



Programaticky nakupovaná videoreklama

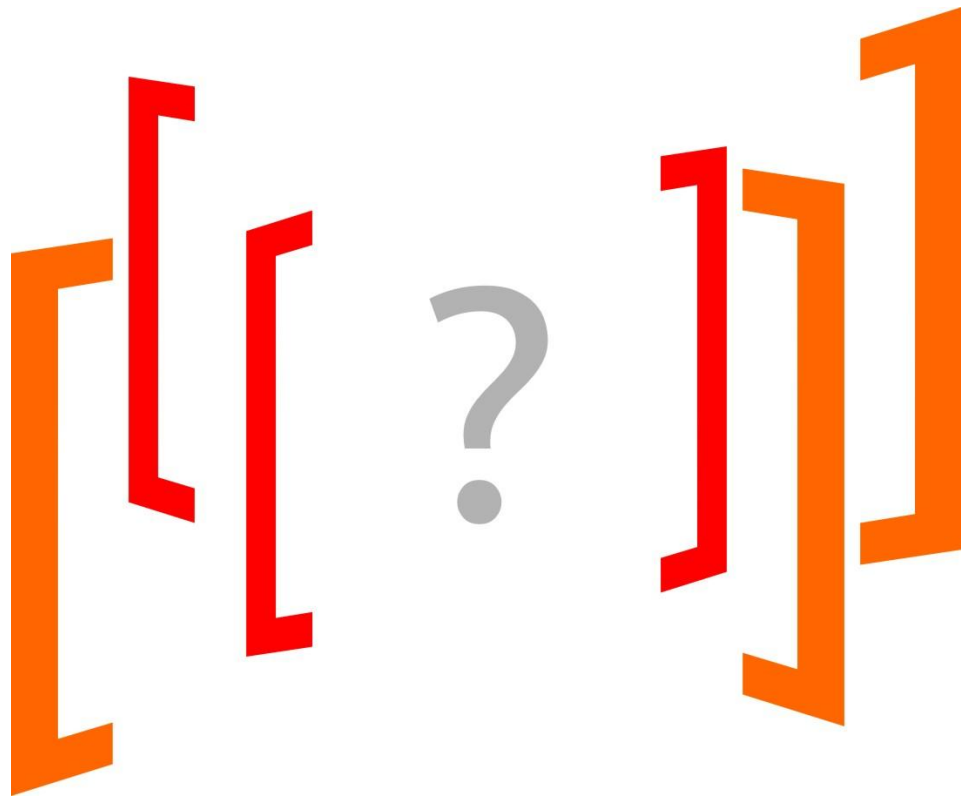
Hit letošní sezóny

Stanislav Mottl

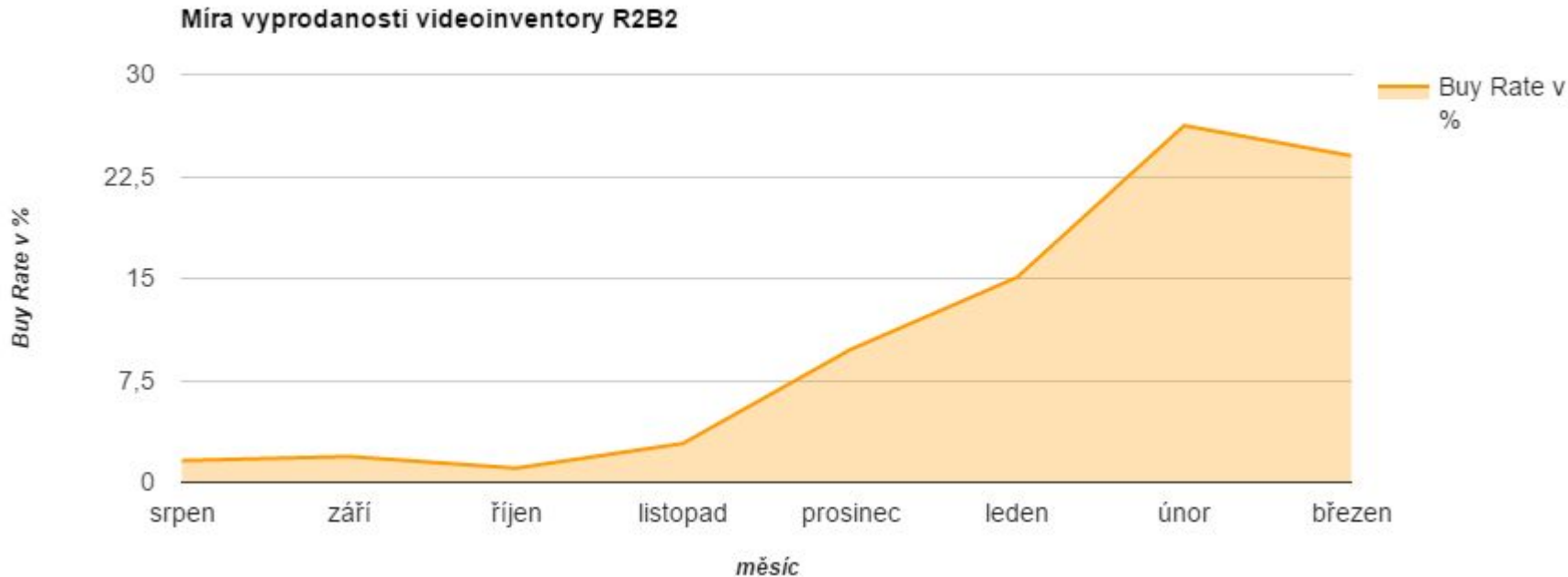
Co to je programaticky nakupovaná videoreklama?

Co nás dnes čeká?

