



PERFORMANCE VIDEO: **¿Cómo Armar una Estrategia de YT en un Evento Estacional?**



ALCANCE MASIVO DENTRO DEL TARGET

AUDIENCIAS A ESCALA



~50%
Alcance AR +18

~75%
A18-34

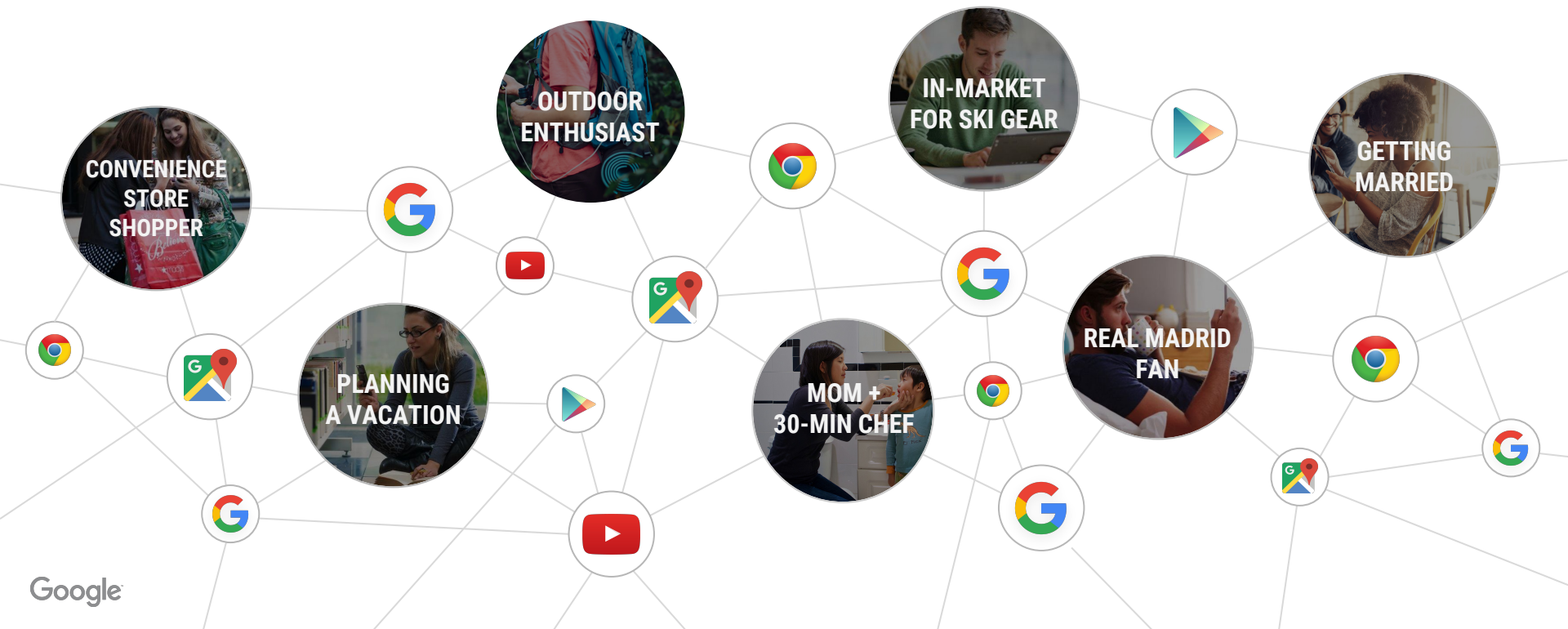
+

PRECISIÓN EN AUDIENCIAS

Señales de intención y comportamiento:

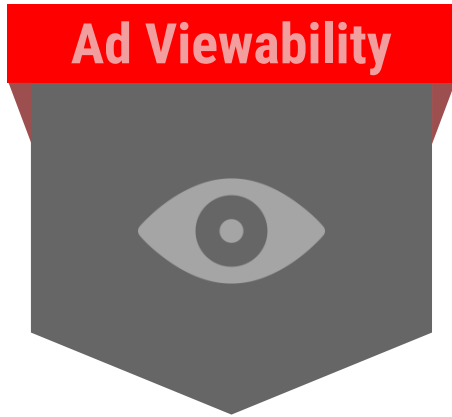


PRECISIÓN CON NUEVAS SEÑALES



ANUNCIOS QUE LA GENTE REALMENTE VE

95%



95%



¿CÓMO SE COMPARA CON LA INDUSTRIA?

