

Висновки дослідження ефективності уваги аудиторії від dentsu Lumen research

Ерік Богнес, провідний консультант з
досліджень уваги аудиторії



Агенда

1. Чому увага має значення
2. Увага і аудіо
3. Що ми дізнались
4. Що далі



СІМЕЛ

РЕКЛАМА ЩО ПРИВЕРТАЄ УВАГУ

на основі предиктивного відстеження очей



Реклама має бути поміченою, щоб досягти результатів



Реклама має бути поміченою, щоб досягти результатів



70%

«видимої»
реклами
користувачі
не бачать*



Реклама має бути поміченою, щоб досягти результатів

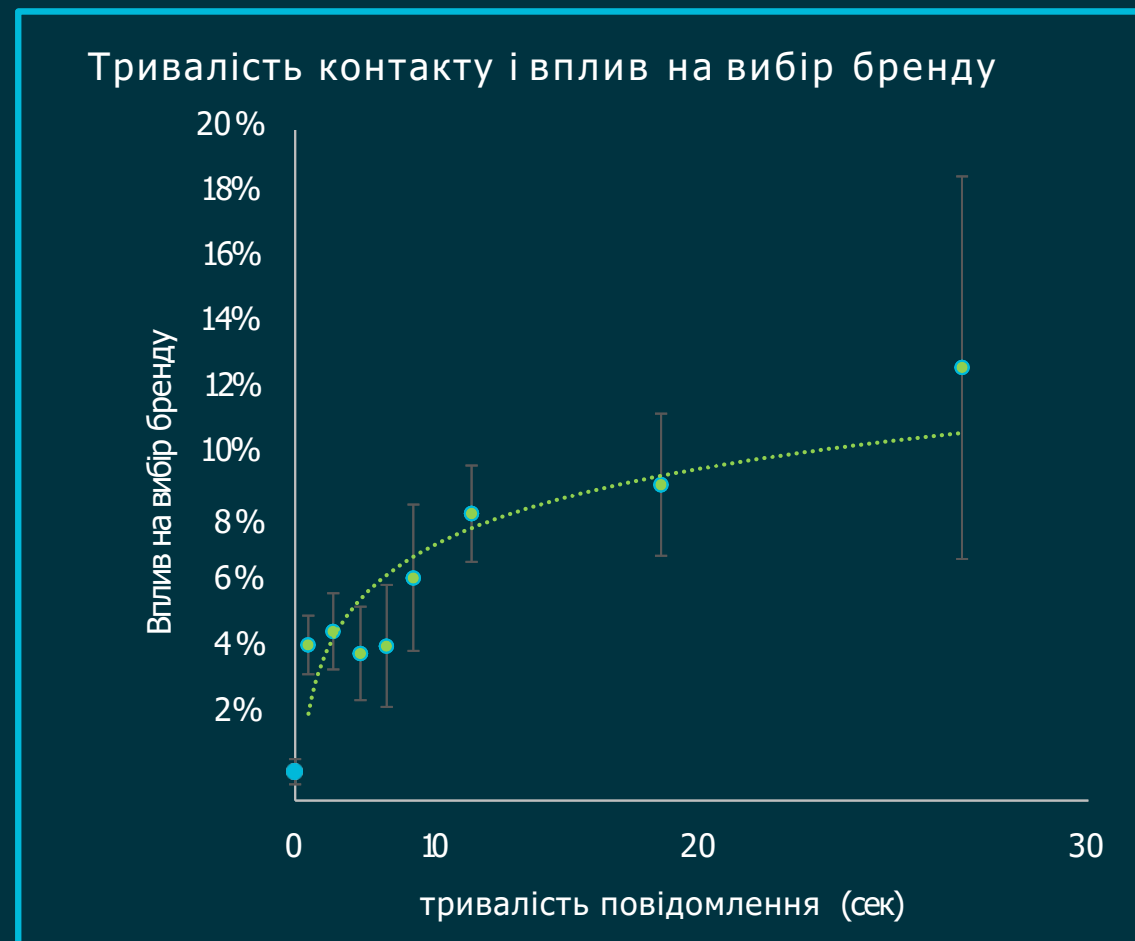
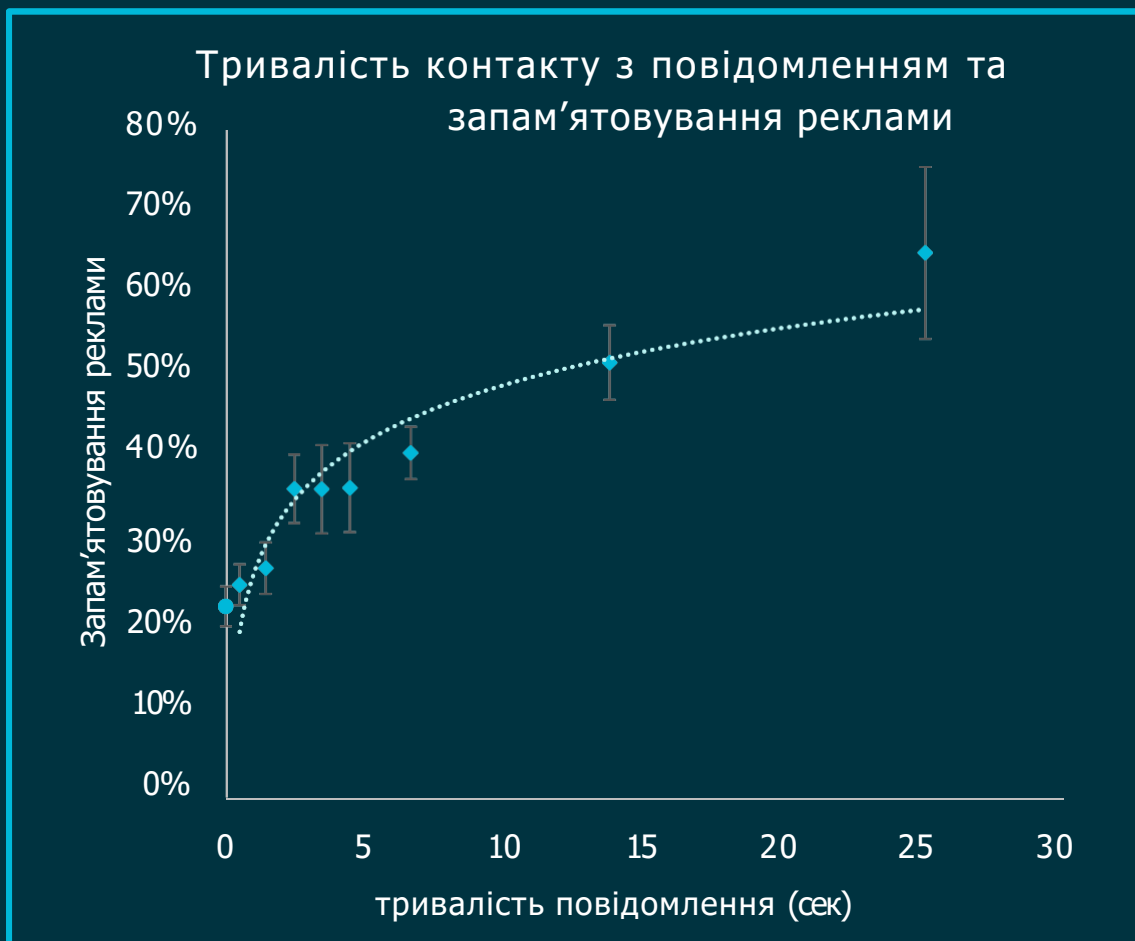


