

Эффективность рекламных онлайн кампаний на портале Яндекс.Музыка

Август 2011


Подготовлено для

The Yandex logo is presented within a white arrow-shaped graphic pointing to the right. The word "Яндекс" is written in a bold, sans-serif font, with the first letter "Я" in red and the remaining letters "ндекс" in black.

Яндекс

The Nielsen logo is displayed inside a white circular graphic. The word "nielsen" is written in a lowercase, blue, sans-serif font, with a horizontal line of seven dots positioned directly below the text.

nielsen



Детали рекламных кампаний Методология исследования
Результаты: влияние рекламы на основные показатели марки
Портал Яндекс.Музыка: посетители, частота посещения
Основные выводы

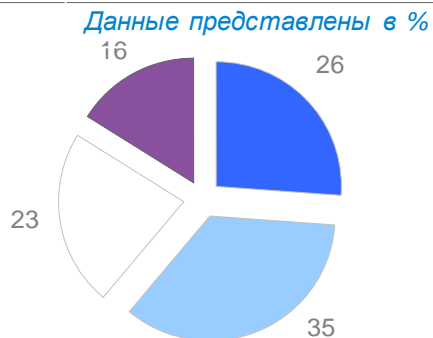
Рекламные кампании на портале Яндекс.Музыка

Методология исследования



- Компания Яндекс рассматривает возможность запуска нового формата рекламы на портале Яндекс.Музыка
- В рамках промо были проведены рекламные кампании нескольких категорий. Компания Nielsen оценила эффективность рекламных кампаний следующих категорий:
 - Автомобили
 - Страховые компании
 - Жевательная резинка
 - Дезодоранты для мужчин
 - Ноутбуки
- Сроки проведения рекламных кампаний:
 - Июнь-Июль 2011

- Сроки проведения полевых работ:
 - Июль 2011
- Целевая аудитория:
 - Мужчины/Женщины (50%/50%)
 - 18-54 года (квоты по возрасту репрезентируют посетителей Интернета в России)
 - Доход: средний и выше (определялся по шкале самоидентификации)



- Выборка состоит из 2-х подгрупп:
 - **Тестовая ячейка:** посетители портала Яндекс.Музыка в период проведения рекламных кампаний
 - **Контрольная ячейка:** непосетители портала
 - Опрошено ~500 респондентов в каждой подгруппе

Влияние рекламных кампаний на основные показатели марок



(1) ЗНАНИЕ МАРОК

Спонтанное знание марок

Когда Вы думаете о (КАТЕГОРИЯ), какие марки приходят Вам в голову?

БЕЗ ПОДСКАЗКИ

Знание марок с подсказкой

Посмотрите на список марок (КАТЕГОРИЯ), какие из следующих марок Вы знаете?

ПОКАЗЫВАЕМ СПИСОК МАРОК

(2) ЗНАНИЕ ОНЛАЙН РЕКЛАМЫ

Спонтанное знание рекламы

Рекламу каких марок (КАТЕГОРИИ/Я) Вы видели в интернете за последние 30 дней?

БЕЗ ПОДСКАЗКИ

Знание рекламы с подсказкой

Рекламу каких из перечисленных марок (КАТЕГОРИЯ) Вы видели в интернете за последние 30 дней?

ПОКАЗЫВАЕМ СПИСОК МАРОК

(3) СИМПАТИИ К МАРКЕ

Опишите, пожалуйста, Ваше общее мнение о каждой из перечисленных марок (КАТЕГОРИЯ). Насколько каждая из перечисленных марок Вам нравится или не нравится?

(4) ГОТОВНОСТЬ РЕКОМЕНДОВАТЬ

Насколько вероятно, что Вы порекомендуете или не порекомендуете каждую из перечисленных марок (КАТЕГОРИЯ)?

Эффект рекламы на Яндекс.Музыке

Общее спонтанное знание марок: рекламная кампания на портале позитивно повлияла на этот показатель (прирост выше, чем европейские нормы).

Разница между показателями в тестовой и контрольной группах

Средняя разница (выражен в %ных пунктах) = % по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе



Процентный прирост показателей в тестовой группе

Средняя прирост (выражен в %) = (% по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе) / % по показателю в контрольной группе



Прирост знания марок с подсказкой не такой значимый, как спонтанное знание ввиду высоких изначальных показателей.