VIEWABILITY

 YouTube



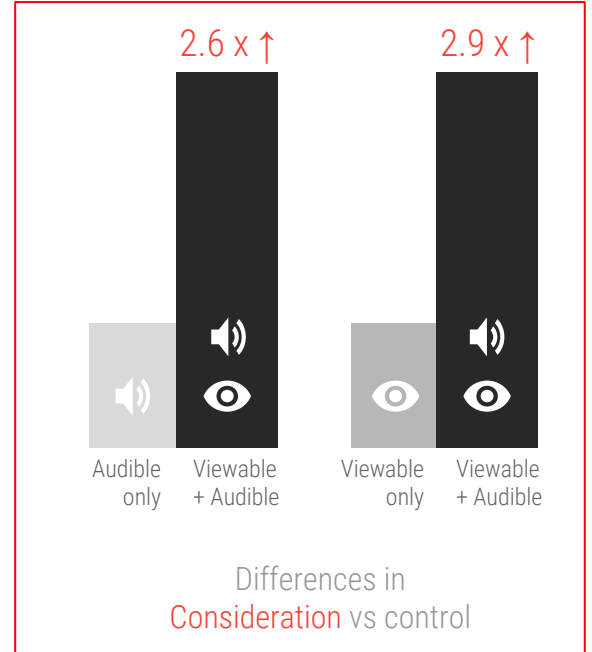
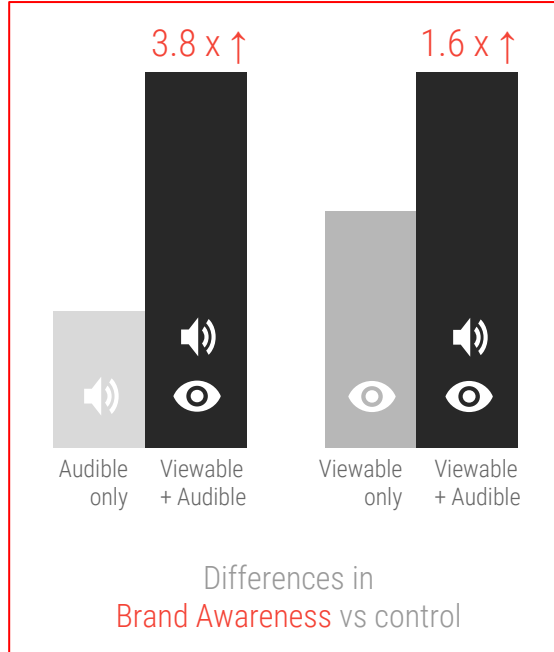
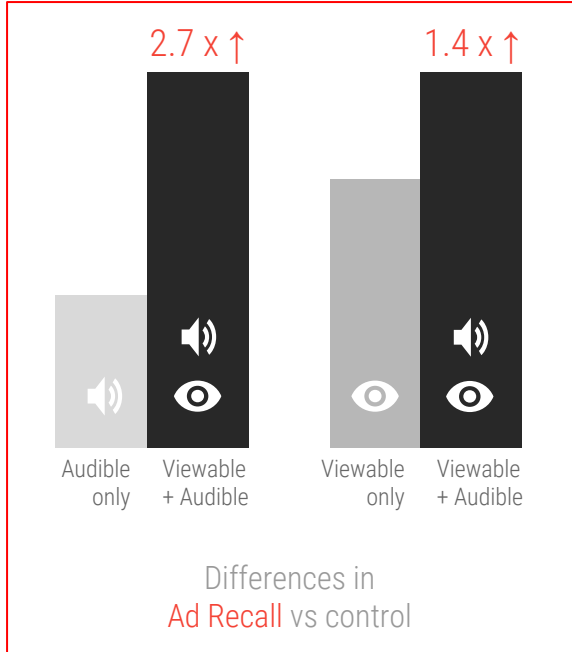
95%

Industry Avg.



66%

VISIBLE + AUDIBLE = MAYOR IMPACTO



61%

de los usuarios de YouTube
mayores de 18 **deciden las
compras del hogar**



Cerca de la mitad

de los usuarios de YouTube

han conocido marcas / productos / servicios con los anuncios de la plataforma



1 de cada 3

usuarios de YouTube
cree que las **marcas que ve**
en la plataforma son más creíbles
que las que ve en otro medios

A young woman with long brown hair is smiling and looking down at her smartphone. She is wearing a white top. The background is slightly blurred, suggesting an indoor setting. The overall image has a dark, semi-transparent overlay.