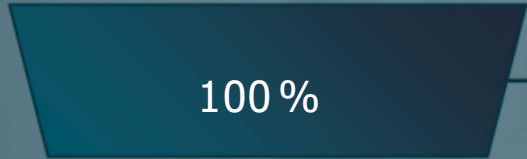
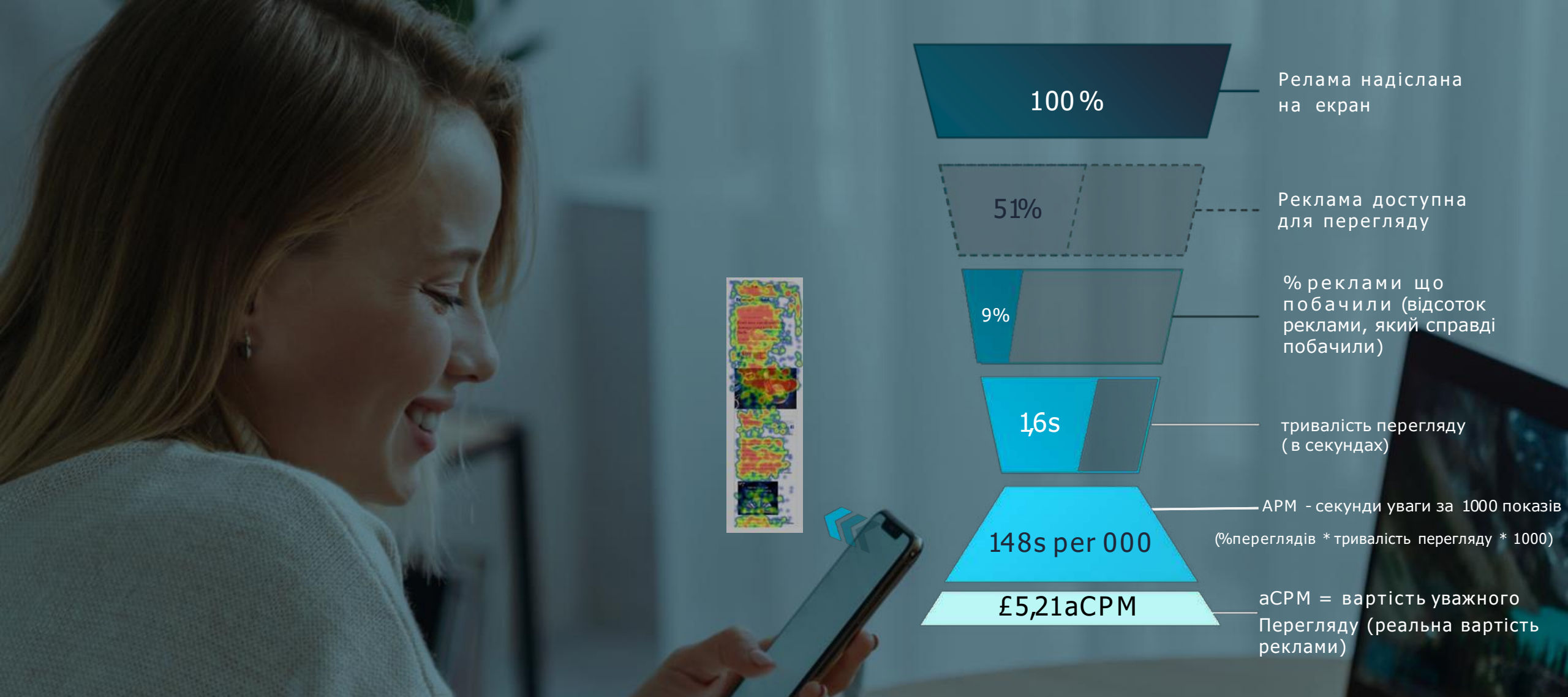
70%
грошей на
"видиму" рекламу
були витрачені
даремно



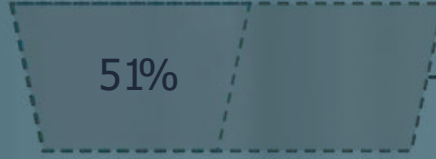
*Source: Lum en internal data, 1B+ impressions

Довша реклама - кращий результат





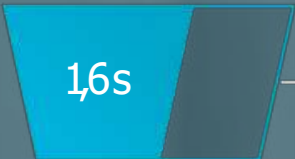
Реламa надіслана на екран



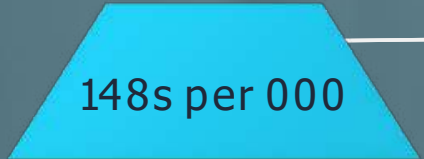
Реламa доступна для перегляду



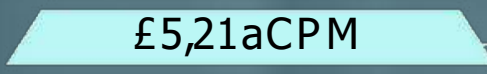
% реламы що побачили (відсоток реламы, який справді побачили)



