

¿Por qué usar videos? ¿Por qué usar YouTube?

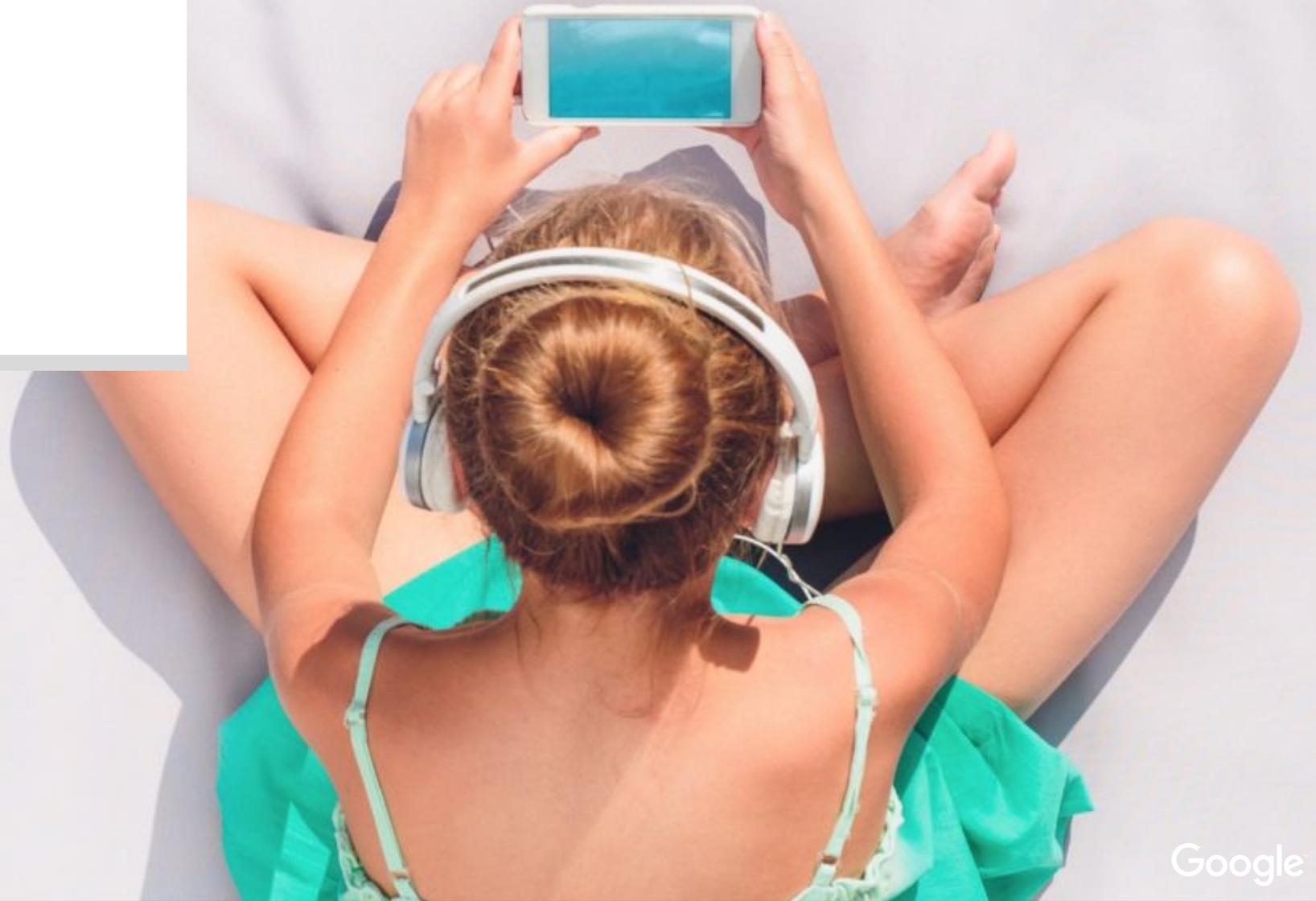
Preparación para el éxito

Presentaciones y manejo de objeciones

Recomendaciones para creatividades de YouTube for Action

¿Por qué **usar** **videos?**

¿POR QUÉ USAR
VIDEOS?