Разница между показателями в тестовой и контрольной группах

Средняя разница (выражен в %ных пунктах) = % по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе



Процентный прирост показателей в тестовой группе

Средняя прирост (выражен в %) = (% по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе) / % по показателю в контрольной группе



Позитивное влияние рекламной кампании на спонтанное знание онлайн рекламы практически повторяет тенденции спонтанного знания марки

Разница между показателями в тестовой и контрольной группах

Средняя разница (выражен в %ных пунктах) = % по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе

3
 Европейские нормы* Средний прирост 5 категорий



Процентный прирост показателей в тестовой группе

Средняя прирост (выражен в %) = (% по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе) / % по показателю в контрольной группе

15
 Европейские нормы Средний прирост 5 категорий



Наибольшее влияние рекламная кампания на Яндекс.Музыке оказала на знание онлайн рекламы с подсказкой

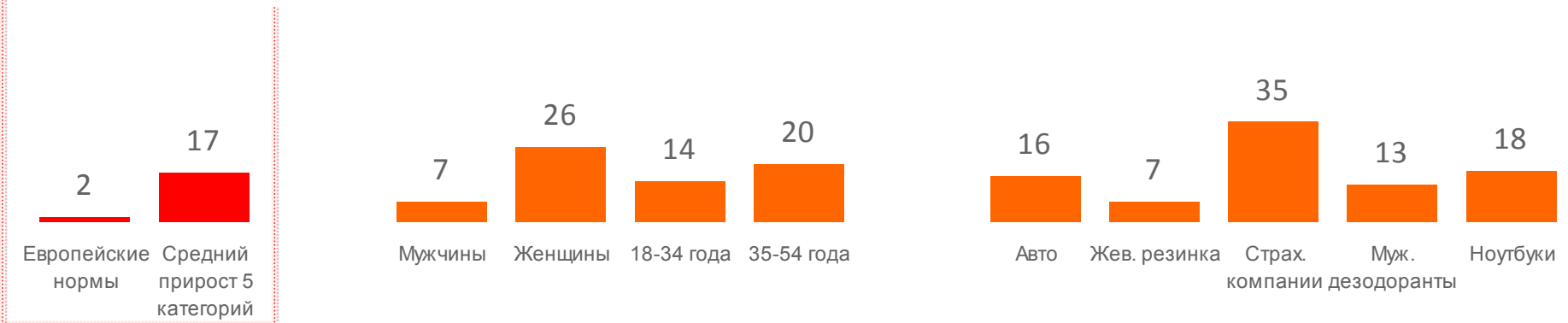
Разница между показателями в тестовой и контрольной группах

Средняя разница (выражен в %ных пунктах) = % по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе



Процентный прирост показателей в тестовой группе

Средняя прирост (выражен в %) = (% по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе) / % по показателю в контрольной группе



Взаимосвязь спонтанного знания марки и знания рекламы: Высокая запоминаемость рекламы ведет к значимому приросту показателя

СПОНТАННОЕ ЗНАНИЕ МАРОК

Разница между показателями в тестовой и контрольной группах

Средняя разница (выражен в %ных пунктах) = % по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе



Процентный прирост показателей в тестовой группе

Средняя прирост (выражен в %) = (% по показателю в тестовой группе - % по показателю в контрольной группе) / % по показателю в контрольной группе



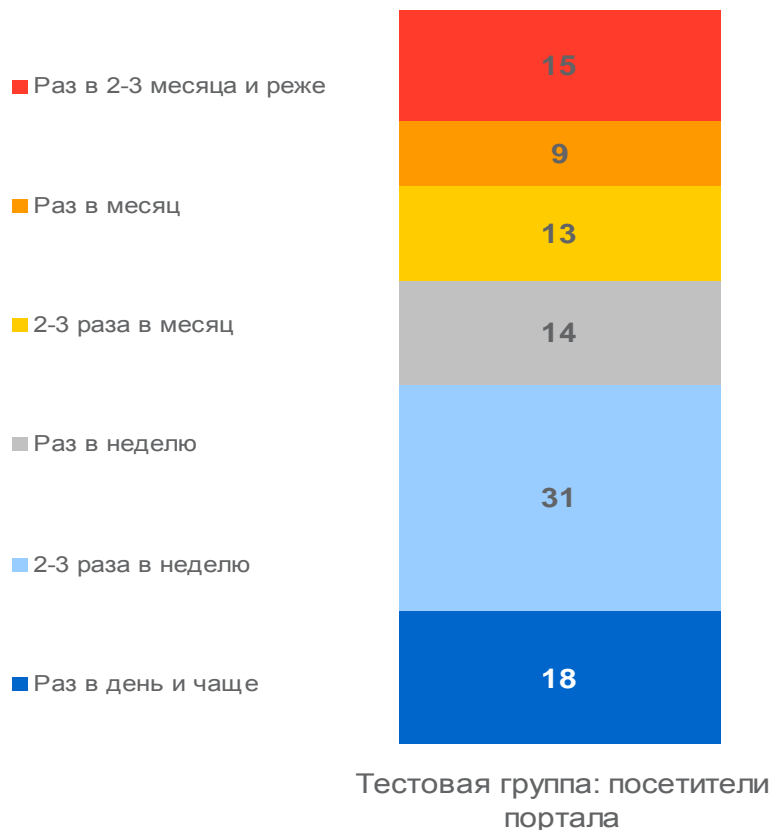
**Яндекс.Музыка:
частота и причины посещения
основное занятие и доход посетителей**