тривалість перегляду (в секундах)



APM - секунди уваги за 1000 показів (%переглядів * тривалість перегляду * 1000)



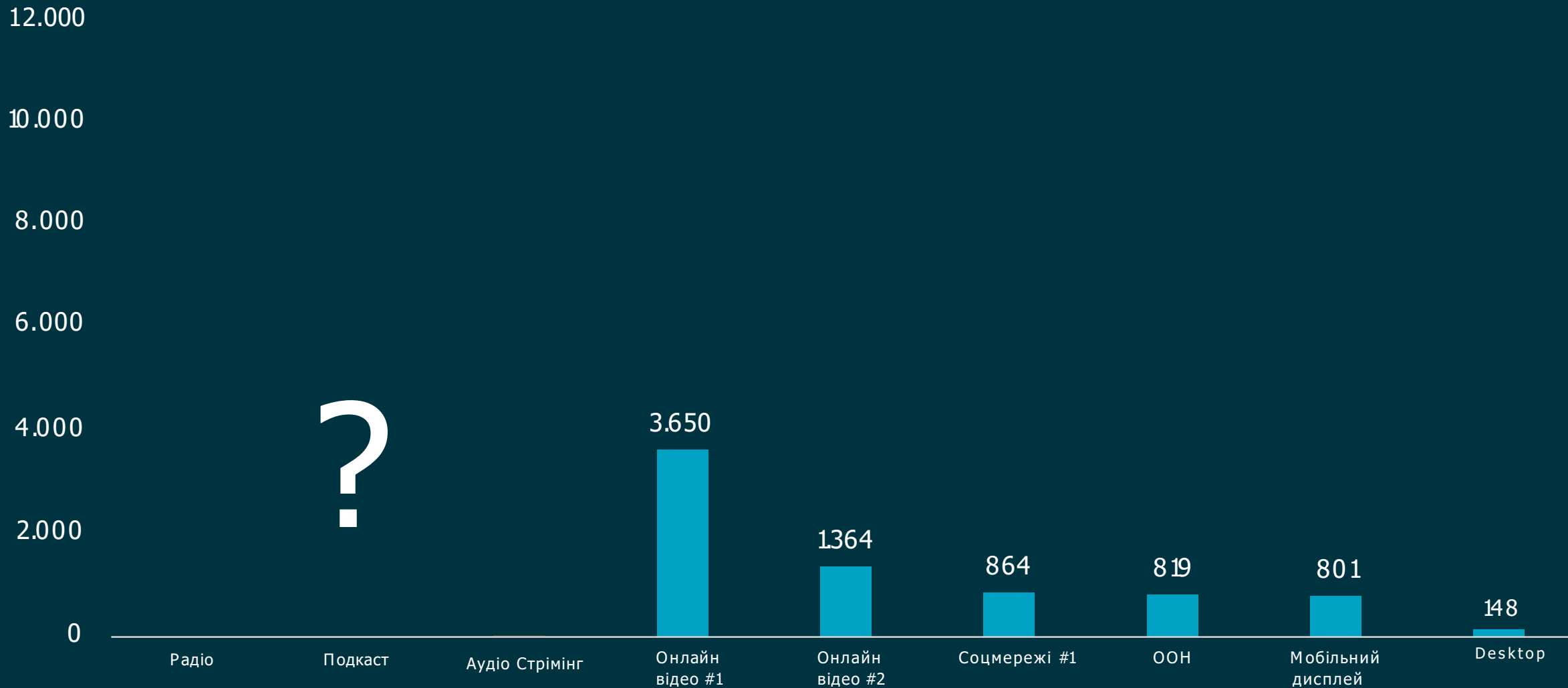
aCPM = вартість уважного Перегляду (реальна вартість реламы)

