Designing & monitoring Video Campaigns, and Display Campaigns

Digital Marketing

Dr. Santosh Kumar Lal

Designing and Monitoring Video Campaigns

Meaning: A video campaign is a digital marketing activity that uses video advertisements to promote a product, service, brand, or idea through platforms such as YouTube and social media.

Designing a Video Campaign

1. Set Objectives: Decide whether the campaign aims to increase brand awareness, website traffic, leads, or sales.

2. Identify the Target Audience: Select viewers according to age, interests, location, and online behaviour.

3. Create Engaging Videos: Prepare attractive, informative, and relevant video content with a clear message.

4. Choose the Platform: Select suitable platforms such as YouTube, Instagram, or Facebook.

5. Set Budget and Format: Decide the advertising budget, video length, format, and campaign schedule.

6. Add a Call to Action (CTA): Encourage viewers to visit a website, subscribe, or purchase a product.

Monitoring a Video Campaign

- Monitoring means regularly checking campaign performance and making improvements.
- - Views: Number of times a video is viewed.
- - View Rate: Percentage of eligible ad impressions that result in a view, as defined by the platform.
- - Watch Time: Total time viewers spend watching videos.
- - Click-Through Rate (CTR): Percentage of impressions that generate clicks.
- - Conversion Rate: Percentage of users who complete the desired action.
- - Cost per View (CPV): Average amount paid for a video view under the applicable billing model.

Conclusion: Effective design and continuous monitoring help improve audience engagement, reduce advertising costs, and achieve marketing objectives.

वीडियो अभियान डिजिटल मार्केटिंग की वह गतिविधि है जिसमें YouTube तथा सोशल मीडिया जैसे प्लेटफॉर्म पर वीडियो विज्ञापनों के माध्यम से किसी उत्पाद, सेवा, ब्रांड या विचार का प्रचार किया जाता है।

वीडियो अभियान की रूपरेखा तैयार करना

1. उद्देश्य निर्धारित करना: ब्रांड जागरूकता, वेबसाइट ट्रैफिक, संभावित ग्राहक या बिक्री बढ़ाने का लक्ष्य तय करना।
2. लक्षित दर्शकों का चयन: आयु, रुचि, स्थान तथा ऑनलाइन व्यवहार के आधार पर दर्शकों का चयन करना।
3. आकर्षक वीडियो बनाना: स्पष्ट संदेश के साथ उपयोगी, रोचक और प्रभावशाली वीडियो तैयार करना।
4. प्लेटफॉर्म का चयन: YouTube, Instagram या Facebook जैसे उपयुक्त प्लेटफॉर्म चुनना।
5. बजट एवं प्रारूप तय करना: विज्ञापन बजट, वीडियो की अवधि, प्रारूप और समय निर्धारित करना।
6. कॉल टू एक्शन (CTA): दर्शकों को वेबसाइट देखने, सब्सक्राइब करने या खरीदारी करने के लिए प्रेरित करना।

वीडियो अभियान की निगरानी

- - Views (व्यूज): वीडियो देखे जाने की संख्या।
- - View Rate (व्यू दर): प्लेटफॉर्म के निर्धारित मानदंड के अनुसार विज्ञापन इंप्रेशन में से वीडियो देखने वाले दर्शकों का प्रतिशत।
- - Watch Time (वॉच टाइम): दर्शकों द्वारा वीडियो देखने में बिताया गया कुल समय।
- - CTR (क्लिक-थ्रू दर): विज्ञापन इंप्रेशन में से क्लिक प्राप्त करने का प्रतिशत।
- - Conversion Rate (रूपांतरण दर): इच्छित कार्य पूरा करने वाले उपयोगकर्ताओं का प्रतिशत।
- - CPV (प्रति व्यू लागत): लागू भुगतान मॉडल के अनुसार वीडियो के एक व्यू की औसत लागत।

निष्कर्ष: वीडियो अभियान की उचित योजना और नियमित निगरानी से दर्शकों की सहभागिता बढ़ती है, विज्ञापन लागत नियंत्रित होती है तथा विपणन उद्देश्यों की प्राप्ति में सहायता मिलती है।

Designing and Monitoring Display Campaigns



A display campaign is an online advertising campaign that uses visual advertisements, such as banners, images, animations, and rich media, on websites, apps, and digital platforms.