4 de cada **10**

usuarios de YouTube **ha visitado la página del anunciante o tiendas online** luego de ver anuncios en los videos de los creadores



1 de cada 4

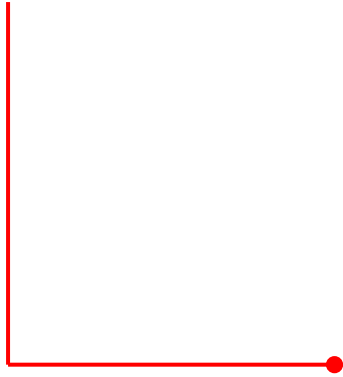
usuarios de YouTube, luego de ver **anuncios** en la plataforma, ha **comprado** alguno de los productos o servicios anunciados

3 de cada 10

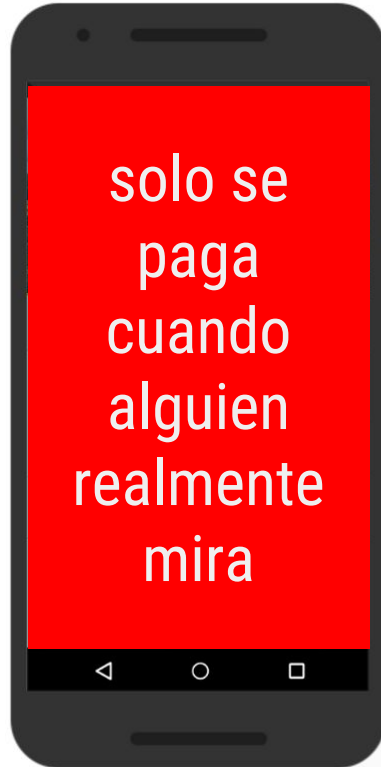
usuarios de YouTube buscan en la plataforma **para informarse de una compra antes** de realizarla



FORMATOS PARA GANAR LA ATENCIÓN



Pre-roll Skippable



+



Pre-roll de :06s

USOS DE BUMPERS PARA PROMOCIÓN

1// USOS DE BUMPERS PARA ANTICIPAR

2// BUMPERS PARA RECORDAR OFERTA LIMITADA

3// BUMPERS PARA HACER CROSS SELLING

4// BUMPERS COMO GRÁFICA AUMENTADA

▶ EJEMPLOS DE BUMPERS



DE JUEVES A DOMINGO

FELIZ DIÁ DEL NIÑO

40%
DE DESCUENTO

+12 CUOTAS SIN INTERÉS

CON EFECTIVO Y TODOS
LOS MEDIOS DE PAGO

EN TODA LA
JUGUETERIA™

COTO
Yo la conozco

OFERTA PROMOCIONAL DE: 1. APLICACIÓN DE TANTO 40% DE DESCUENTO DE PRODUCTOS DE CATEGORÍA JUGUETERIA EN TODAS LAS TIENDAS COTO. 2. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 3. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 4. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 5. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 6. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 7. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 8. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 9. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 10. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 11. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 12. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 13. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 14. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 15. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 16. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 17. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 18. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 19. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 20. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 21. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 22. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 23. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 24. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 25. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 26. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 27. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 28. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 29. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 30. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 31. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 32. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 33. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 34. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 35. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 36. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 37. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 38. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 39. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 40. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 41. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 42. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 43. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 44. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 45. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 46. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 47. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 48. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 49. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 50. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 51. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 52. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 53. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 54. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 55. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 56. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 57. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 58. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 59. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 60. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 61. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 62. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 63. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 64. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 65. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 66. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 67. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 68. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 69. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 70. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 71. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 72. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 73. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 74. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 75. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 76. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 77. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 78. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 79. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 80. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 81. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 82. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 83. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 84. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 85. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 86. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 87. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 88. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 89. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 90. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 91. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 92. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 93. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 94. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 95. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 96. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 97. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 98. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 99. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10. 100. CANTIDAD DE PRODUCTOS A LA VEZ: 10.

(CFT) 0,00% (CFTEA) 0,00%

EJEMPLOS DE BUMPERS



EJEMPLOS DE BUMPERS



Full-blown shine.

Chubby goes glossy with our new, liquid lip-plumping gloss. Just twist up to plump up—no mirror required.

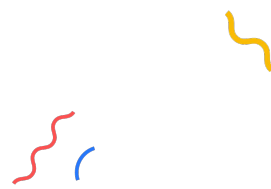
New, Chubby Pump & Shine Liquid Lip Plumping Gloss
clinique.com

CLINIQUE
Allergy Tested. 100% Fragrance Free.



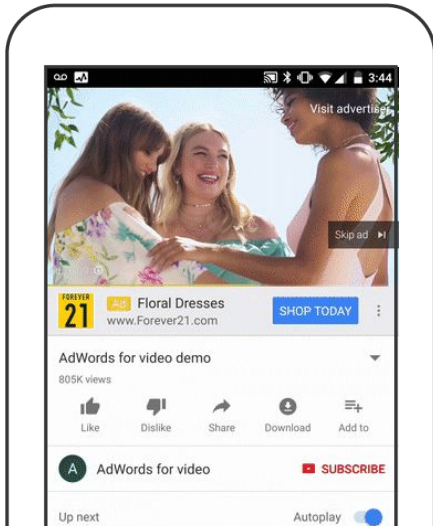
TrueView For Action: Forever 21

Utilizaron creativos comunicando descuentos especiales en categorías teniendo en cuenta las listas de remarketing y audiencias similares de búsqueda.