Hoy en día, tenemos
mayores posibilidades
de elección, control
y expectativas que nunca.

¡Todo se puede omitir!

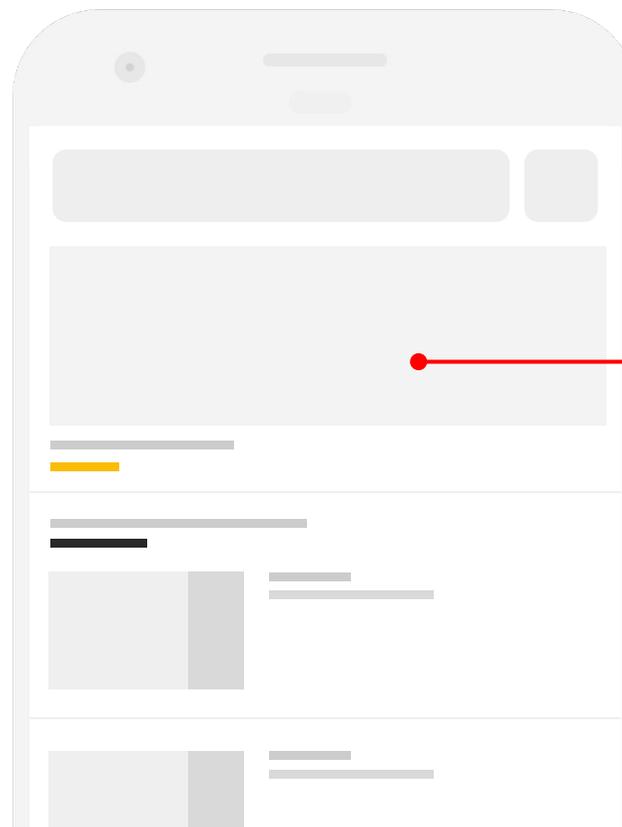


Lo que significa que
la atención se *gana*,
no se obtiene a la fuerza.

La manera en que las
empresas le hablan a su
público (la creatividad) es
más importante que nunca.

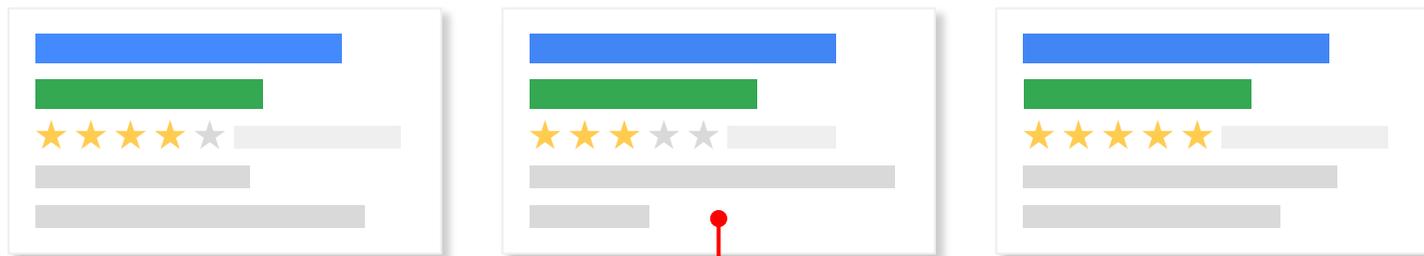


Cada segundo que los consumidores esperan a que una página de aterrizaje móvil cargue puede reducir las conversiones en un 20%¹



