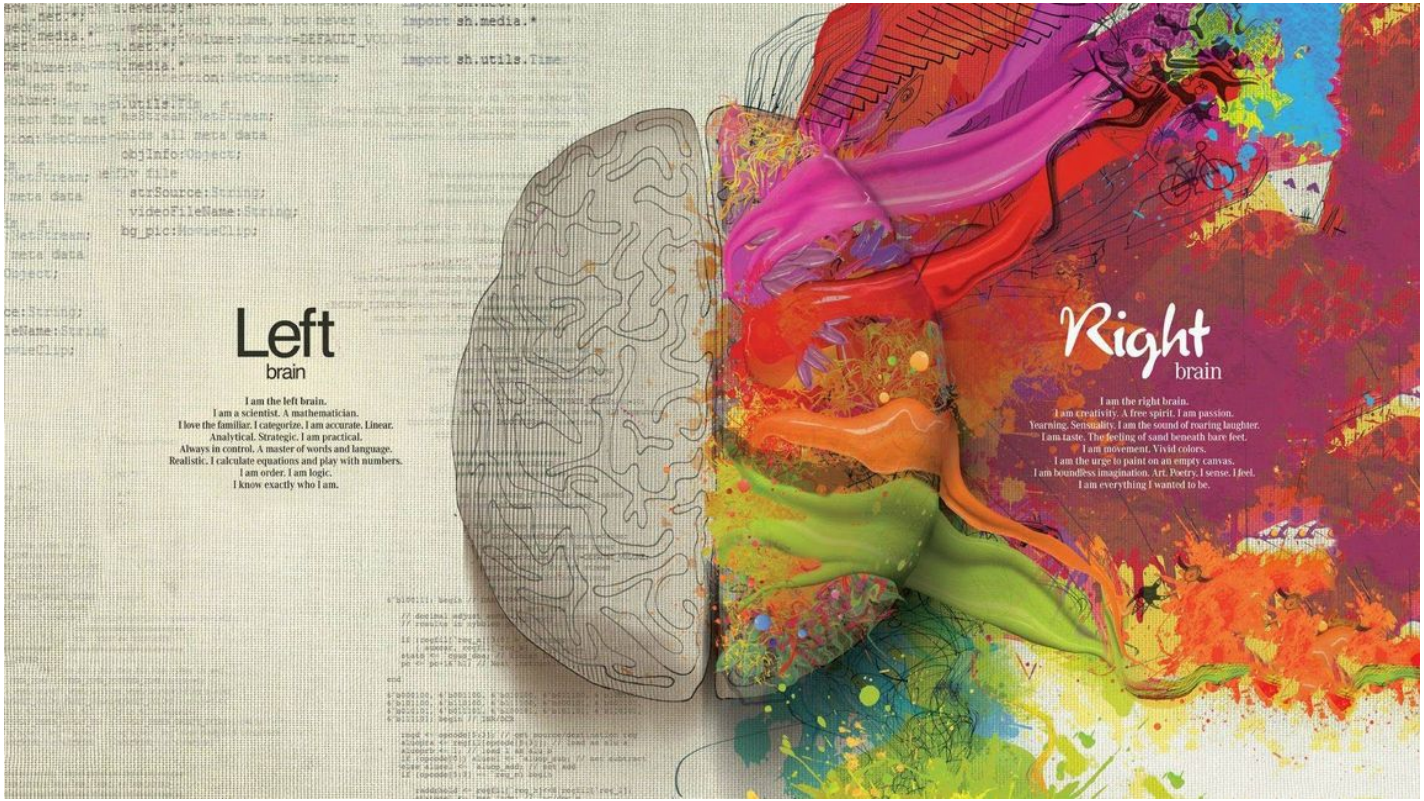
Mediaplán

Den začátku kampaně:	1.1.2018
Den konce kampaně:	30.1.2018
Dní kampaně:	30
Celkový budget	795 000 Kč

