



SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETING

A FOGYASZTÓI CSOPORTOK HATÉKONY ELÉRÉSÉRE

Kemerle Regina, Account Director

Beluscsák Márk, Programmatic Manager

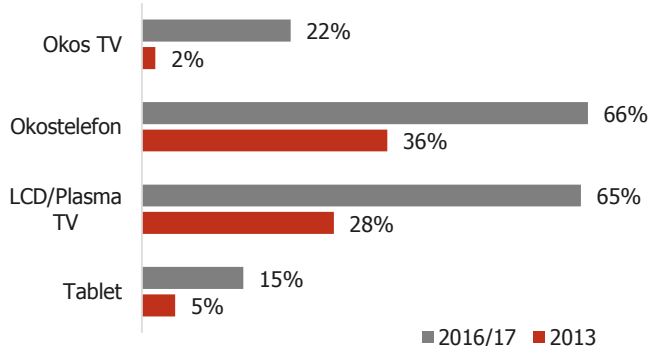


DIGITÁLIS „FORRADALOM” A HÁZTARTÁSOKBAN AZ ELMÚLT 3-4 ÉVBEN

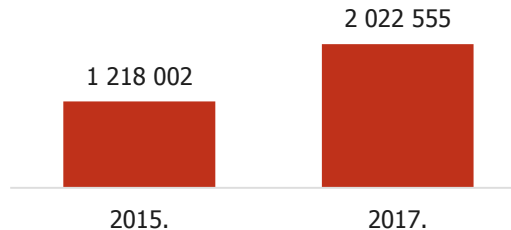
2-3x több digitális eszköz

60%+ növekedés az adatforgalomban

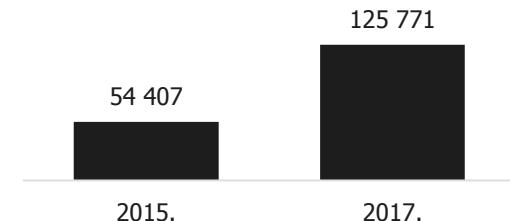
Digitális eszközellátottság (18-49)



Vezetékes letöltési forgalom
(Tbyte)

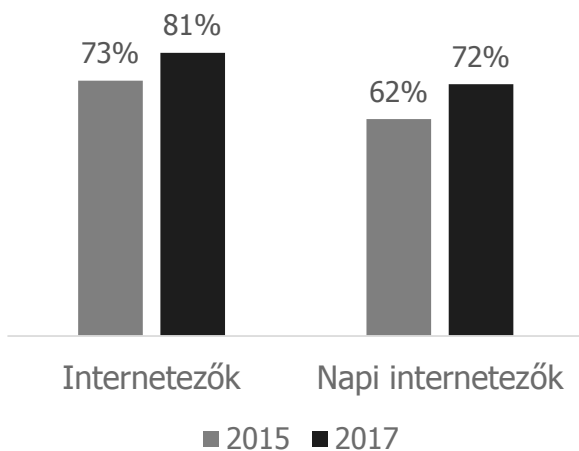


Mobilinternet forgalom
(Tbyte)