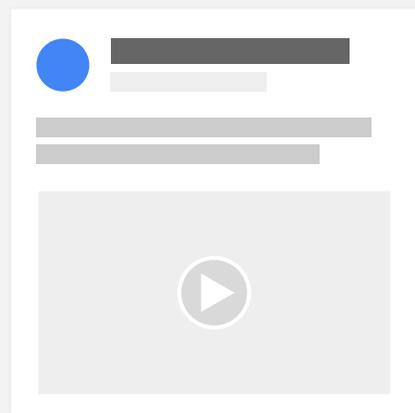
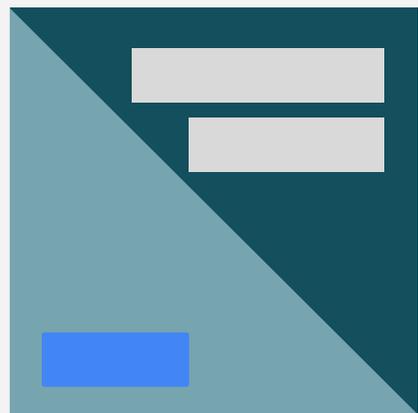
(Ésta es una pieza creativa)

Y la optimización de texto creativo puede **aumentar significativamente los clics y conversiones**



(Ésta es una pieza creativa)

El Video es el medio creativo más poderoso para alcanzar y ganar clientes nuevos



PALABRAS

VISTA, SONIDO Y MOVIMIENTO

Por ejemplo...

Official Purple® Mattress Site - Explore The Science of Purple

www.purple.com/Purple-Mattress/Sleep-Science (888) 741-0843

The World's First No Pressure **Mattress**. You Deserve a **Purple**, Order Yours Today!

Made In USA. · Sleeps Cool · Free Shipping · Official Site · Stop Tossing & Turning

"I slept like a baby on the Purple mattress" – TopTenReviews



CIENCIA

Official Purple® Mattress Site - Explore The Science of Purple

Ad www.purple.com/Purple-Mattress/Sleep-Science (888) 741-0843

The World's First No Pressure **Mattress**. You Deserve a **Purple**, Order Yours Today!

Made In USA. · Sleeps Cool · Free Shipping · Official Site · Stop Tossing & Turning

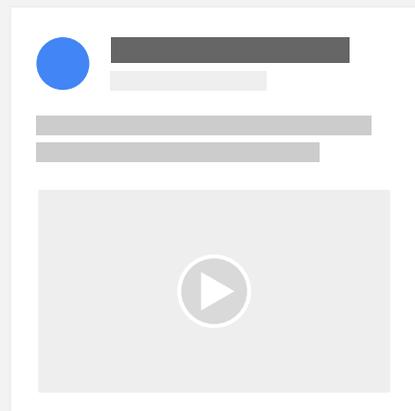
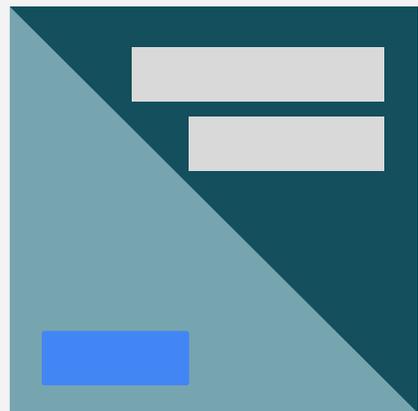
"I slept like a baby on the Purple mattress" – TopTenReviews

VS



ARTE

De hecho, solemos pensar que hay un quiebre



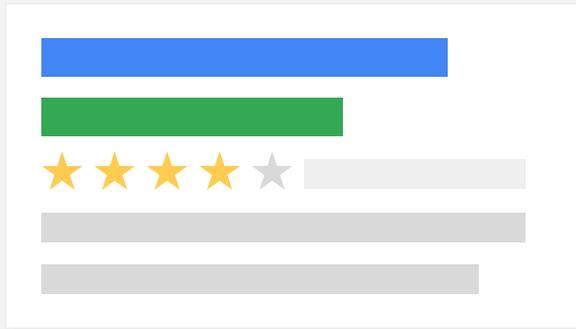
'CIENCIA'

- MAYOR PRECISIÓN
- "Performance"

'ARTE'

- MÁS PODEROSO
- "Branding"

Pero ahora combinamos lo mejor de ambos



LA PRECISIÓN DE
LA BÚSQUEDA



EL PODER
DEL VIDEO

Aprovechando las señales de intención en todo Google...

