

Google Display Ads



โอกาสสำหรับงานสร้างสรรค์

การโฆษณาแบบดิสเพลย์เป็นการโฆษณาที่เข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ และมีพัฒนาการจากที่ปรากฏครั้งแรกในปี 1994 มาก ทุกวันนี้ดิสเพลย์เข้าถึงผู้คนและทดลองใช้ภาพ เสียง และการเคลื่อนไหวด้วยวิธีที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดโอกาสและประโยชน์ใช้สอยในเชิงสร้างสรรค์มากมาย ได้เวลาคิดนอกกรอบและมองโฆษณาแบบดิสเพลย์ในฐานะรูปแบบ High Concept ที่มีช่วงเวลาขับเคลื่อนแบรนด์ของคุณตลอดทั้งอินเทอร์เน็ตแล้ว

แต่ก่อนอื่น วิธีการทำงานสร้างสรรค์ของการโฆษณาแบบดิสเพลย์

โฆษณาแบบดิสเพลย์ของ Google จะปรากฏเมื่อเล่นเว็บ ดู YouTube เช็ก Gmail หรือใช้แอปต่าง ๆ เทคโนโลยีโฆษณาที่ชาญฉลาดจะทำให้การสานสัมพันธ์มีความหมายมากขึ้น เพิ่มประโยชน์ใช้สอย การตอบสนองกัน และอีกมากมาย แถมยังสามารถเข้าถึงคนในอินเทอร์เน็ตได้ถึง 90%

หลักสำคัญ 4 ประการในการขับเคลื่อนดิสเพลย์:

ปรับขนาด ผู้ชม Google เป็นวิธีติดต่อกับคนกลุ่มใหญ่ที่ดีที่สุด โดยการใช้ตัวกรองหลายชนิดเพื่อค้นหาผู้คนที่คุณต้องการ ไม่ว่าด้วยความสนใจแบบใดหรืออยู่ที่ไหนในโลกก็ตาม

ความเร็ว. อัปเดตและเปลี่ยนงานสร้างสรรค์ภายในไม่กี่ชั่วโมง ทำให้ส่งสารได้ทันเวลาที่และมีความยืดหยุ่นทางแนวคิด

ความยืดหยุ่น. ไม่ว่าจะป็นอุปกรณ์ (มือถือ เดสก์ท็อป แท็บเล็ต ทีวี) หรือรูปแบบ (กำหนดเอง เนทีฟ อัจฉริยะ Gmail ปรับเปลี่ยนตามอุปกรณ์) แบบใด เนื้อหาที่ปรับตัวเข้ากับสถานที่แสดงผลในเวลาที่ใช้โหลดหน้าเว็บได้

ความคล่องตัว. ดึงมาจากสัญญาณและจุดข้อมูลเป็นล้านๆ จุดเพื่อส่งสารที่ใช้ให้กับผู้ชมที่เหมาะสมที่สุดในราคาที่เหมาะสมในแบบเรียลไทม์

ตอนนี้ลองจินตนาการว่าทั้งหมดนั้นสามารถทำอะไรได้เมื่อนำมาใช้กับแนวคิดดี ๆ

สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

ถึงการทำงานแบบเป็นโปรแกรม ประสิทธิภาพ และการทำงานอัตโนมัติจะสำคัญ แต่ไอเดียสร้างสรรค์เป็นแก่นที่สำคัญที่สุด คุณจะใช้ดิสเพลย์สร้างอะไรได้มากมายก็ต่อเมื่อคุณเข้าใจความเป็นไปได้เท่านั้น.

ตัวอย่างไม่กี่วิธีเพื่อให้เริ่มคิดเรื่องนี้ ได้แก่:

ยอมรับว่าข้อมูลสามารถทำอะไรให้กับแบรนด์ของคุณได้บ้าง

คุณจะมีผู้ชมได้รอบด้านจากข้อมูลเชิงลึก ยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับผู้ชมมากเท่าไร คุณก็ยังสามารถขัดเกลาแนวคิดเพื่อสร้างความสนใจและความบันเทิงให้กับผู้ชมได้มากเท่านั้น การสื่อสารให้ตรงใจผู้ชมมากขึ้นนั้นขึ้นกับผู้ชมของคุณเป็นใคร อยู่ที่ไหน และต้องการอะไร คุณเลือกได้ว่ามุ่งเน้นด้านใดด้านเดียว หรือหลายด้านผสมกัน เพื่อทำโฆษณาดีสเพลย์ที่ไม่เหมือนใคร