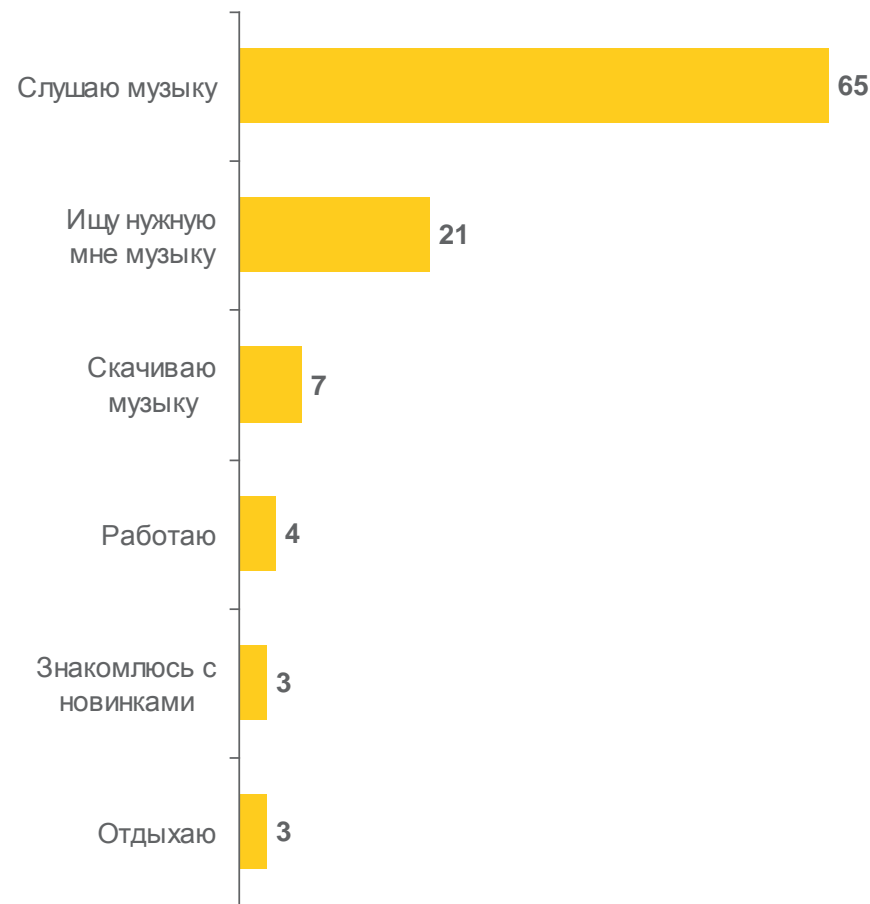
Портал Яндекс.Музыка: в среднем посетители заходят на портал около 9 раз в месяц. 63% из опрошенных посещают Яндекс.Музыку раз в неделю и чаще. Основное действие на портале – прослушивание и поиск музыки