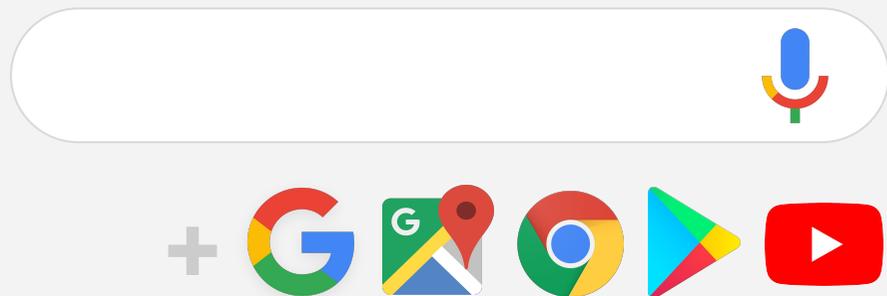


LA PRECISIÓN DE
BÚSQUEDA



EL PODER DE
VIDEO

Brindando a la gente más formas de accionar desde los anuncios de video...

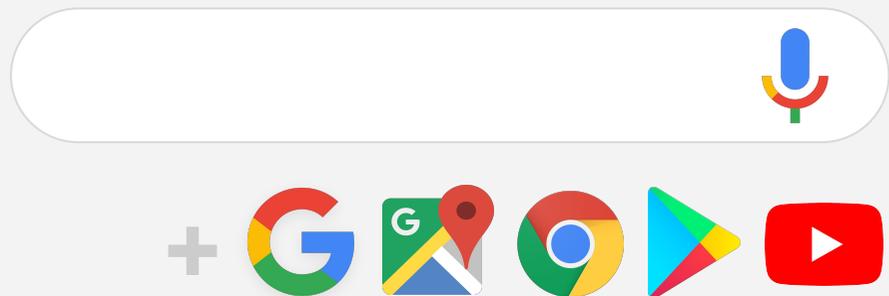


LA PRECISIÓN DE BÚSQUEDA



EL PODER DE VIDEO

Y mejorando las herramientas de medición/ optimización.



MEDICIÓN CROSS PLATAFORMA/DISPOSITIVO MEJORADA
AUTOMATIZACIÓN DE PUJA CPA OBJETIVO

Esto alinea los elementos clave necesarios para que el video **conduzca al desempeño**:



Alcanzar a la gente correcta basados en su intención...



Ganar la atención de tu audiencia y darles una forma de accionar.



Optimizar a través de las métricas de éxito y medir para probar que funciona.

Esto alinea los elementos clave necesarios para que el video **conduzca al desempeño**:



Alcanzar a la gente correcta basados en su intención...



Ganar la atención de tu audiencia y darles una forma de accionar.



Optimizar a través de las métricas de éxito y medir para probar que funciona.



