



Imázskampány videóhirdetésekkel a Cerbona Night müzliszelet bevezetéséhez a Google tartalmi hálózaton



Az ügyfél

Cerbona Zrt. Székesfehérvár
www.cerbona.hu

100%-ban magyar tulajdon, éves árbevétel 12 milliárd forint, piacvezető a müzli és müzliszelet kategóriákban a hazai piacon.

Ügynökség: WebMa

A kampány céljai

A Cerbona Night müzliszelet ismertségének növelése az aktív internetező fiatal felnőttek körében, a célcsoport aktivizálásával és bevonásával. Ezen kívül a Cerbona márka megújítása a fiatalok körében újszerű, integrált onlinemarketing-megoldásokkal, költséghatékonyan és mérhetően.

A megoldás

Videóhirdetések a Google tartalmi hálózaton, kontextus alapú és webhelyre célzott kampányokkal.

Eredmények

68 ezer videolejátszás (felhasználó által kezdeményezett) 10 forint alatti lejátszásonkénti költséggel, mintegy 15 ezer kattintás a kreatívokra, a korábbi látogatás szám ötszöröse a Cerbona.hu oldalon.

A székesfehérvári székhelyű Cerbona Zrt. piacvezető a müzli és müzliszelet kategóriákban a hazai piacon. A müzliszeletek kommunikációja korábban a funkcionális termék előnyökre (gabona alapú élelmiszer mézzel, gyümölcsökkel) épült, a célcsoport fiatalokkal való bővítéséhez azonban szükség volt márkakommunikáció emocionális oldalról történő megközelítésére.

A korábbi években a TV-reklám, a nyomtatott sajtó, plakáthirdetések és online eszközök egyaránt megtalálhatóak voltak a vállalat eszköztárában a müzliszeletek népszerűsítése során. Az újonnan bevezetett Cerbona Night müzliszelet célcsoportja (18-35 éves, ABC státuszú férfiak) és a számukra új üzenet miatt azonban az eddigiektől eltérő marketingmegoldásokra volt szükség. Mostanra előtérbe kerültek az online marketing eszközök, kiegészítve egyéb promóciókkal.

„A videobanner-kampányhoz azért a Google hirdetési hálózatát választottuk, mert a kreatív médiahasználaton túl költséghatékony és precízen mérhető”

- emelte ki Vajda Éva, a kampányt készítő cég vezetője.

„Igyekeztünk a Google AdWords nyújtotta megjelenési és targetálási lehetőségeket maximálisan kihasználni. A tartalmi hálózatra készítettünk külön webhelyre célzott és szövegkörnyezet alapján célzott kampányokat, azokat pedig tematika szerint (például nyereményjáték, tréfás videók) osztottuk fel hirdetécsoportokra. A webhelyre célzott kampányoknál a játékkal, humorral és utazással kapcsolatos oldalakat, valamint a videomegosztókat és a közösségi tartalmakat céloztuk meg. A lehető legnagyobb lefedettség érdekében minden szabványos méretben elkészítettük a kreatívokat.”

A videobanner-hirdetésekkel, a kampány céloldalaként szolgáló microsite-tal és a bloggal a fő cél a Cerbona Night márka bevezetése, a márkaismertség növelése volt. A célcsoport bevonását és aktivizálását nyereményjátékokra történő regisztrációval, saját készítésű videók megosztásával (YouTube) és szavazásokkal értük el. A márka ismertségének növelése szempontjából a hirdetésekbe ágyazott videó végignézése is sikeres konverciónak számított.

A Google AdWords hirdetési program

A Google AdWords™ egy teljesítmény alapú hirdetési rendszer, amely költséghatékony és teljes egészében mérhető hirdetési megoldást kínál kisvállalkozóknak és multinacionális vállalatoknak egyaránt. A kattintás alapú elszámolás révén a hirdető csak a hirdetésekre érkező kattintásokért fizetnek. A keresőhirdetésekkel a potenciális ügyfelek pontosan abban a pillanatban érhetők el, amikor azok a hirdetett termékre vagy szolgáltatásra keresnek a Google vagy a partnerhálózat keresőiben.

További információ:
www.google.hu/adwords

A tartalmi hálózat

Az AdWords programmal a hirdetések nemcsak keresőkben, hanem a megjelenítő partnereink weboldalain is futtathatók. A tartalmi hálózaton a szöveges hirdetések túl többféle egyéb formátumban jeleníthetők meg kreatívok – kattintás és megjelenés alapú árással egyaránt.

Videohirdetések

A Google tartalmi hálózatán kattintás vagy megjelenés alapú árással legfeljebb kétperces videohirdetések is futtathatók – minden szabványos méretben. A videó a felhasználó által indítható el és játszható újra. Az átfogó jelentések segítségével a kreatívok megjelenésén és a kattintásokon túl mérhető a lejátszások száma, ideje és egyéb paraméterek is.

Google Analytics

Ingyenes webanalitikai program, amely segítségével mérhető a weboldalra érkező forgalom, látogatók interakciója a weboldallal valamint az online marketing megoldások megtérülése.

„A kattintás alapú árazási modellnek köszönhetően a kreatívokba ágyazott videók megtekintése nem került pénzbe, csak a céloldalra érkező látogatókért fizettünk. A kampányköltségét a videók megtekintési számaira lebontva elmondhatjuk, hogy az egy videó megtekintésre jutó átlagos költség elhelyezésként változó, de minden esetben bőven 10 forint alatt volt. Ez, összehasonlítva más hirdetési lehetőségekkel, kimagaslóan kedvezőnek mondható.”

„A Google tartalmi hálózatán a célzott videohirdetések megjelenési száma a kampány hat hete alatt átlépte a tízmilliót; a Cerbona célcsoportja összesen mintegy 3500 különféle honlapon találkozhatott a kreatívjainkkal. Az egyik bannerünk a játékokkal kapcsolatos oldalakon közel nyolcszázszáz megjelentetés mellett 2,11 százalékos videolejátszási és 0,74 százalékos átkattintási arányt produkált.” A videohirdetések mellett képes és szöveges hirdetések is futottak.

„A microsite-on a látogatók aktivitását a Google Analytics programmal követtük nyomon, és segítségével összehasonlítottuk a Cerbona.hu oldal kampányidőszak alatti forgalmának alakulását a kampány előtti és utáni időszakokkal is.”

Az oldal látogatottsága a kampány ideje alatt a szokásos szint ötszörösére emelkedett. A látogatottság a kampány befejezése után, bármiféle aktivitás nélkül mintegy kétszerese a kampányt megelőző forgalomnak.



„A Google AdWords által nyújtott szolgáltatások és az eredményeket értékelő elemzések rendkívül hasznosnak bizonyultak a Cerbona Night müzliszelet bevezetésénél. Elsődleges célunkat, a Cerbona és Cerbona Night márkák ismertségének növelését a célcsoport körében, igen hatékonyan, kedvező költségek mellett tudtuk elérni.”

Sárik Ferenc, marketing vezető, Cerbona Zrt.
