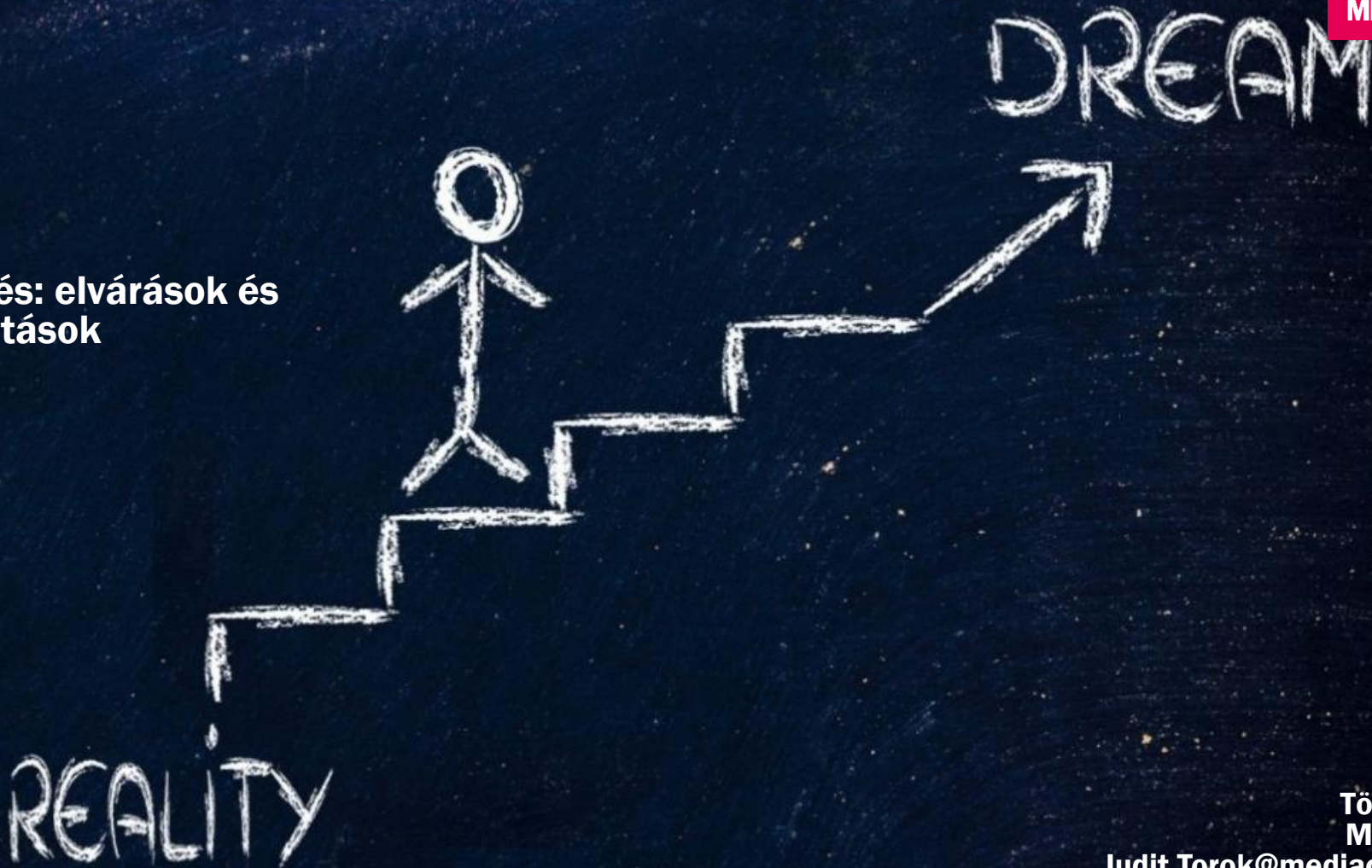


Mérés: elvárások és
realitások



Attól, hogy paranoiás vagy, nem biztos, hogy nem üldöznek

...de tényleg paranoiásak vagyunk?