Reklamní prostor*

Formát	Dodavatel	Síť	leden	únor	březen	Imprese	Prokliky/Zhlédnutí	CTR/VTR	CPM	CPC/CPV	Cena
TrueView InStream	Google	Obsahová síť	X	X		1 333 333	400 000	30,00%	150,0 CZK	0,5 CZK	200 000 CZK
Bumper Ads	Google	Obsahová síť	X	X		1 000 000	900 000	90,00%	100,0 CZK	0,1 CZK	100 000 CZK
Bannery a textová reklama	Google	Obsahová síť	X	X	X	1 666 667	6 667	0,40%	12,0 CZK	3,0 CZK	20 000 CZK
Textová reklama	Seznam	Vyhledávací síť	X	X	X	66 667	3 333	5,00%	150,0 CZK	3,0 CZK	10 000 CZK
Facebook ads	Facebook	Facebook	X	X	X	2 000 000	30 000	1,50%	50,0 CZK	3,3 CZK	100 000 CZK
Facebook ads	Facebook	Facebook		X	X	625 000	9 375	1,50%	40,0 CZK	2,7 CZK	25 000 CZK
Textová reklama	Google	Vyhledávací síť		X	X	57 143	2 857	5,00%	175,0 CZK	3,5 CZK	10 000 CZK

Příprava kreativy



Příprava kreativy

Příprava kreativy

Když se točí reklama

kategorie	položka	hodin	cena
audio	hudba		xxx Kč
	voiceover hlas 1		xxx Kč
	voiceover hlas 2		xxx Kč
	zvukové studio	xx h	xxx Kč
	zvukové efekty		xxx Kč
video / postprodukce	animace	xx h	xxx Kč
	střih	xx h	xxx Kč
	natočení a střih vlastní footage	xx h	xxx Kč
	produkce výroba	xx h	xxx Kč
	produkce koncept	xx h	xxx Kč
	režie	xx h	xxx Kč

1. sjezd z nebe, přes sluníčko dolů na krajinu. Logo Pribináček vyjíždí nahoru zároveň s oblohou.

2. během sjezdu proletne nahoru a pak hned zase dolů (vyletí ze záběru) vlaštovka z papíru.

3. dostáváme se na krajinu a do záběru zleva přichází kocourek, s vlaštovkou v ruce.

4. pozdraví děti "Ahoooj děti!" a hodí vlaštovku doprava ze záběru (prostě si jen tak hraje na jaře na louce).

5. vlaštovka se hned ale zase vrací mnohem blíže kamery a vykreslí fialový pruh na spodní hraně obrazu (tak jako je v grafice).

Youtubeři

1. Média

Videa před videem Youtubera

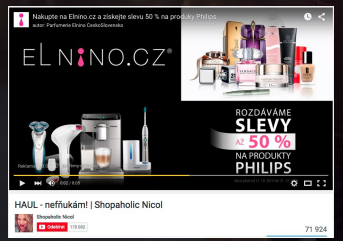
2. Integrace produktu

Product Placement ve videu YouTubera

3. Integrace Youtubera

Integrovaná kampaň s ambasadorem

nižší náročnost



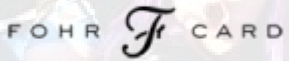
více času i investic

Základní pravidla pro spolupráci s youtuberem

- Autenticita
- Reputace
- Cílová skupina
- Exkluzivita
- Zodpovědnost
- Zásah

Možnosti formy spolupráce s youtuberem

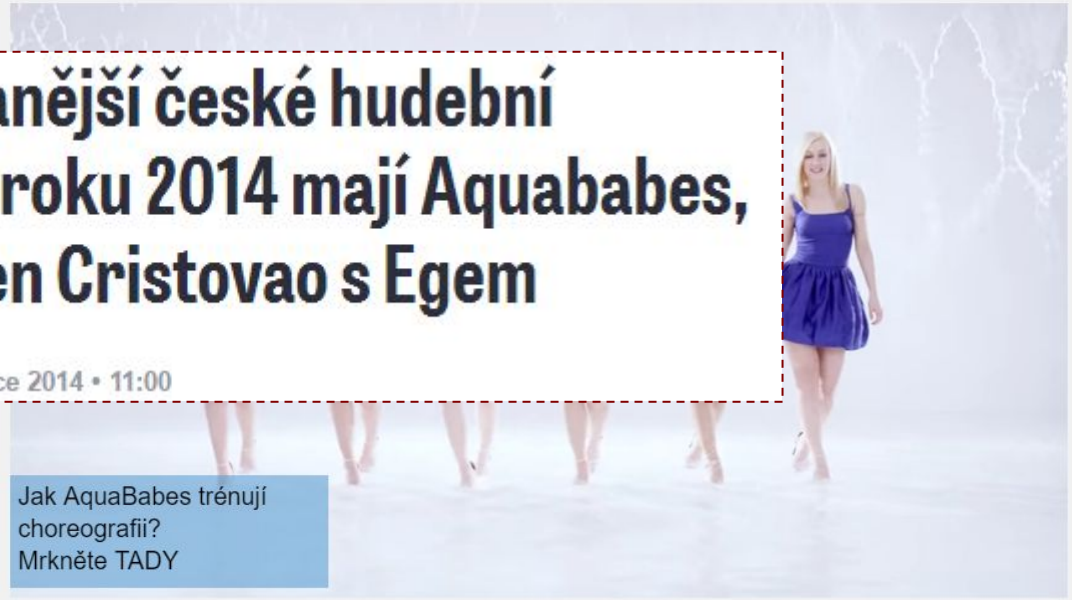
- Agentury zastupující influencery
- Multi-kanálové sítě (MCN)
- Platformy