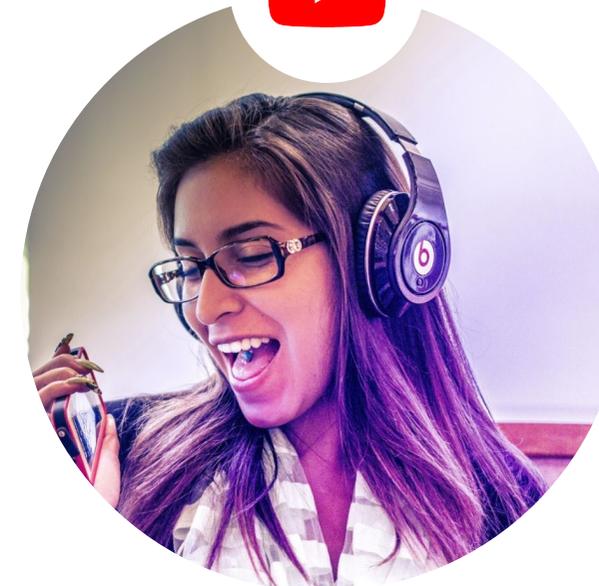
Afinidad mejorada
+ En el Mercado



Audiencias
personalizadas basadas
en Intención



Eventos de Vida



Patrones de Consumidor

Esto alinea los elementos clave necesarios para que el video **conduzca al desempeño**:



Alcanzar a la gente correcta basados en su intención...



Ganar la atención de tu audiencia y darles una forma de accionar.



Optimizar a través de las métricas de éxito y medir para probar que funciona.

CRUCEROS PULLMANTUR

MASTERCLASS

GORDON RAMSAY
TEACHES COOKING

RESERVA YA

REGÍSTRATE YA

50%

CTR más alto

4X

Porcentaje de Conversión

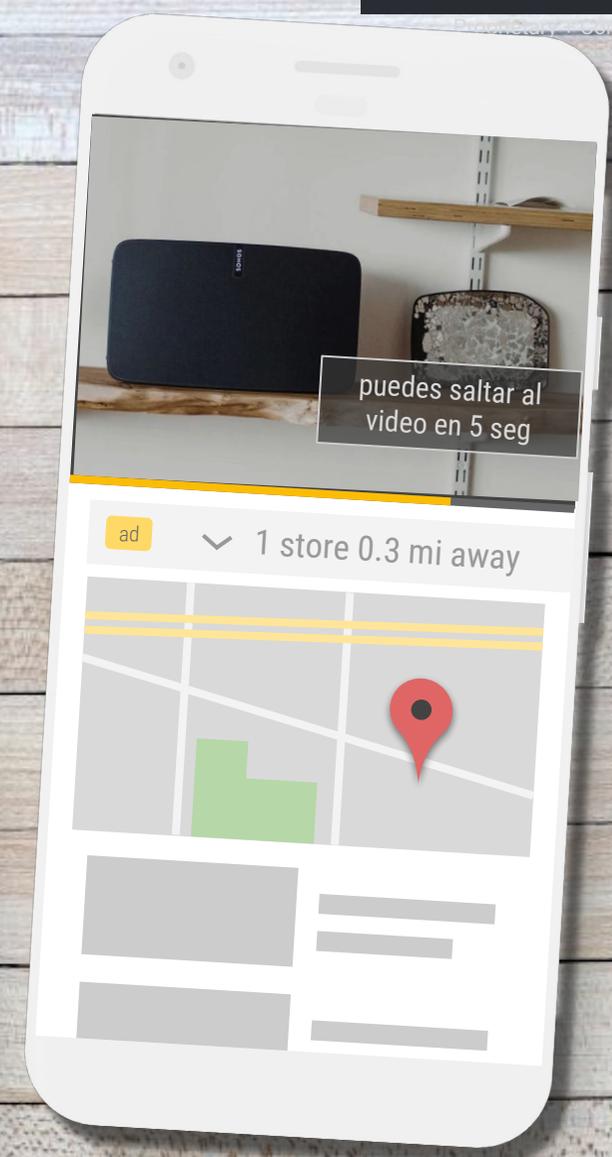
104%

CTR más alto

-24%

Costo-por-Adquisición

TrueView para acción/ Extensiones de Ubicación



Esto alinea los elementos clave necesarios para que el video **conduzca al desempeño**:



Alcanzar a la gente correcta basados en su intención...



Ganar la atención de tu audiencia y darles una forma de accionar.



Optimizar a través de las métricas de éxito y medir para probar que funciona.