Creativo

FOREVER 21



Contexto

Forever 21 corre **campañas de Youtube** orientadas a las conversiones mediante listas de remarketing específicas en su sitio
Testing: TrV for Action in July '17

Objetivos

Aumentar el volumen de transacciones y número de aplicaciones a tarjeta de crédito de F21.

Resultados

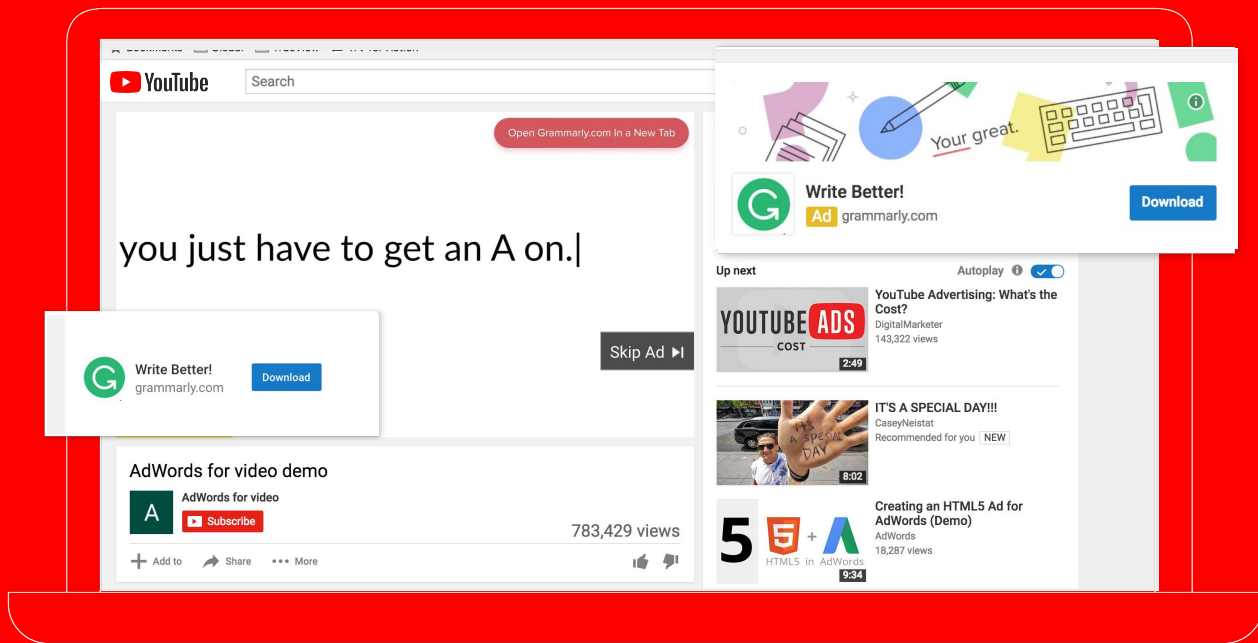
Disminución de CPA comparado al **TrueView** Instream regular.

Aumento de CTR comparado al **TrueView** Instream regular.



CALL-TO-ACTION

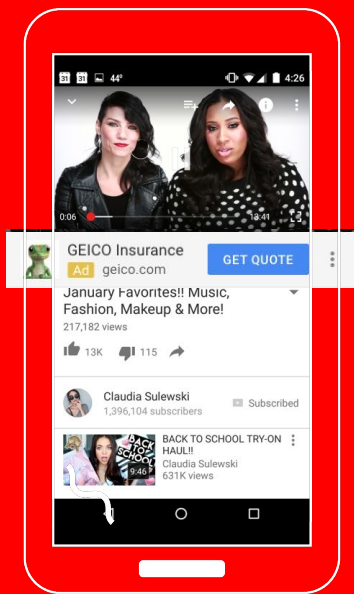
claros y concisos (desktop)



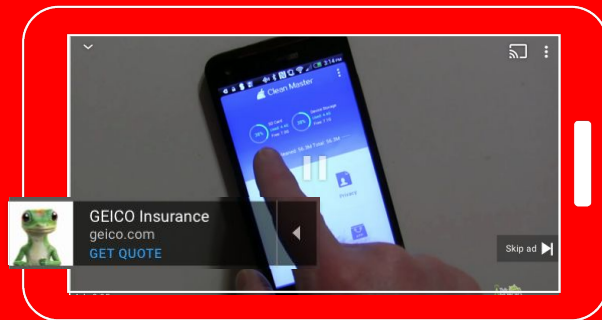
CALL-TO-ACTION

claros y concisos (mobile)

Mobile Portrait



Mobile Landscape



Mobile End Screen

