

adventum.

**DIGITAL  
BRANDFORMANCE  
TRENDS**



## В 2020 году расходы рекламодателей вырастут на 4.1%

	Глобально	Северная Америка	США	Канада	Западная Европа	Великобритания	Германия	Россия	Австралия	Китай	Индия	Япония	Латинская Америка	Бразилия
2018	4.2	3.3	3.4	3.5	3.8	7.0	0.3	12.1	5.2	7.7	10.5	1.5	8.1	7.1
2019	3.7	3.2	3.1	5.2	3.0	6.3	0.4	4.9	2.0	6.0	10.9	1.8	8.9	5.0
2020	4.2	3.6	3.6	5.5	3.2	6.8	0.5	5.2	3.0	6.6	11.7	2.0	7.7	4.5

Темпы роста рекламного рынка в мире

Это связано с крупными международными событиями в 2020 году: чемпионат Европы по футболу, летние Олимпийские и Паралимпийские игры в Токио, выборы президента США.

В России темп роста рекламного рынка сократился. Но в 2020 году ожидается положительная перспектива в отношении потребительских настроений.

## Какое будущее ожидает рекламу в мире?



Расходы на интернет-рекламу возрастают. К 2020 году они составят около 45% от общего объема рекламных инвестиций.



Расходы на мобильную рекламу достигнут 21.4% к концу 2019 года. Драйвером остаётся видеоконтент (Instagram stories, TikTok, Snapchat и YouTube, видео по запросу).



Расходы на телерекламу сократились на 0.1%. Но в 2020 году они увеличатся до 0.6% за счёт развития ТВ-технологий и Smart TV.



# Brandformance-маркетинг — новый виток развития digital-рекламы

## Branding + Performance

Brandformance совмещает принципы performance-маркетинга и брендинга.

Эта маркетинговая стратегия поможет повысить узнаваемость бренда и достигнуть конкретных измеримых бизнес-результатов.

# Brandformance повысит узнаваемость бренда

## Преимущества:

### Повышение кликабельности объявлений

Снижение стоимости привлечения клиентов.

### Обеспечение моментального подхода к целевому действию

При показе медийной рекламы пользователь может сразу перейти на сайт или форму заказа.

### Точная оценка кампаний

Brandformance использует инструменты performance-маркетинга и позволяет точно оценить эффект от рекламных кампаний.

### Использование необычных форматов

Видеореклама позволяет использовать широкий спектр цифровых технологий и механик: AR/VR, интерактив, стримы и уже привычные всем сториз.

# К 2020 году рынок интерактивной рекламы вырастет на 17%

## Рост потребления профессионального видеоконтента через интернет

81% глобальных брендов используют видео в качестве инструмента продвижения в интернете. Зрители запоминают 95% информации, просматривая видео, и всего лишь 10% — прочитывая текст.

## Качественный креатив

85% опрошенных отметили\*, что креатив и «big ideas» важны для будущего успеха их бизнеса, а 47% планируют инвестировать в креатив в следующем году.

## Рост сегмента out-stream

Он составит 33% размещений и даст рекламодателям новый инвентарь и доступ к качественной аудитории.

## Рост популярности Smart TV

По итогам исследования J'Son&Partners к концу 2019 года в России будет 25 млн Smart TV, а к концу 2020 года число приблизится к 30 миллионам.

# Почему бренды всё чаще продвигаются с помощью видео?

## 1

### **Простота восприятия**

Когда за внимание интернет-пользователей конкурирует множество форматов, выигрывает тот, который привлекает больше внимания и проще для восприятия.

## 2

### **Вовлеченность**

Рекламный ролик длиной 8-11 секунд досматривают 77% пользователей.

## 3

### **Запоминаемость**

80% пользователей вспомнят ролик, который увидели за последний месяц.

## 4

### **Рост потребления видео в интернете**

За 2018 год среднее время просмотра видео в интернете увеличилось на 11 минут, цифра будет только расти. Молодая аудитория, всё чаще предпочитает просмотр видео в интернете телевидению.

## Объём видеотрафика увеличивается



Онлайн-видео один из наиболее популярных источников информации в процессе покупки. Это отметили 55% респондентов.

