



il video marketing è una delle pratiche di advertising più complete e influenti, tanto da far ricordare il marchio il 53% in più rispetto alle altre tipologie di pubblicità

E ricordiamo che YouTube è il secondo sito più visitato al mondo

Sempre più spesso scopriamo brand, prodotti e servizi tramite campagne di video marketing realizzate con YouTube e Google Ads. Quali sono i vantaggi per un inserzionista?

- Permette di veicolare traffico grazie alle visualizzazioni, basti pensare alla viralità dello strumento
- Gli annunci video costano meno perché il numero di competitor ad utilizzarli è minore
- Una campagna Google Ads video permette di scegliere un target d'utenza specifico

Ma come fare video advertising? Analizziamo i 4 principali formati video annunci che Google offre.

IN STREAM

Le video pubblicità che si visualizzano o prima, o dopo, o durante altri video. Alcuni si definiscono IGNORABILI perché è possibile skipparli dopo 5 secondi, altri invece sono NON IGNORABILI, durano massimo 15 secondi e non si possono skippare.

Dei video in stream solitamente si paga l'interazione dell'utente, vale a dire che l'inserzionista paga ogni qualvolta uno spettatore guarda il video per tutta la sua durata o interagisce con la pubblicità.

BUMPER

Sono video che possono essere visualizzati prima, dopo o durante la visione di un altro video. La differenza è che i video bumper sono molto brevi, durano 6 secondi, e si pagano ad ogni visualizzazione, ossia in base alle impressioni.

DISCOVERY

Appaiono solo nella home, tra i video correlati e i risultati di ricerca. Questi video vengono pagati a clic, vale a dire ogni volta che un utente li clicca per visualizzarli.

OUT OF STREAM

Sono gli unici video non disponibili su YouTube poiché specifici per i dispositivi mobile. Possono essere visibili come banner o annunci in feed e si pagano solo quando un utente riproduce il video.



Oggi siamo sempre più influenzati dal video advertising, per questo consigliamo di non sottovalutare il potenziale di questa tipologia di pubblicità. Non fatevi trovare impreparati e pianificate una strategia intelligente!