Přemýšlejte nad zadáním

Nejsledovanější české hudební videoklipy roku 2014 mají Aquababes, Xindl X i Ben Cristovao s Egem

ČTK, bah 30. prosince 2014 • 11:00



AquaBabes - Neříkej mi baby

AquaBabes

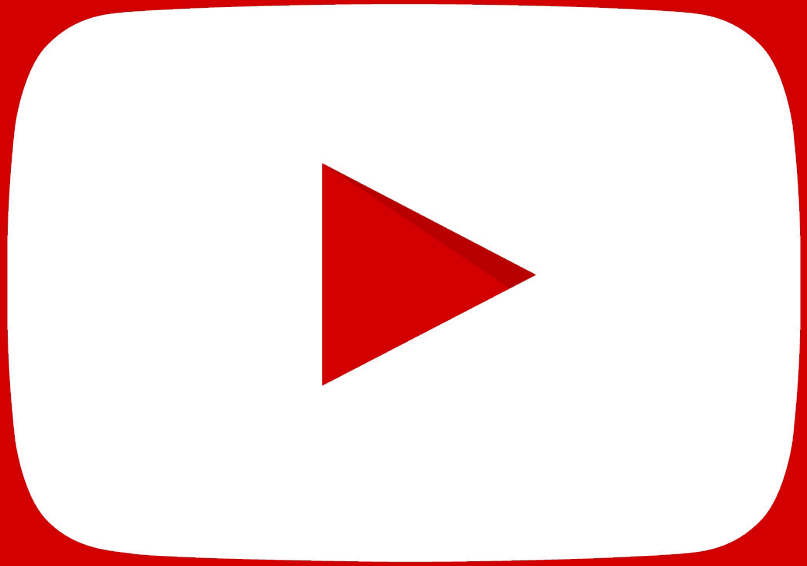
Odebírat 43 403

+ Přidat do Sdílet ••• Další

11 116 049 zhlédnutí

34 953 11 141

Jak to všechno vyhodnotit



Jaké druhy metrik doporučujeme sledovat?

Zobrazení a zhlédnutí	Kolikrát se video zobrazilo a kolikrát ho někdo viděl (30s nebo do konce), nebo kliknul
Cena	Kolik vás co stálo (zobrazení, zhlédnutí)
Konverze	Konverze uživatelů, kteří zhlédli vaše video
Unikátní soubory cookie	Kolik uživatelů jste oslovili (a jak často)
Získané akce	Co jste pro svůj YT kanál získali zdarma

Co je Brand Lift

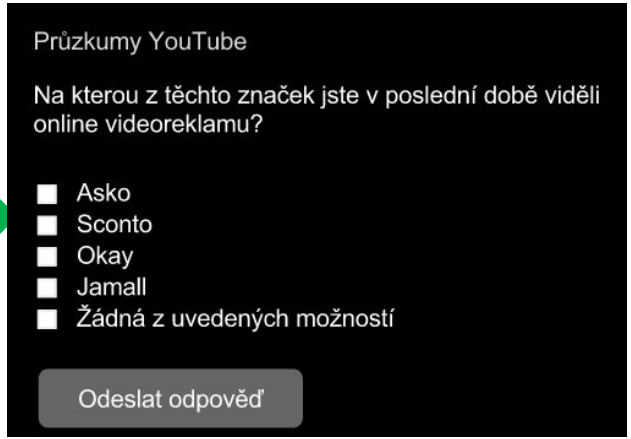
Muži ve věku 18-24 se zájmem o bytový design

EXPONOVANÁ SKUPINA

Reklama

KONTROLNÍ SKUPINA

Dotazník



Mondelēz zvýšil výkon kampaně Trident Unlimited s využitím poznatků z Brand Lift výzkumů