68% обратятся к сайту бренда

62% к поисковой системе

45% посетят сайт с отзывами

41% найдут информацию в социальных сетях



# Эффективность видеокампании на 60% зависит от качественного креатива ролика

## Креатив влияет на:

- **Досматриваемость**

Чем интереснее ваш ролик, тем больше вероятность, что его посмотрят до конца и запомнят.

- **Интеграцию бренда в историю**

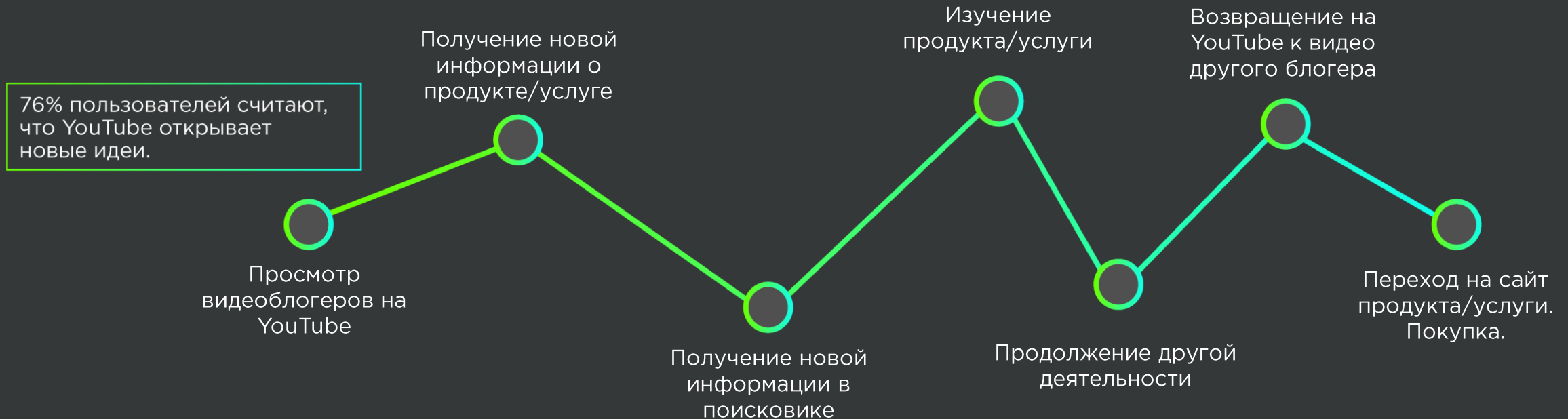
- **Адаптацию ролика под разные форматы**

Позволит донести ключевую идею на разных устройствах. Для этого создаётся несколько роликов, эффективность каждого в дальнейшем измеряется для оценки эффективности.

- **Увеличение медийных показателей всей кампании**

В эпоху мультимедиа и cross-screen потребления важно совмещать креатив с медиапланированием.

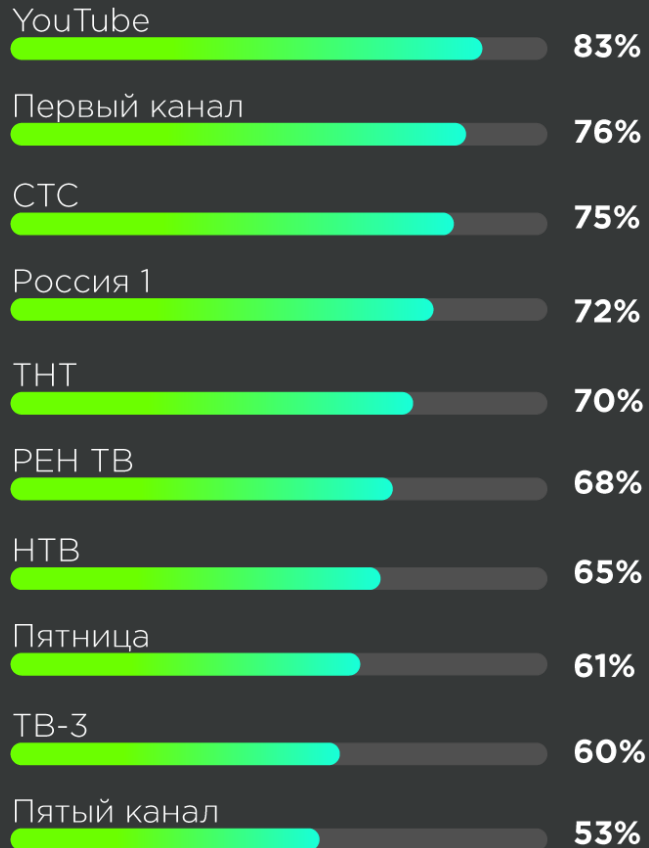
# Путь пользователя: от просмотра видео до покупки