ใช้ดีสเพลย์เป็นหน้าต่างสำหรับช่วงเวลาที่สำคัญยิ่งกว่า

ดีสเพลย์คือที่สำหรับสร้างงานที่ตรงใจลูกค้าแบบสุดๆ ด้วยการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า นำเว็บไซต์ที่ลูกค้ากำลังตามหาเข้ามาใกล้ขึ้นอีกนิด หรือเพียงช่วยงานลูกค้าเสียหน่อย อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่สร้างผลงานอันดีเลิศ ให้คุณใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้มากเท่าที่ต้องการ แสดงโฆษณาที่น่าเพลิดเพลินได้ถูกจังหวะ โดยเฉพาะเมื่อผู้ชมเห็นโฆษณาขณะเดินทางกันมากขึ้น

- **ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น.** นำวิดีโอ เว็บไซต์ เครื่องมือ หรืออรรถประโยชน์เข้ามาใกล้กัน
- **ออกแบบประสบการณ์.** แสดงเหตุการณ์สดหรือเปิดโลกอีกใบให้ผู้ชมเห็น
- **ให้ความบันเทิง.** สร้างสิ่งที่ไม่ถึงหรือสิ่งที่น่าจดจำ

คิดเกี่ยวกับอรรถประโยชน์ที่มีอยู่ เหตุการณ์ที่กำลังใกล้เข้ามา หรือสร้างช่วงเวลาที่น่าจดจำซึ่งสามารถนำมาใช้ในดีสเพลย์เพื่อดึงดูดผู้ชม

เรื่องสุดท้ายให้พิจารณาในเชิง

ปฏิบัติ

การออกแบบเพื่อให้ประสบความสำเร็จในด้านดิจิทัลเป็นเรื่องของการรวมทีมที่เหมาะสมและเครื่องมือที่ใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์สูงสุด ให้สื่อและนักทำงานสร้างสรรค์ส่งเสริมกันและกัน การฉีกกรอบเดิมๆ ของการสร้างแคมเปญโฆษณาอาจสร้างความเปลี่ยนแปลงได้

ร่วมมือกันค้นหาเครื่องมือที่เหมาะสมกับการสร้างไอเดียให้เป็นความจริงกับ Google ด้วย Google Web Designer (GWD) ซึ่งให้คุณกำหนดครีเอทีฟโฆษณาได้ตามใจต้องการไม่ว่าจะด้านการโต้ตอบกับผู้ใช้ ภาพเคลื่อนไหว ปรับให้เข้ากับผู้ชม และสื่อสมบุรณ์ที่ปรับเปลี่ยนตามอุปกรณ์ เมื่อแสดงโฆษณาแล้ว การสำรวจ Brand Lift จะเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับการรับข้อมูลจากเมตริกที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงการรับรู้ การระลึกถึง การพิจารณา ความตั้งใจในการซื้อ และอีกมากมาย

พลังแห่งความคิดสร้างสรรค์

ตัวช่วยจุดประกายความคิดสำหรับคุณ:

- แนวคิดสร้างสรรค์ของคุณจะสามารถค้นหาเสียงใหม่ๆ แบบออนไลน์ด้วยโฆษณาแบบดิสเพลย์ได้หรือไม่?
- มีวิธีดึงเรื่องราวออกมาโดยใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ในแบนเนอร์หรือไม่?
- โฆษณาจะนำเสนอประโยชน์ใช้สอยในตัวได้หรือไม่ หรือประหยัดเวลาโดยการดึงเว็บไซต์ไปหาผู้ใช้ได้หรือไม่?
- คุณสามารถปรับให้แคมเปญของคุณเข้ากับตัวบุคคลมากขึ้นอีกได้หรือไม่?
- มีโอกาสทดสอบการส่งสารแล้วปรับแก้ขณะใช้งานสร้างสรรค์หรือไม่?
- รูปร่างของรูปแบบโฆษณาสามารถจุดประกายให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้หรือไม่?
- สื่อและงานสร้างสรรค์จะสามารถทำงานใกล้ชิดกันมากขึ้นได้หรือไม่?
- แนวคิดสร้างสรรค์ของคุณจะสามารถค้นหาเสียงใหม่ๆ แบบออนไลน์ด้วยโฆษณาแบบดิสเพลย์ได้หรือไม่?

ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของคุณ

ผู้ลงโฆษณาที่เชื่อมพีดีเข้ากับแคมเปญในเครือข่ายดิสเพลย์ของตนได้ ROI เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 20%

ที่มา: ข้อมูลภายในของ Google หนึ่งรอบช่วงเวลาคอนเวอร์ชัน (ตามการตั้งค่าติดตามคอนเวอร์ชันของผู้โฆษณา เช่น 30 วัน เป็นต้น) ทั่วโลก, พฤศจิกายน 2018

ผู้ลงโฆษณาที่ใช้เนื้อหาวิดีโอในโฆษณาแบบดิสเพลย์ที่ปรับเปลี่ยนตามอุปกรณ์ (RDA - Responsive Display Ad) ได้ Conversion เพิ่มขึ้น 5% ที่ CPA ใกล้เคียงกับของเดิม

ที่มา: ข้อมูลภายในของ Google, ทั่วโลก, มีนาคม 2019