Jaký je Váš názor?

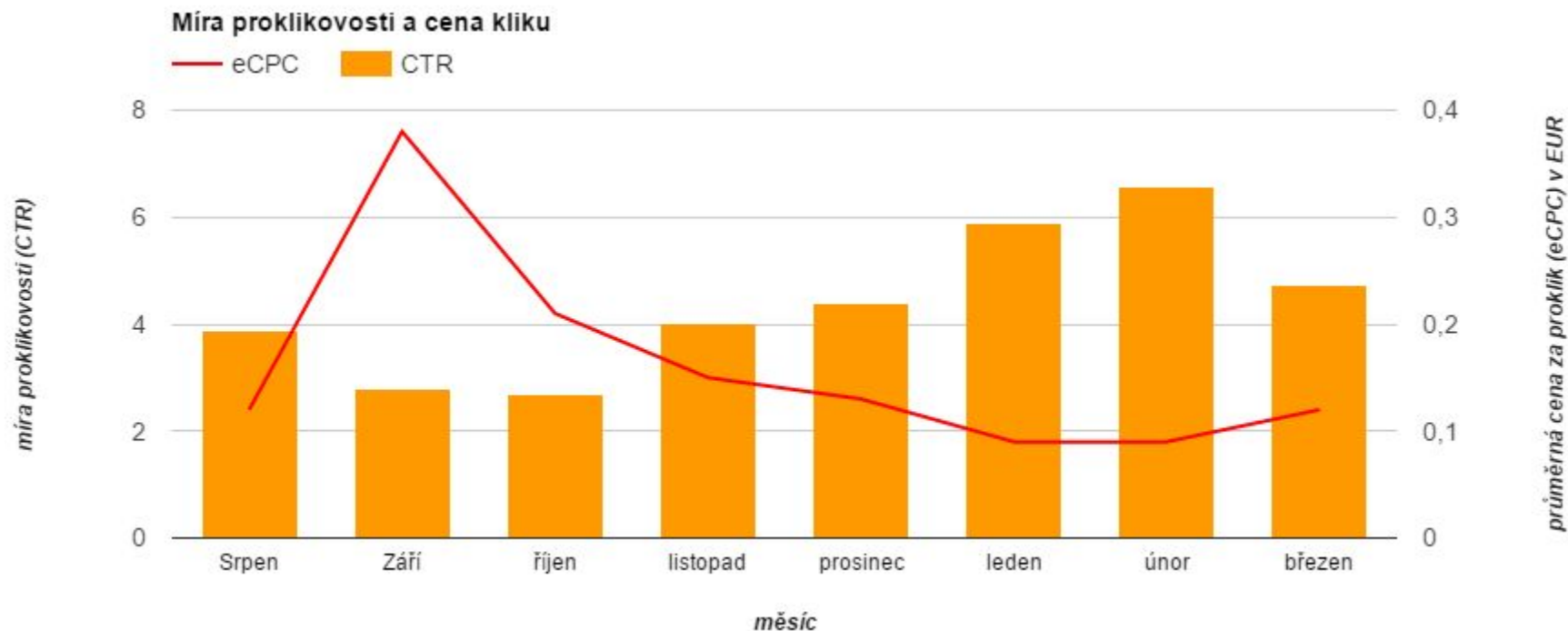


Jaký je zájem o videoreklamu?



Zdroj: vlastní data z Adform PMP

Mění se v čase výkonové ukazatele?



Případová studie - sportovní móda

Médium: Cílená online videoreklama

Cíl kampaně: Budování image značky

Reklamní formát: Videospot 60“

KPI (klíčový ukazatel výkonu): Visibilita / míra zhlédnutí celého videa

Cílová skupina / cílení: Muži 14-23 let / zájem o sport a sportovní módu

Počet objednaných impresí: 7.8.- 14.9.2015

Časování kampaně: 330.000

Výsledky kampaně

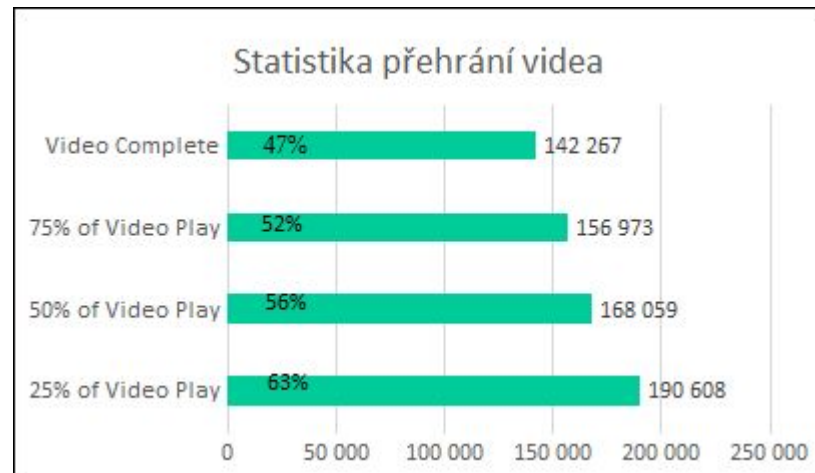
300.456 impresí doručeno

107.457 unikátních impresí

22.242 prokliků (14.735 unikátních prokliků)

7,4% CTR (13,71% unique CTR)

142.267 (**47%**) přehrání celého videa (60“)



Shrnutí

- Nárůst zájmu
- Průběžné zvyšování inventory
- Kampaň s mírou proklikovosti 7,4 % a dosažením cílů kampaně v míře 47 %

A co chystáme nového?





Stanislav Mottl

stanislav.mottl@r2b2.cz

+420 731 015 623