Tradicionalmente usamos las vistas para medir el éxito en YouTube



de Personas que
vieron tu anuncio de
video



\$X

Costo-por-visualización
promedio

Ya hemos mejorado nuestro Seguimiento de Conversión en YouTube...



Medición cross
dispositivo



Medición cross
YouTube web y
aplicación

Cuando medimos Performance en Video, medimos y optimizamos a través de conversiones



de usuarios que dieron clic y convirtieron



de usuarios que vieron y convirtieron

\$X *CPA promedio*

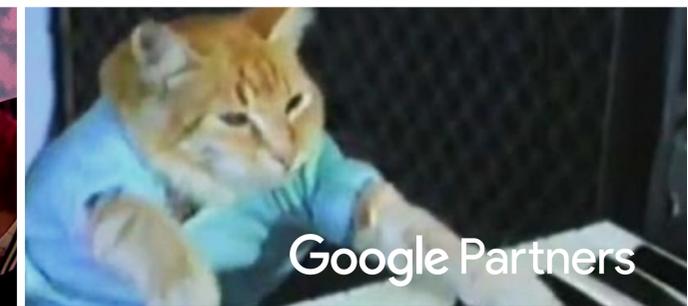
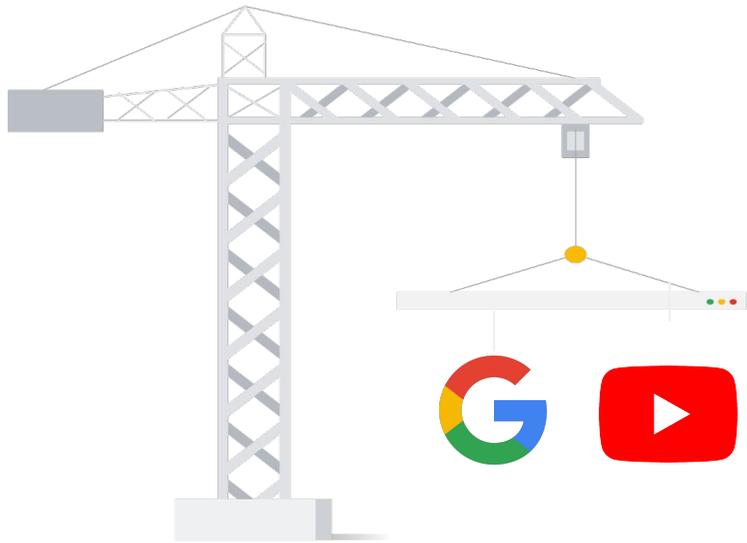


Usa machine learning para encontrar más conversiones con CPA objetivo



Columna de "Conversiones"

Cómo hacemos que video funcione para Performance:



Cómo hacemos que Video funcione para performance:



Hablar con las
personas correctas.



Ganar su atención y
darles una forma de
accionar.

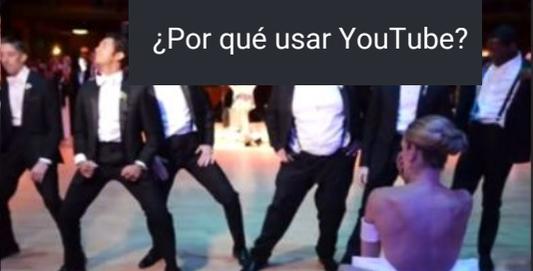


Probar que funciona
y optimizar a través
de las métricas de
éxito.

¿Por qué usar YouTube?

¿Por qué usar YouTube?





¿Por qué usar YouTube?

YouTube cuenta con un público muy amplio que mira un contenido muy diverso...

- ▶ Se suben **más de 400** horas de video cada segundo
- ▶ **1,800 millones** de personas miran un total de **1,000 millones de horas por día**
- ▶ El usuario promedio mira más de 1 h por día solo en dispositivos móviles; el **60%** de las vistas ocurren en dispositivos móviles
- ▶ En un día promedio en EE.UU., los adultos de 18 a 49 años de edad pasan más tiempo en YouTube que en cualquier otra red de TV.