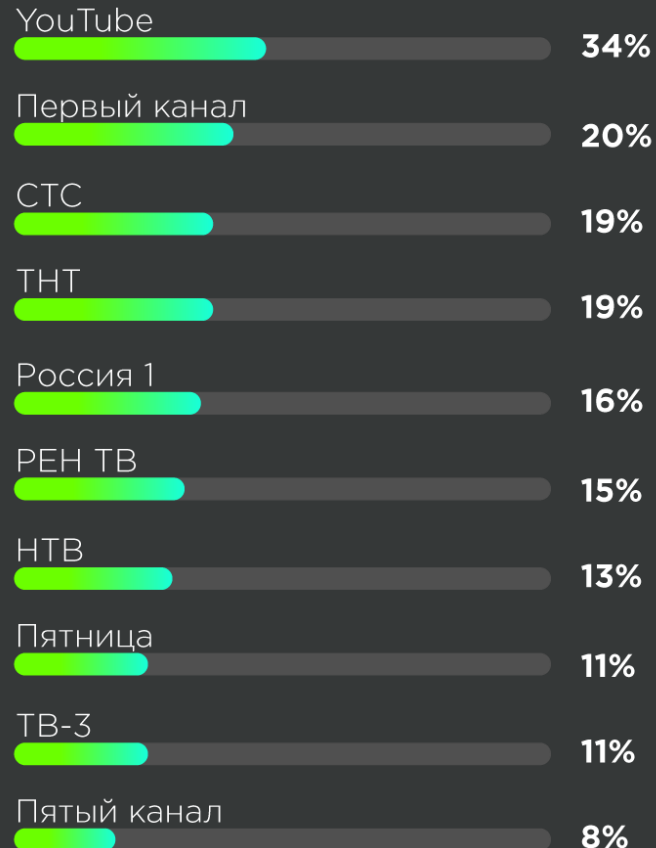
52% пользователей смотрят видео для получения большей информации о товаре в процессе покупки. И только треть не совершает никакого предварительного исследования.

# Видеоконтент в интернете становится популярнее ТВ

Охват в месяц, 18-44



Охват в день, 18-44



В последнее время появляется тренд на Smart TV.