Designing a Display Campaign

1. Define Campaign Goals: Establish objectives such as brand awareness, website visits, leads, or sales.

2. Design Attractive Ads: Use clear headlines, relevant images, readable text, and brand colours.

3. Choose Ad Formats: Select banner ads, animated ads, responsive display ads, or rich media ads.

4. Target the Audience: Use demographic, geographic, contextual, and interest-based targeting.

5. Select Placements: Choose relevant websites, apps, or advertising networks.

6. Set Budget and Bidding: Determine the budget, bidding strategy, and campaign duration.

7. Create a Landing Page: Ensure that the destination page is relevant to the advertisement and easy to use.

Monitoring a Display Campaign

- - Impressions: Number of times an advertisement is displayed.
- - Clicks: Number of times users click the advertisement.
- - CTR: Ratio of clicks to impressions, expressed as a percentage.
- - CPC (Cost per Click): Average cost paid for each click.
- - Conversions: Desired actions, such as purchases, registrations, or enquiries.
- - Conversion Rate: Percentage of users who complete the desired action.
- - ROI (Return on Investment): Measures the return generated in relation to the investment.

Conclusion: Regular monitoring helps marketers identify effective advertisements, improve targeting, manage costs, and increase campaign performance.

डिस्प्ले अभियान ऑनलाइन विज्ञापन अभियान है, जिसमें वेबसाइटों, मोबाइल ऐप्स और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर बैनर, चित्र, एनिमेशन तथा रिच मीडिया विज्ञापनों के माध्यम से प्रचार किया जाता है।

डिस्प्ले अभियान की रूपरेखा तैयार करना

1. अभियान के उद्देश्य तय करना: ब्रांड जागरूकता, वेबसाइट विजिट, संभावित ग्राहक या बिक्री बढ़ाने के लक्ष्य निर्धारित करना।

2. आकर्षक विज्ञापन बनाना: स्पष्ट शीर्षक, उपयुक्त चित्र, पढ़ने योग्य टेक्स्ट और ब्रांड के रंगों का उपयोग करना।

3. विज्ञापन प्रारूप चुनना: बैनर, एनिमेटेड, रिस्पॉन्सिव डिस्प्ले या रिच मीडिया विज्ञापनों का चयन करना।

4. लक्षित दर्शकों का चयन: जनसांख्यिकीय, भौगोलिक, संदर्भ-आधारित और रुचि-आधारित लक्ष्यीकरण करना।

5. विज्ञापन स्थान चुनना: उपयुक्त वेबसाइटों, ऐप्स या विज्ञापन नेटवर्क का चयन करना।

6. बजट एवं बोली निर्धारित करना: बजट, बोली रणनीति और अभियान की अवधि तय करना।

7. लैंडिंग पेज तैयार करना: विज्ञापन से संबंधित और उपयोग में आसान वेबपेज उपलब्ध कराना।

डिस्प्ले अभियान की निगरानी

- - Impressions (इंप्रेशन): विज्ञापन प्रदर्शित होने की संख्या।
- - Clicks (क्लिक्स): विज्ञापन पर क्लिक किए जाने की संख्या।
- - CTR (क्लिक-थ्रू दर): कुल इंप्रेशन में से क्लिक का प्रतिशत।
- - CPC (प्रति क्लिक लागत): प्रत्येक क्लिक पर होने वाला औसत खर्च।
- - Conversions (रूपांतरण): खरीदारी, पंजीकरण या पूछताछ जैसी इच्छित गतिविधियाँ।
- - Conversion Rate (रूपांतरण दर): इच्छित कार्य पूरा करने वाले उपयोगकर्ताओं का प्रतिशत।
- - ROI (निवेश पर प्रतिफल): निवेश की तुलना में प्राप्त प्रतिफल का मापन।

निष्कर्ष: डिस्प्ले अभियान की नियमित निगरानी से प्रभावी विज्ञापनों की पहचान, सही दर्शकों तक पहुँच, लागत नियंत्रण और बेहतर परिणाम प्राप्त करने में सहायता मिलती है।