KEEP
CALM
AND

LISTEN TO
YOUR MOTHER

Hallgatnod kellett volna anyukádra, avagy ahogy a nemzetközi központok látják

- „Vegyél fel kabátot“ = *„Kapcsold be az ad verificationt”*
- „Ne vásárolj rosszarcú férfiktól semmit, pláne ne sötét sikátorokban” = *„Ne vásárolj nem megfelelő inventory-t open exchange-ken, keresd meg a megbízható forrásokat”*
- “Ne vásárolj használhatatlan dolgokat, amik egy hét után eltörnek” = *“A médiát az eredmények alapján ítéld meg és ne az ár alapján”*
- “Ne várj 99 centért gourmet steaket,” = *„A látható minőségi megjelenésnek ára van”*
- “Vedd a sorsod a saját kezébe” = *„Mindenkinek meg tudja csinálni”*

Paradigma-váltás a nemzetközi piacon: elvárások

A minőség számít:

- Minőségi felhasználókat
- Minőségi helyeken
- Minőségi hirdetéssel
- Folyamatosan javuló számokkal



Mit is jelent ez a mindennapokban?

Ad
verification/
Brand safety

Visibility/
Viewability

Audience
Verification

Fraud

No bounce
optimalizáció

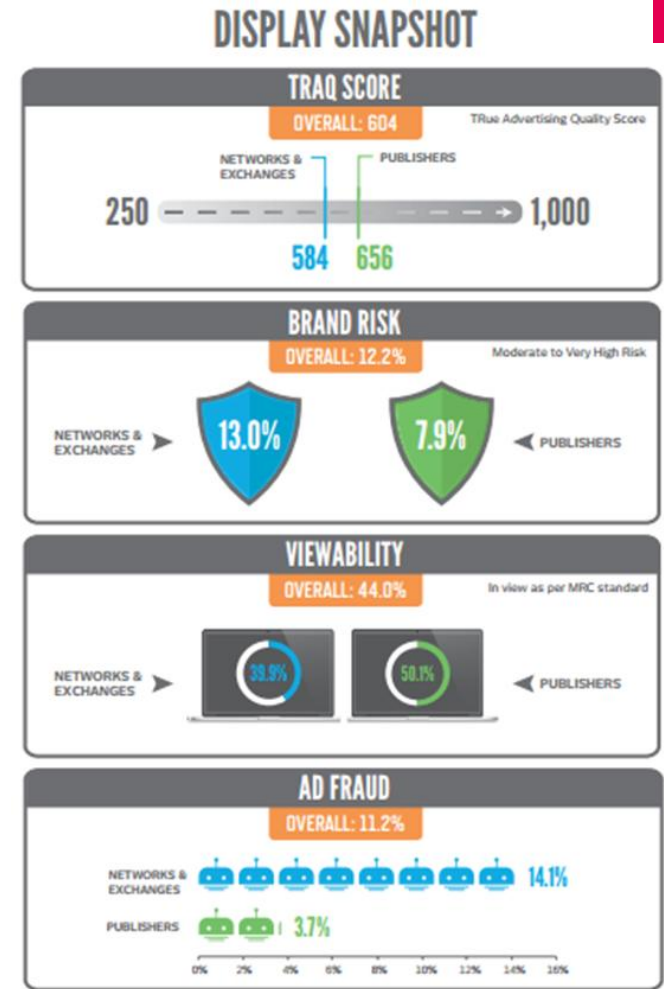
Folyamatos
javulás
kampányon
belül

Folyamatos
javulás
kampányok
között

Folyamatos
javulás évről-
évre

De hogy jutottunk ide?

- Programmatic megoldások elterjedése
- Könnyű pénz kereseti lehetőség ígérete
- Egyre növekvő ügyféligények, miközben a piac konszolidálódott



Programmatic
gyerekcipőben

A vásárlások
nagy része
klasszikus

CT-vásárlás
népszerűsége
töretlen

Kevés
elérhető
szolgáltató

Nincs
elfogadott
iparági mérés

A
tesztmérések
eredményei
eltérnek

Sokszor csak
az ár számít

Itthon kisebb
az igény

A folyamatos javulás megvalósíthatósága kérdéses

Kampány közben



A döntéshozatalt egyéb tényezők is befolyásolják: nincs mindenre ráhatás

Kampányok között



Almát hasonlítunk körtével: a kampányok nem összehasonlíthatóan

Évről-évre



Sokminden történhet egy év alatt

Ne feledjük: a pénz nem minden!