# 49% просмотров видеорекламы приносит аудитория «умного телевидения»

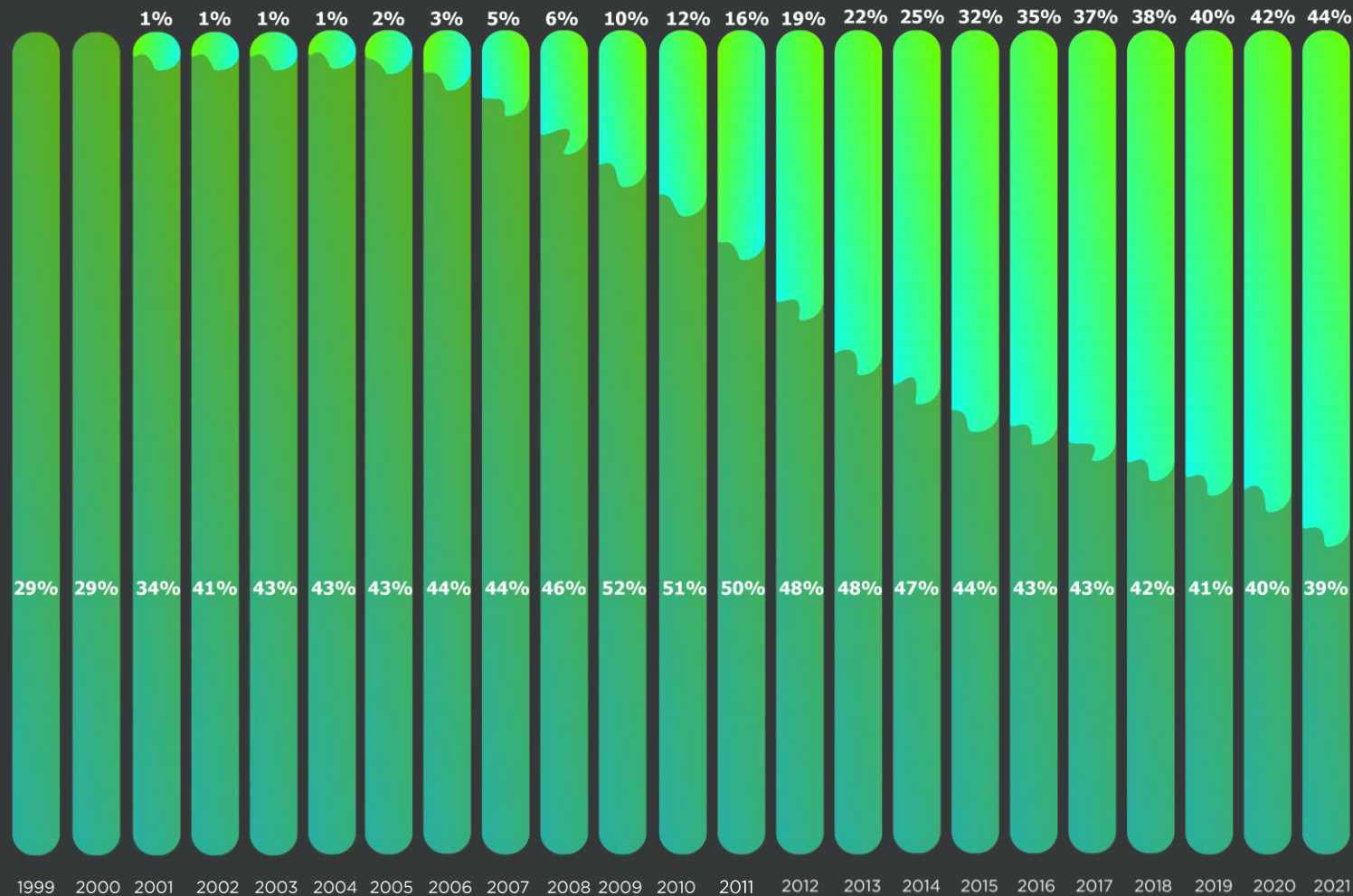
Качественный контент на проверенных площадках привлекает больше аудитории.

## Smart TV совмещает преимущества

- **Digital:**  
Развёрнутая отчётность по итогам рекламной кампании
- **Эфирного ТВ:**  
Вовлеченность аудитории прямых эфиров телепрограмм



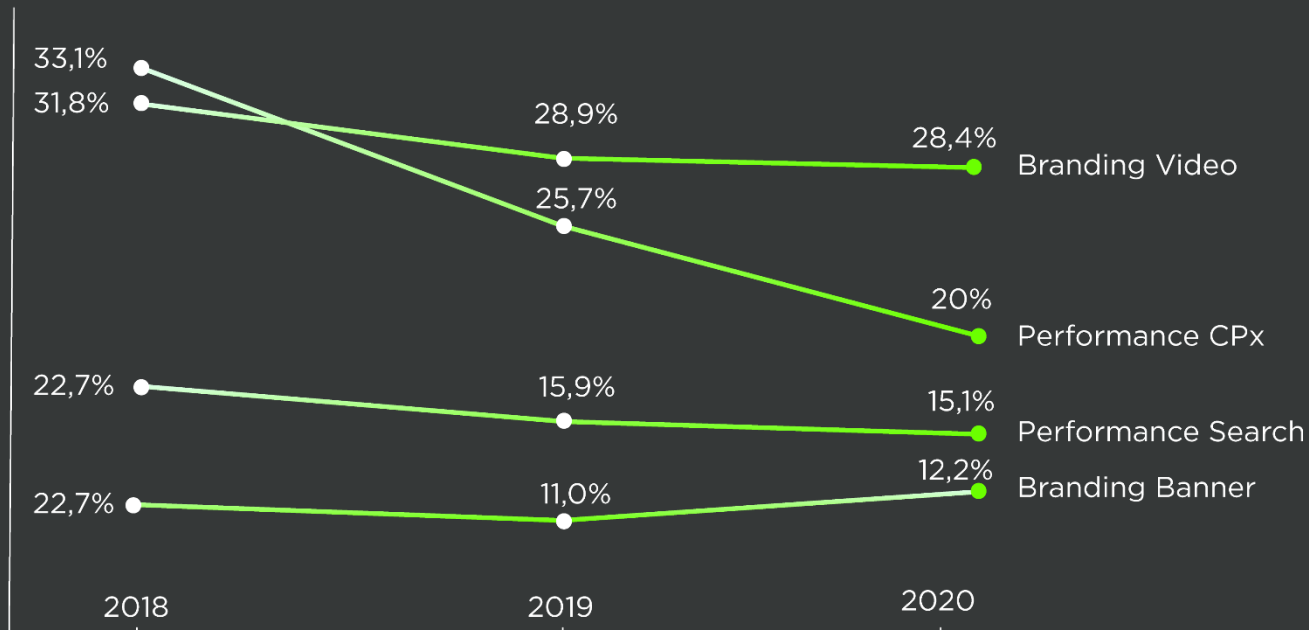
# Прогноз изменения рынка интерактивной рекламы на 2018-2020 гг.



