

43% obiskovalcev do konca spremljalo oglas

V 21 dneh si je video oglas ogledalo 102.093 različnih uporabnikov, od tega več kot 43.000 v celoti.

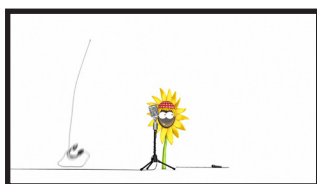
STRATEGIJA

Organizatorji študentske prireditve Škisova tržnica so se tudi letos obrnili na nas glede promocije dogodka, saj so bili v preteklem letu zelo zadovoljni z rezultati oglaševanja na spletnem mediju Podnapisi.NET.

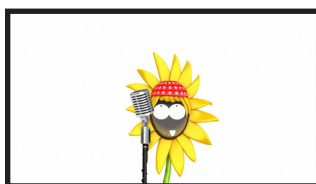
Za razliko od prejšnjega leta, ko je celotno oglaševanje potekalo v obliki oglasnih pasic, smo letos predlagali prestrezne celostranske video oglase. Organizatorji so bili za nov način oglaševanja zainteresirani in lotili smo se projekta.

DELOVANJE CELOSTRANSKIH VIDEO OGLASOV

Celostranski video oglasi so zgrajeni iz dveh delov. Prvi del je video oglas, drugi del pa predstavlja 5 sekund trajajoča oglasna tabla, ki obiskovalcu daje čas, da s klikom na oglas pride do dodatnih informacij o oglaševanem produktu.



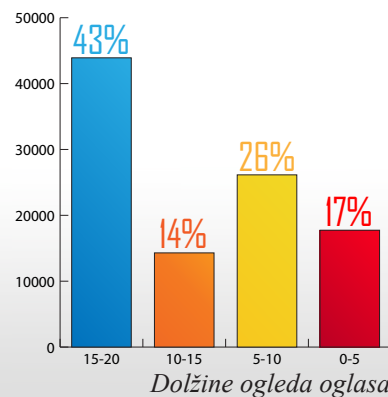
17 sekundni prestrezni celostranski video oglas



+5 sekundni premor

POTEK KAMPANJE

Oglaševalska kampanja je trajala 21 dni, vključno s 3 dnevni preizkusnim obdobjem, v katerem smo dodatno omejevali prikazovanje oglasa. Tekom akcije se je video oglas vsakemu obiskovalcu medija prikazal enkrat, prikazoval pa se je izključno uporabnikom z omogočenimi piškotki.



REZULTATI

Celostranski video oglas je bil prikazan **115.862** osebam, od tega je adserver zabeležil **102.093** prikazov. Do razlike 12% je prišlo, ker se v nekaterih primerih flash oglas ni naložil, ponavadi zaradi programov, ki blokirajo oglase. Ker oglas ni bil prikazan, se take oglase smatra kot neveljavne.

Če upoštevamo samo veljavne prikaze, si je oglas v celoti ogledalo kar **43%** obiskovalcev, od katerih jih je **4,8%** na oglas tudi kliknilo, v 21 dneh je tako na oglas kliknilo **4.884** obiskovalcev. CTR je bil tekom celotne kampanje bolj ali manj konstanten, šele proti koncu se je začel postopoma zniževati, kar lahko pripišemo dejstvu, da je zadnji dan kampanje prireditev bila že v teku.

Število dnevni prikazov je bilo sprva zelo nizko, saj smo oglas omejili zgolj na majhno skupino ljudi, da smo preverili delovanje oglasa. Po končani preizkusni dobi smo prikazovanje oglasa sprostili in po prvih dveh dneh je število prikazov nekoliko upadlo, a se je padanje kmalu umirilo.

Povprečno so obiskovalci oglas spremljali **11,29 sekunde**. Iz statistike je razvidno, da se je proti koncu kampanje povprečni čas ogleda začel rahlo nižati.

Celostranski video oglasi so se izredno izkazali na vseh področjih. Dosežen je bil tako visok delež ogledov celotnega oglasa, kot tudi visoko število klikov. Primer kaže, da je samodejno zaganjanje videa v obliki celostranskega oglasa z vključenim zvokom in sliko zmagovalna kombinacija.

Oglas si lahko ogledate na tej povezavi:

<http://www.podnapisi.net/advertisement/video-skisova2009>

Nad rezultati celostranskega video oglasa smo bili izredno pozitivno presenečeni. Zagotovo ga bomo še naprej uporabljali kot naše najmočnejše sredstvo.

Tamara Rozman | Vodja marketinga Škisove Tržnice

115.862 vseh prikazov oglasa različnim uporabnikom

102.093 veljavnih prikazov oglasa, ki jih je zabeležil adserver

43% (43.912) obiskovalcev oglas pogledalo do konca (veljavnih prikazov)

4.884 klikov na oglas

4,8% CTR (razmerje med kliki in veljavnimi prikazi)

11.29s Povprečno trajanje ogleda oglasa

75.875 različnih IP naslovov celotne kampanje