Lehetséges megoldások a nemzetközi igényekre a hazai piaci sajátosságok ismeretében

- Alternatív megoldások keresése a mérésre
- Folyamatos tesztelés az ügyfél bevonásával
- Szoros együttműködés a médiatulajdonosokkal
- Heti optimalizálás, tervezés és vásárlás (test&learn)
- Alternatív vásárlási megoldások
- A médiamutatókon túli élet megismerése

→ **Kockázatminimalizálás**



Threat

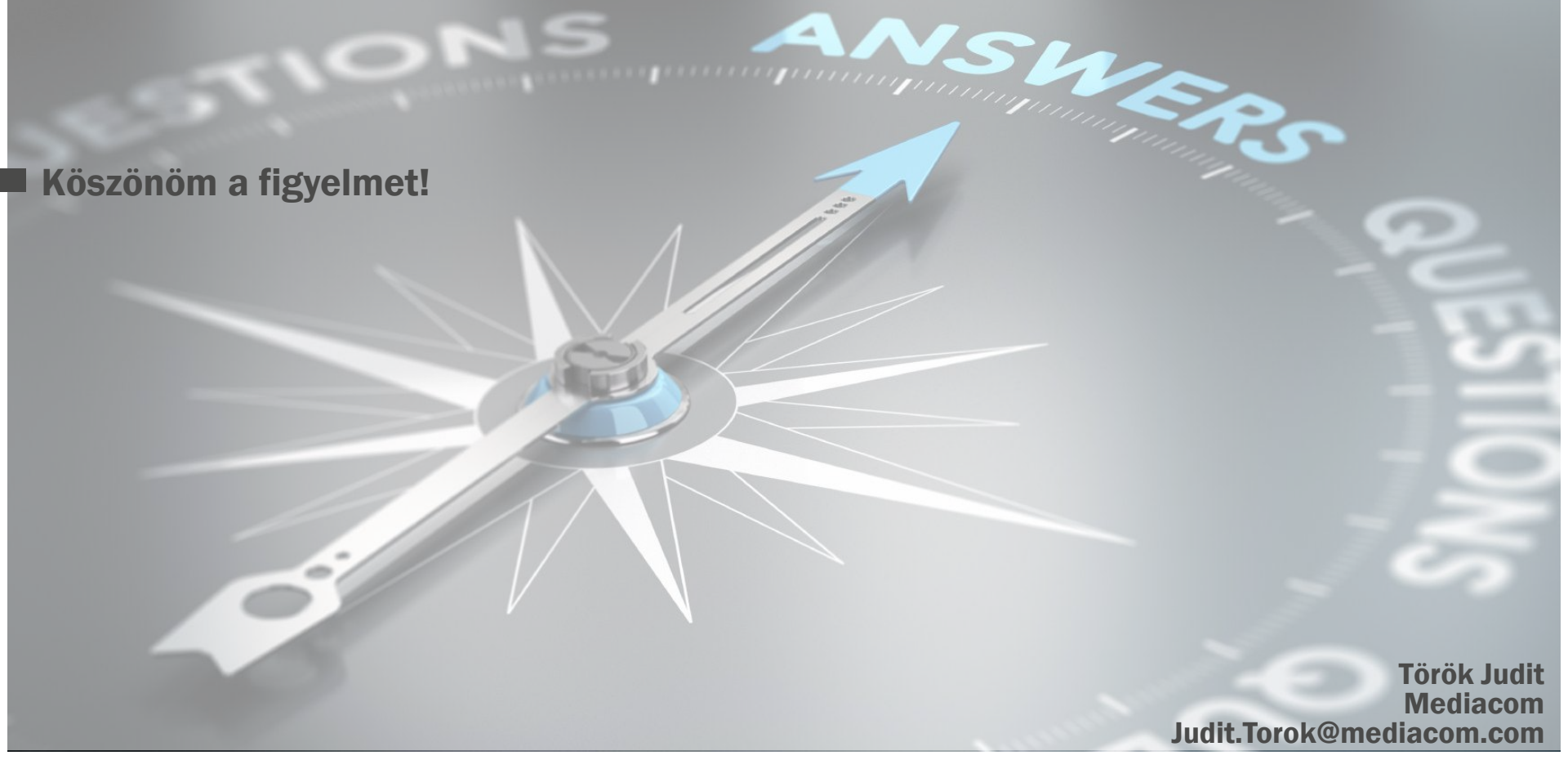
Opportunity

Használj ad verification-t a programmatic megoldások esetében

Vásárolj megbízható partnereknél

Mérd az eredményeket, ne feledd a médiamutatókon túl is van élet (close to business)

Gondold át, hogy milyen minőséget akarsz vásárolni és ne feledd a minőségnek ára van



Köszönöm a figyelmet!