В ближайшее время интерактивная реклама займёт лидирующие позиции и обгонит TV-рекламу.



# Рынок интерактивной рекламы вырастет на 17% к 2020 году



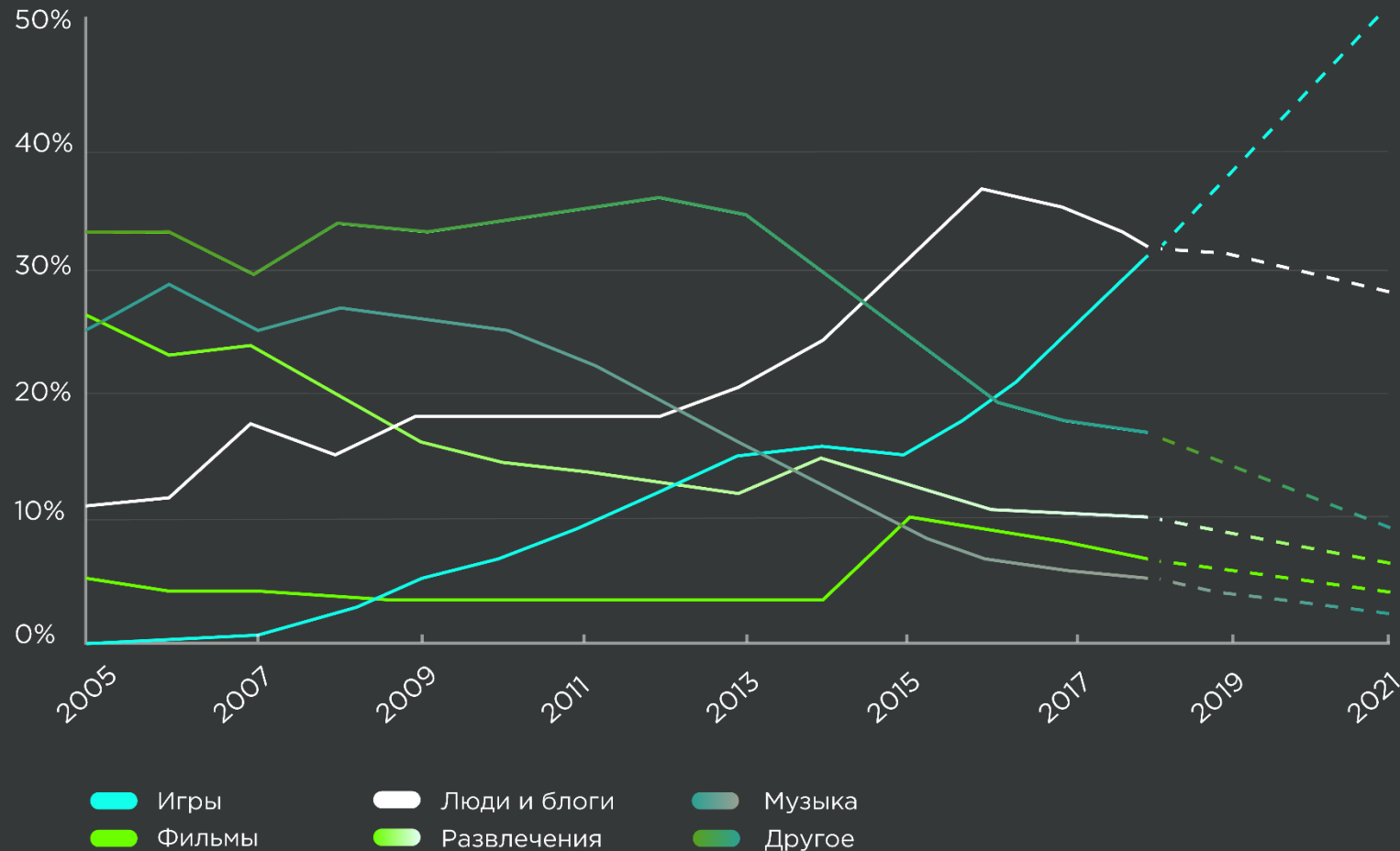
Наибольшую долю бюджета составит **Performance CPx\*** – 20%;