Difference Between Video and Display Campaigns

Basis / आधार	Video Campaign / वीडियो अभियान	Display Campaign / डिस्प्ले अभियान
Main format / मुख्य प्रारूप	Video advertisements / वीडियो विज्ञापन	Banners, images, animations / बैनर, चित्र, एनिमेशन
Main purpose / मुख्य उद्देश्य	Engagement and video views / सहभागिता एवं वीडियो व्यूज	Visibility, clicks and conversions / दृश्यता, क्लिक एवं रूपांतरण
Key metrics / प्रमुख मापदंड	Views, watch time, CPV	Impressions, CTR, CPC
Common platforms / प्रमुख प्लेटफॉर्म	YouTube, social media	Websites, apps, ad networks

Digital Marketing

Designing & Monitoring Video Campaigns and Display Campaigns

Plan | Target | Create | Monitor | Grow



1

1. Introduction

- **Video Campaign** – वीडियो विज्ञापनों के माध्यम से किसी उत्पाद, सेवा, ब्रांड या विचार का प्रचार।
- **Display Campaign** – वेबसाइटों, ऐप्स और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर बैनर, चित्र, एनिमेशन आदि के माध्यम से प्रचार।

Both help in increasing brand awareness, driving engagement and achieving marketing goals.

2

2. Designing a Video Campaign

(A) Key Steps / मुख्य चरण

1. **Set Objectives** – उद्देश्य निर्धारित करना (Brand awareness, traffic, leads, sales)
2. **Identify Target Audience** – लक्षित दर्शकों का चयन (Age, interest, location, online behaviour)
3. **Create Engaging Videos** – आकर्षक वीडियो बनाना (Clear message, useful, relevant)
4. **Choose Platform** – प्लेटफॉर्म का चयन (YouTube, Instagram, Facebook)
5. **Set Budget & Format** – बजट एवं प्रारूप तय करना (Budget, video length, format, schedule)
6. **Add Call to Action (CTA)** – कॉल टु एक्शन (Visit website, subscribe, purchase)

3

3. Monitoring a Video Campaign

(A) Key Metrics / प्रमुख मापदंड

- **Views** – वीडियो देखे जाने की संख्या
- **View Rate** – इंप्रेशन में से वीडियो देखने का प्रतिशत
- **Watch Time** – दर्शकों द्वारा देखे जाने का कुल समय
- **CTR** – क्लिक-थ्रू दर (क्लिक का प्रतिशत)
- **Conversion Rate** – रूपांतरण दर
- **CPV** – प्रति व्यू लागत (औसत खर्च)

4

वीडियो अभियान की रूपरेखा

1. **उद्देश्य निर्धारित करना** (ब्रांड जागरूकता, ट्रैफिक, लीड, बिक्री)
2. **लक्षित दर्शकों का चयन** (आयु, रुचि, स्थान, ऑनलाइन व्यवहार)
3. **आकर्षक वीडियो बनाना** (स्पष्ट संदेश, उपयोगी, रोचक)
4. **प्लेटफॉर्म का चयन** (YouTube, Instagram, Facebook)
5. **बजट एवं प्रारूप तय करना** (बजट, अवधि, प्रारूप, समय)
6. **कॉल टु एक्शन (CTA)** (वेबसाइट देखें, सब्सक्राइब, खरीदें)



5

वीडियो अभियान की निगरानी

- **Views** – वीडियो देखे जाने की संख्या
- **View Rate** – व्यू दर (इंप्रेशन में से प्रतिशत)
- **Watch Time** – कुल वॉच टाइम
- **CTR** – क्लिक-थ्रू दर
- **Conversion Rate** – रूपांतरण दर
- **CPV** – प्रति व्यू लागत

6

4. Designing a Display Campaign

(A) Key Steps / मुख्य चरण

1. **Define Campaign Goals** – उद्देश्य तय करना (Awareness, visits, leads, sales)
2. **Design Attractive Ads** – आकर्षक विज्ञापन बनाना (Clear headline, image, readable text)
3. **Choose Ad Formats** – प्रारूप चुनना (Banner, animated, responsive, rich media)
4. **Target the Audience** – दर्शकों का चयन (Demographic, geographic, contextual, interest)
5. **Select Placements** – विज्ञापन स्थान चुनना (Websites, apps, networks)
6. **Set Budget & Bidding** – बजट एवं बोली रणनीति
7. **Create a Landing Page** – लैंडिंग पेज तैयार करना