Información confidencial de Google



Google

Sin embargo, todos los usuarios llegan a la plataforma con la misma intención:

Mirar videos de calidad. Punto.



Evidencia de que
prestan atención:

 **95%**

 **95%**
sonoridad
de anuncios

Compare esa visibilidad con el promedio de la industria, del 66%, o con algunas plataformas sociales, que ofrecen apenas un 30%

La existencia del **botón Omitir** fuerza a los anunciantes a ganarse la atención del público.



podrá saltar al video en 5 s

A light gray smartphone frame with rounded corners, a camera lens on the top left, and a speaker grille at the top center. The screen area is a dark gray rectangle containing white text.

Cómo posicionamos Performance en YouTube

Paso 1: Llegue al público de máxima intención con TrueView for Action y CPA objetivo

Llegue a los usuarios más propensos a realizar una conversión



Audiencias personalizadas basadas en intención, Remarketing, otras audiencias basadas en intención

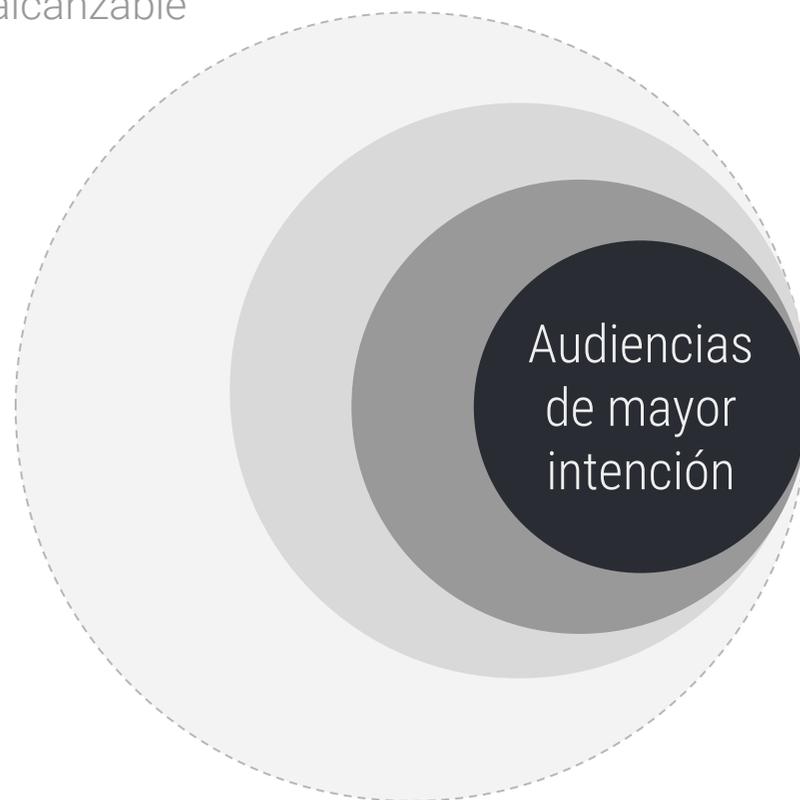
Genere acciones inmediatas en YouTube



TrueView for Action + Oferta de CPA objetivo

Paso 2: Expanda su alcance y convierta nuevos clientes dentro de su CPA objetivo

Audiencia alcanzable
total



¿Qué clientes podrían ser una buena cuenta piloto?

- ▶ Tienen activos de video o están dispuestos a crearlos.
- ▶ Ya maximizan campañas de Búsqueda y Display.
- ▶ Necesitan llegar a nuevos clientes para crecer.
- ▶ Están dispuestos a hacer pruebas a corto plazo para obtener ganancias a largo plazo.
- ▶ Tienen un porcentaje de conversiones medio/alto (es decir, no venden artículos demasiado caros); se recomienda un mínimo de 50 conversiones por semana.