97%

nárůst ad recall

36%

nárůst brand awareness

- Pro start vytvořeny dvě verze reklamy Trident Unlimited

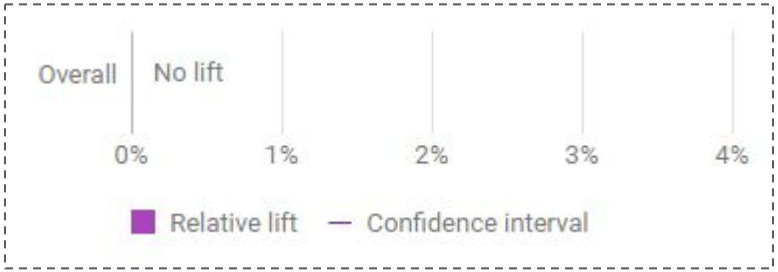
- Brand Lift rychle ukázal, že jedna verze má podstatně vyšší míru ad recall

- Rozpočet alokován na verzi, která doručovala vyšší míru ad recall

Source: Mondelēz International Improves Campaign Effectiveness, October 2014.

Google YouTube
Google Confidential and Proprietary

Brand Lift vám může zachránit kampaň



Spuštění kampaně a Brand liftu

Změna strategie a kampaní

Konec kampaně

1. 6.

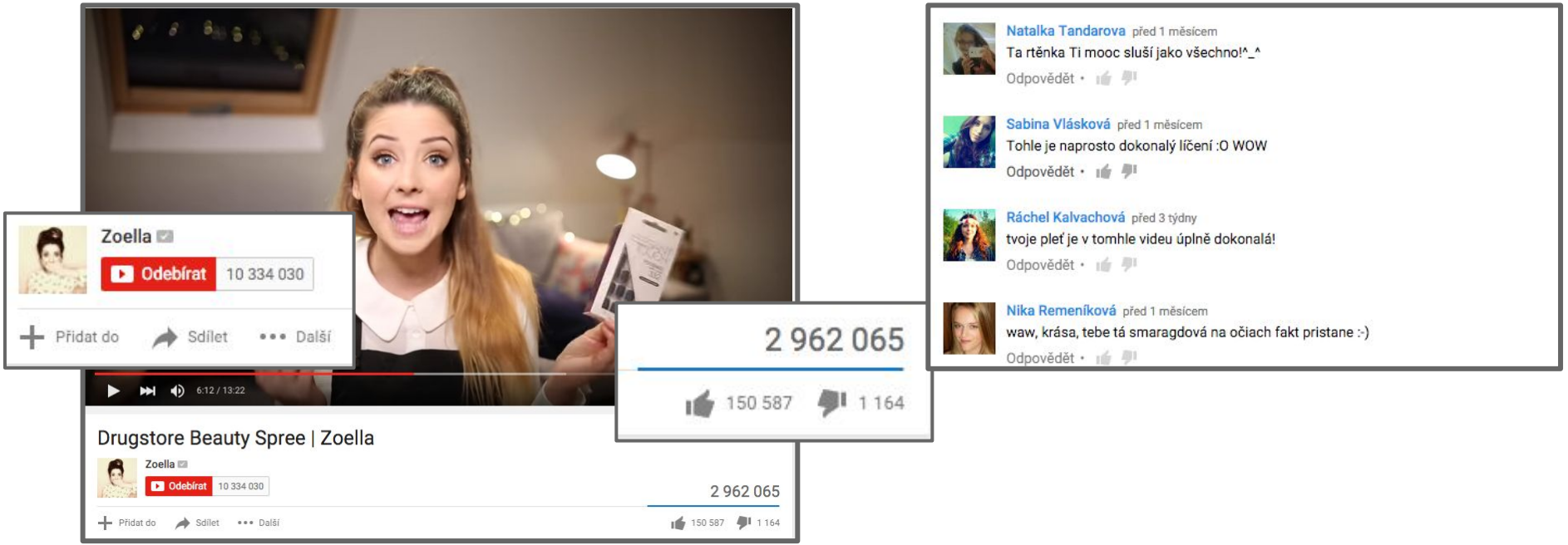
20. 6.

10. 7.

Výsledky Brand liftu

Ads
Leaderboard

YouTube ANALYTICS



YouTube ANALYTICS

3 nejdůležitější věci

Ujasněte si co chcete
(roli videoreklamy, cíle a vhodné metriky)

Kreativa
(to jak vypadá reklama je důležitá vždy, ale ve videu nejvíc)

Zvážení zapojení influencera
(co od toho čekám a jak bude spolupráce vypadat)

Děkujeme a přejeme spokojené diváky!