Частота посещения

Средняя частота: **9,6 раз в месяц**



Основные действия при посещении портала



Посетители портала Яндекс.Музыка: основное занятие

Данные представлены в %



Посетители портала Яндекс.Музыка: доход посетителей портала выше,

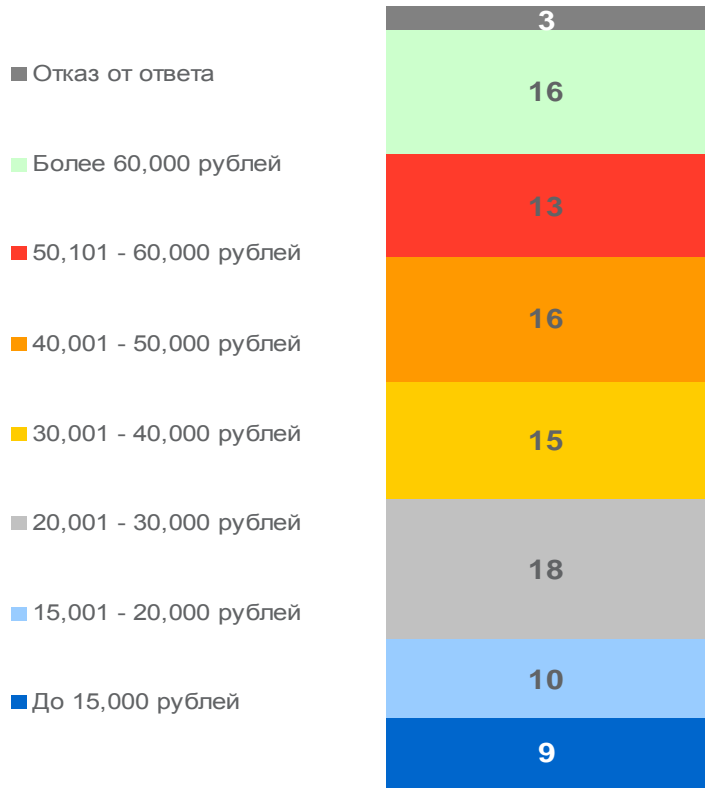
чем непосетителей

Данные представлены в %

Доход домохозяйства

Средний доход: **37,9 тыс.рублей в месяц**

Для сравнения средний доход домохозяйства среди не-посетителей портала составляет **34,8 тыс.рублей в месяц**

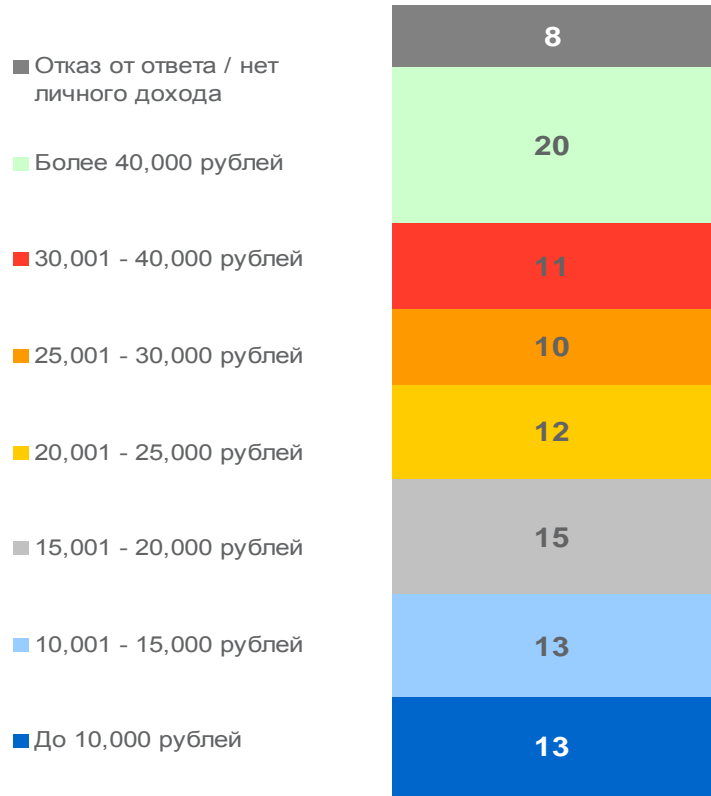


Посетители портала

Личный доход

Средний доход: **26,5 тыс.рублей в месяц**

Для сравнения средний личный доход не-посетителей портала составляет **24,7 тыс.рублей в месяц**



Посетители портала

(1) В целом рекламные кампании на портале Яндекс.Музыка оказали позитивное влияние на показатели здоровья рекламируемых марок:

- ✓ в среднем прирост показателей по 5 изученным категориям составил **12%**.

(2) Наиболее значимое позитивное воздействие на знание марок и онлайн рекламы отмечено в таких категориях как:

- ✓ **Страхование** – **82%** прирост спонтанного знания марки и **30%** – прирост спонтанного знания рекламы
- ✓ **Дезодоранты для мужчин** (предположительно, по причине удачной креативной составляющей кампании) - **26%** прирост спонтанного знания марки и **18%** – прирост спонтанного знания рекламы

(3) Больше всего от рекламных кампаний на Яндекс.Музыке выиграл показатель **знание рекламы** с подсказкой, что подтверждает способность нового формата рекламы делать её более запоминающейся.