6

5. Monitoring a Display Campaign

(A) Key Metrics / प्रमुख मापदंड

- **Impressions** – विज्ञापन प्रदर्शित होने की संख्या
- **Clicks** – विज्ञापन पर क्लिक की संख्या
- **CTR** – क्लिक-थ्रू दर (प्रतिशत)
- **CPC** – प्रति क्लिक लागत (औसत खर्च)
- **Conversions** – इच्छित गतिविधियाँ (खरीदारी, फेजीकरण, पूछताछ)
- **Conversion Rate** – रूपांतरण दर
- **ROI** – निवेश पर प्रतिफल

8

डिस्प्ले अभियान की रूपरेखा

1. **अभियान के उद्देश्य तय करना** (ब्रांड जागरूकता, विज़िट, लीड, बिक्री)
2. **आकर्षक विज्ञापन बनाना** (स्पष्ट शीर्षक, उपयुक्त चित्र, पढ़ने योग्य टेक्स्ट)
3. **विज्ञापन प्रारूप चुनना** (बैनर, एनिमेटेड, रिस्पॉन्सिव, रिच मीडिया)
4. **लक्षित दर्शकों का चयन** (जनसांख्यिकीय, भौगो आधारित, रुचि-आधारित)
5. **प्लेसमेंट चुनना** (वेबसाइट, ऐप्स, नेटवर्क)
6. **बजट एवं बोली निर्धारित करना** (बजट, बोली रणनीति, अवधि)
7. **लैंडिंग पेज तैयार करना** (संबंधित और उपयोग में आसान)



9

डिस्प्ले अभियान की निगरानी

- **Impressions** – इंप्रेशन की संख्या
- **Clicks** – क्लिक की संख्या
- **CTR** – क्लिक-थ्रू दर
- **CPC** – प्रति क्लिक लागत
- **Conversions** – इच्छित गतिविधियाँ
- **Conversion Rate** – रूपांतरण दर
- **ROI** – निवेश पर प्रतिफल

10

Video vs Display Campaigns

Basis / आधार	Video Campaign वीडियो अभियान	Display Campaign डिस्प्ले अभियान
Main format / मुख्य प्रारूप	Video advertisements / वीडियो विज्ञापन	Banners, images, animations / बैनर, चित्र, एनिमेशन
Main purpose / मुख्य उद्देश्य	Engagement & video views / सहभागिता एवं व्यूज	Visibility, clicks & conversions / दृश्यता, क्लिक एवं रूपांतरण
Key metrics / प्रमुख मापदंड	Views, watch time, CPV	Impressions, CTR, CPC
Common platforms / प्रमुख प्लेटफॉर्म	YouTube, social media	Websites, apps, and networks

11

Key Takeaways / मुख्य बातें

- Clear objectives are essential. (स्पष्ट उद्देश्य आवश्यक हैं।)
- Right audience targeting increases campaign effectiveness. (सही दर्शक लक्ष्यीकरण से प्रभाव बढ़ता है।)
- Creative content attracts attention. (रचनात्मक सामग्री ध्यान खींचती है।)
- Monitoring and optimization improve results. (निरंतर निगरानी व सुधार से बेहतर परिणाम मिलते हैं।)
- Both video and display campaigns complement each other. (दोनों अभियान मिलकर बेहतर परिणाम देते हैं।)

12

Conclusion / निष्कर्ष



Effective design and continuous monitoring help improve audience engagement, reduce advertising costs, and achieve marketing objectives.

उचित योजना और नियमित निगरानी से दर्शकों की सहभागिता बढ़ती है, विज्ञापन लागत नियंत्रित होती है और विपणन उद्देश्यों की प्राप्ति में सहायता मिलती है।

13

Better Strategy
Bigger Reach
Higher Results



Digital Marketing
Create · Connect · Convert

14

Thank You!

For Your Attention



Learn | Apply | Grow

15

"The best marketing doesn't feel like marketing."
– Tom Fishburne



16

Video campaigns communicate through moving visual content, whereas display campaigns primarily use visual ad formats such as banners and images. Both require clear objectives, appropriate targeting, budget control, and continuous performance monitoring.