Представляємо Воронку Уваги



Комплексна перевага вимірювання реклами

секунд уваги на 1000 показів

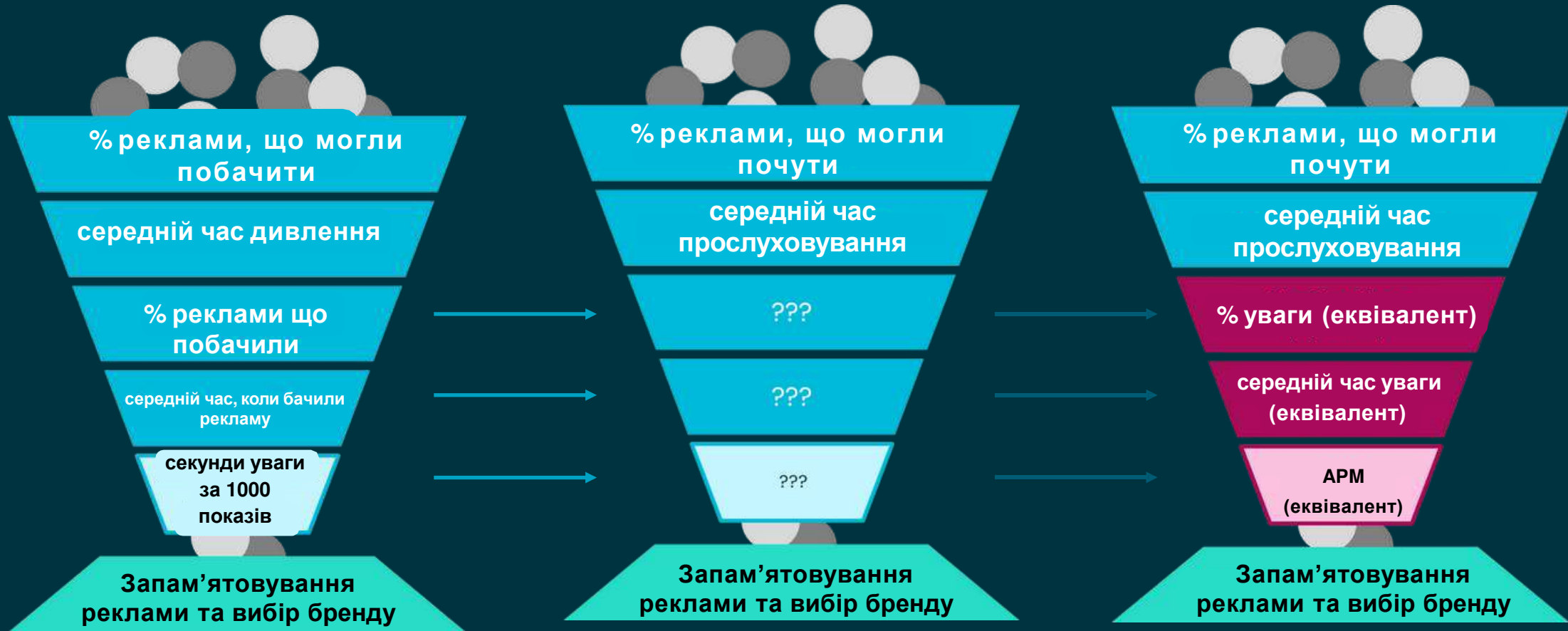


Генерація метрик уваги для аудіо

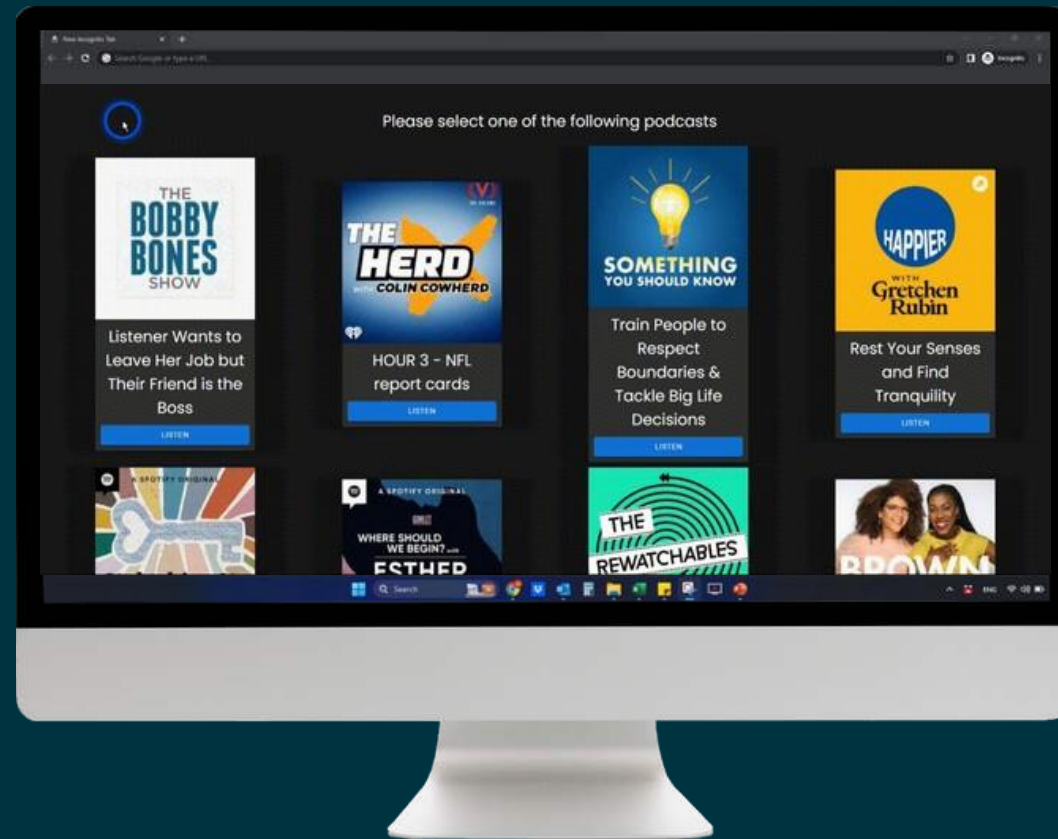
Показники, які ми знаємо з досліджень візуальної уваги

Показники, які ми знаємо з досліджень аудіальної уваги