**Branding Video** будет стремительно развиваться и составит 28,4% в 2020 году;

Сокращение сегмента **Branding Banner** – 12,2% к 2020 году;

Бюджет на **Performance Search** останется таким же, что в 2019 году – около 15%.

# Что смотрят пользователи в YouTube?



Игры – самая быстрорастущая категория.

Музыкальный контент — самый популярный по среднему количеству просмотров и самый короткий по продолжительности.

# В 2019 рынок Influencer Marketing вырастет в 3 раза

## Почему блогеры — важная часть brandformance-стратегии?

### Взаимодействие с вовлечённой аудиторией

Подписчики конкретного блогера – это аудитория, заинтересованная в тематике.

### Повышение узнаваемости и доверия к бренду

- Блогер делится впечатлениями и подробно рассказывает о продукте;
- Видео индексируется в поиске и позволяет больше узнать о продукте с разных источников.

### Подробная демонстрация

Блогер делает фото/видео обзоры в собственной стилистике, привычной подписчикам. Это увеличит вероятность покупки.

### Долговременность

Видео можно использовать в рекламных материалах и добавить на официальный сайт для увеличения доверия к продукту.



# 91% людей доверяют отзывам в сети также, как и личным рекомендациям

А 89% пользователей следят за ответной реакцией брендов.

Для управления репутацией в сети – улучшения имиджа в глазах потребителей и своевременной отработки негатива – используйте SERM-продвижение.

## Где формируется репутация?



Форумы, блоги  
и тематические  
сообщества



Сайты-  
агрегаторы



Сайт продукта/  
услуги



Видео на  
YouTube



Социальные  
сети



Поисковые  
запросы

# Как качественно управлять репутацией?

## **Отслеживайте упоминания о бренде**

Отзывы – одна из важных точек контакта на этапе выбора. Наблюдая за ними, в дальнейшем вы можете ссылаться на положительные, привлекая новых клиентов и отработать негативные.

## **Размещайтесь на внешних площадках**

Делитесь обзорами продукта на сайтах-отзовиках, форумах, блогах и соцсетях, чтобы повысить узнаваемость продукта.

## **Оптимизируйте поисковую выдачу**

Если не удалось отработать негатив, удалите его из ТОПа поисковых систем.

## **Общайтесь с клиентом и потенциальными покупателями**

# Кейс: Повышение доверия к продукту с помощью интеграции с блогерами

## Bio8

### О продукте:

Программа по интенсивному снижению веса, в которую входит индивидуальный план фитнес-занятий и рацион питания. Помимо основных продуктов включает в себя биоальтернативы и коктейли.

### Цель:

Увеличить доверие к продукту с помощью реальных примеров.

### Как мы это сделали:

1. Выбрали несколько блогеров и каждому предложили рассказать о программе похудения подписчикам.
2. Создали тематический канал о похудении @lightweightrus.
3. Блогеры снимали обзоры, делились историями похудения, чтобы вызвать больше доверия к продукту и показать его.

### Результаты:

Более **1.8 млн** показов

**+3 221** комментариев

**+2 100** переходов на сайт

На каком уровне находится ваш Brandformance Marketing?

ЧЕК-ЛИСТ



**Остались вопросы?  
У Adventum есть решение.**

Елизавета Дементьева  
[pr@adventum.ru](mailto:pr@adventum.ru)