Показники, які ми можемо створити на основі цих даних, щоб визначити еквівалент уваги до аудіо

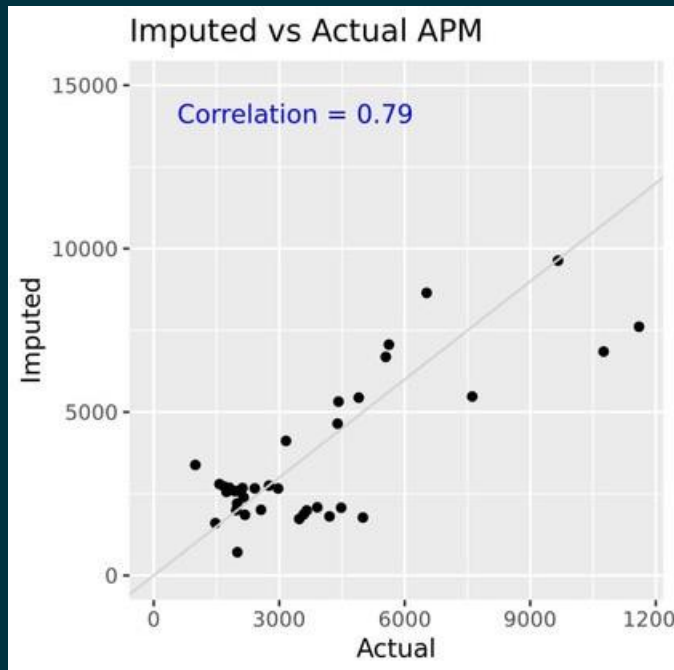


Перевірено в контексті



Аудіо увага визначається за кількома факторами

Валідація методології



Фактори, що впливають на показники уваги

- Тривалість контакту
- Запам'ятовування бренду
- Вплив на вибір бренду
- Примусово / добровільно*

Методологія: Множинна імплементація з використанням ланцюгових рівнянь

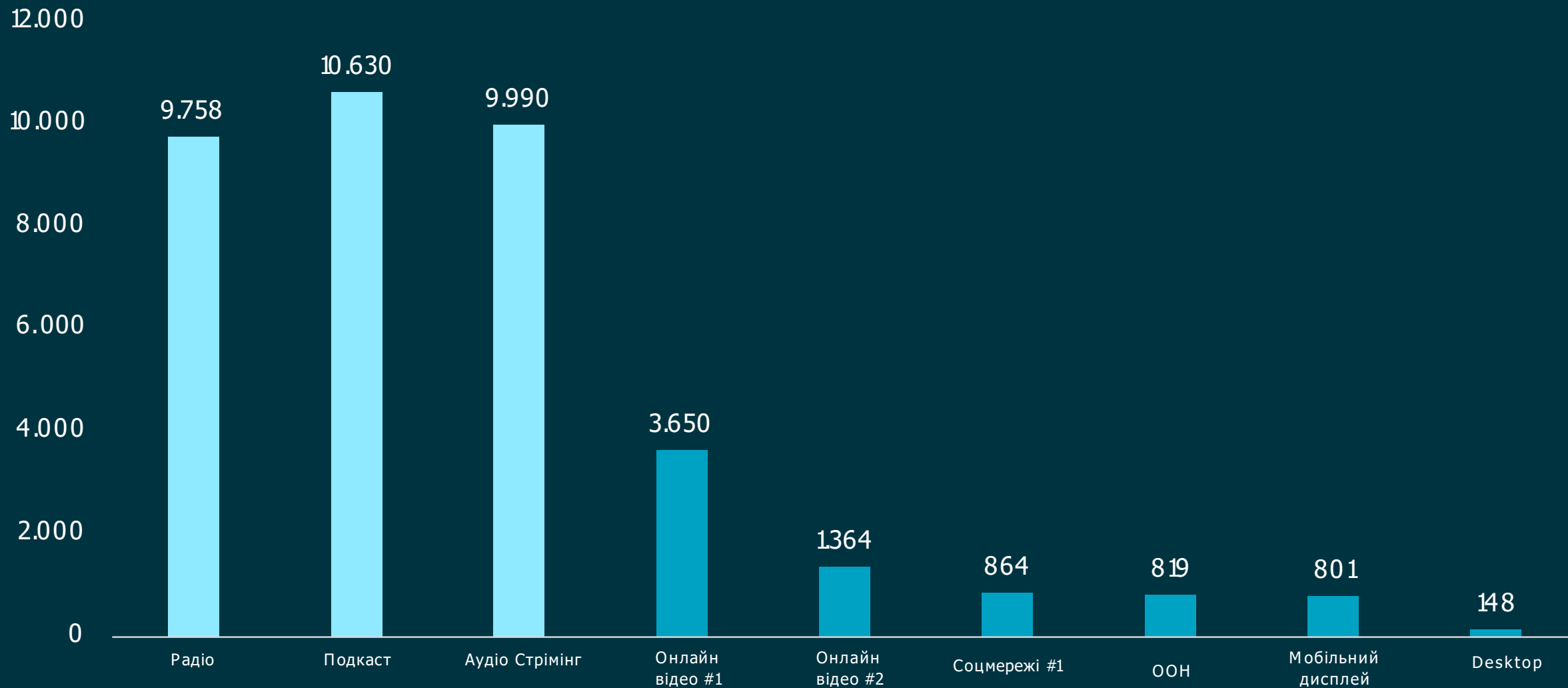
Похідні дані: 25 досліджень Lumen, 54 рекламних тестів, 5 375 показів відеореклами на мобільних пристроях.

*Примусова увага - це ситуація, коли аудиторія не має можливості пропустити показ реклами.

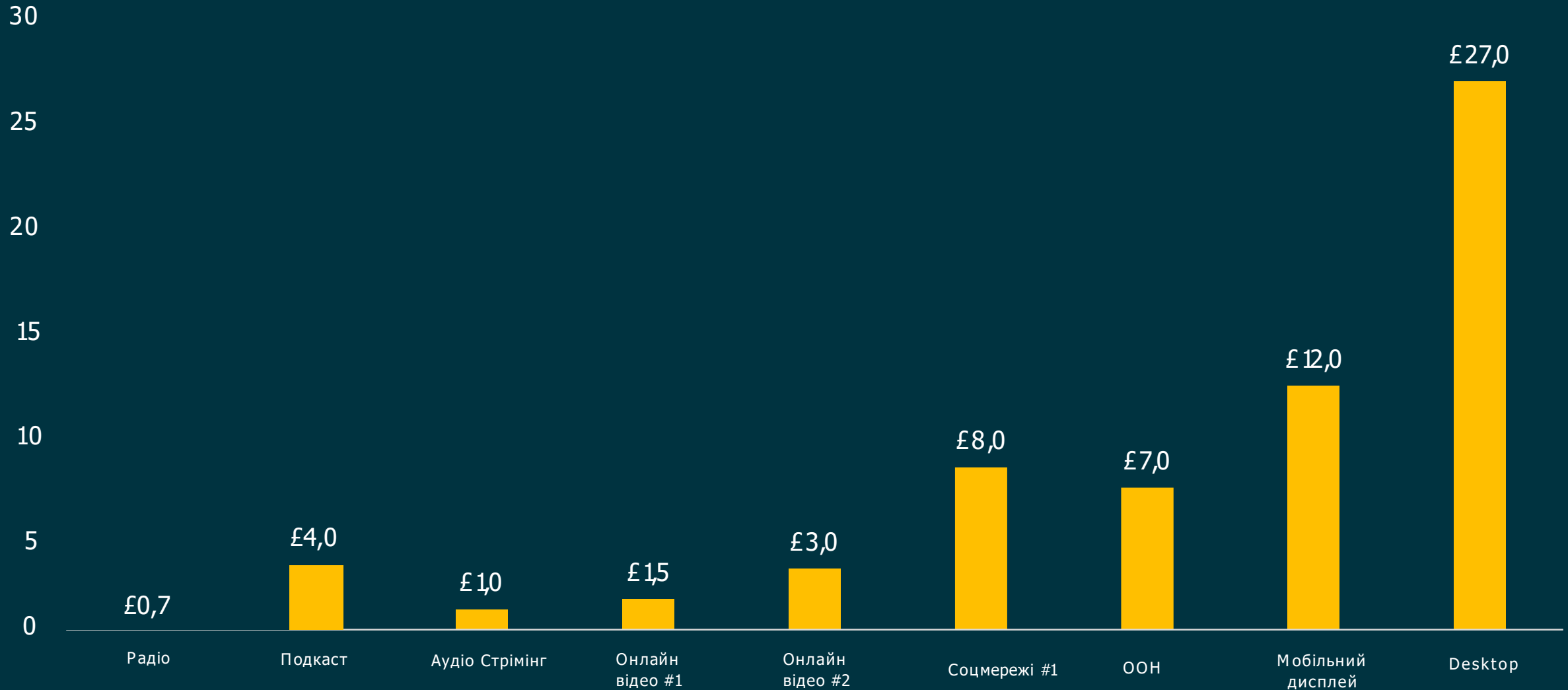
Добровільна увага - це коли аудиторія має вибір переглянути рекламу або пропустити її.



Секунди уваги на 1000 показів



Ціна за 1000 секунд уваги (aCPM)



Висновки

Радіо - це надзвичайно економічно ефективний спосіб достукатись до людей і досягнення результатів

Виклик

У нас є бенчмарки

Ми хочемо мати вимірювання

Нам потрібні дані рівня показів

Рекомендації

Об'єднайте наші дані уваги з вашими даними про результат, і переконайтесь самі



Дякую
Якись питання?

Зв'яжіться з нами:
Hello@lumen-research.com
Erik.Bogsnes@lumen-research.com