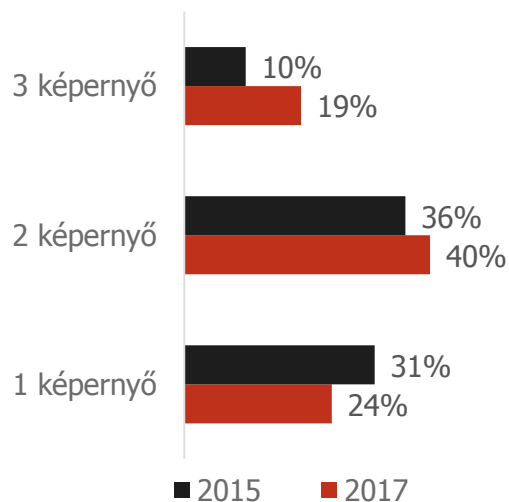


FELPÖRGÖTT A DIGITAL MÉDIAFOGYASZTÁS

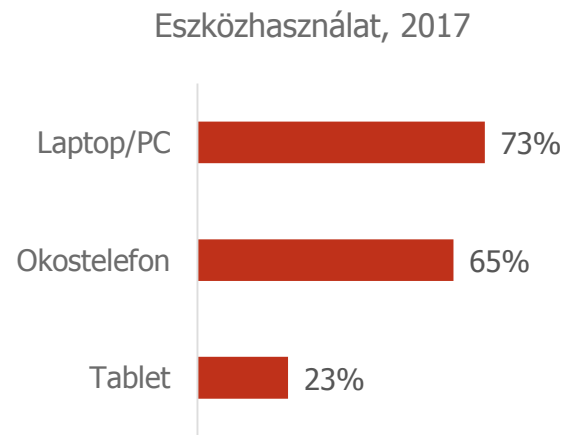
Napi internetezők
aránya már 70% felett



Egy képernyő
már nem elég



Mobil már megközelíti a
desktop használat mértékét





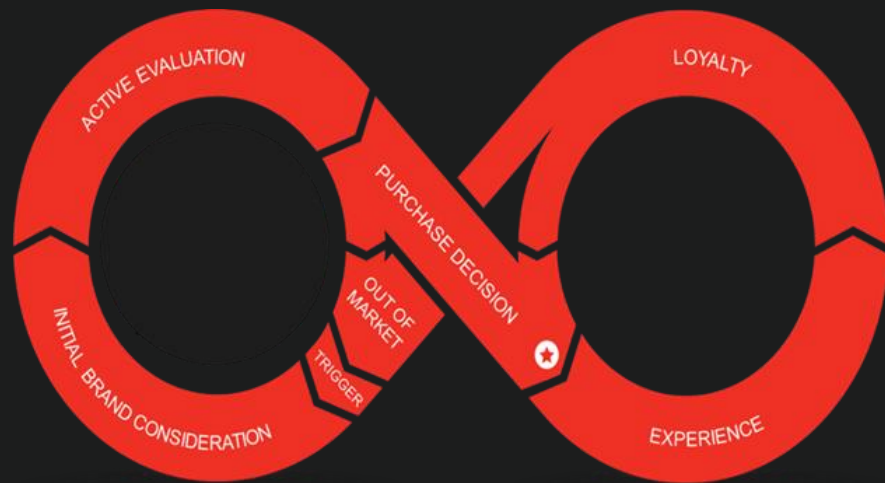
DIGITÁLIS FOGYASZTÓ...

24/7 ONLINE és MOBIL

Jól **INFORMÁLT**

Digitális lábnyomával rengeteg
ADATOT OSZT MEG magáról...

ELVÁRÁSOKat támaszt az online
marketing irányába



...A DÖNTÉSI FOLYAMAT
MINDEN FÁZISÁBAN

A KULCS A SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETING



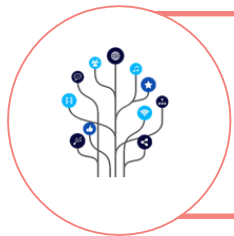
SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETING EGY
STRATÉGIAI MEGKÖZELÍTÉS, MELYNEK SORÁN
A FELHASZNÁLÓKNAK ÉRDEKLŐDÉSÜKNEK
MEGFELELŐ, EGYEDI ÜZENETET SZOLGÁLUNK
ADAT, ANALÍZIS ÉS TECHNOLÓGIAI ESZKÖZÖK
BEVONÁSÁVAL.



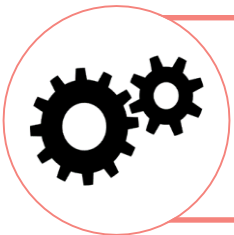
SZEMÉLYRE SZABOTT MARKETING 3 LÉPÉSBEN



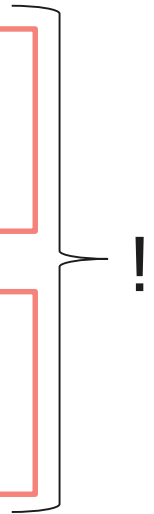
többforrású adatgyűjtés



analízis és megfelelő szegmentáció



automatizált, cross-platform
technológiai eszközök kombinációja



KIHÍVÁSOK

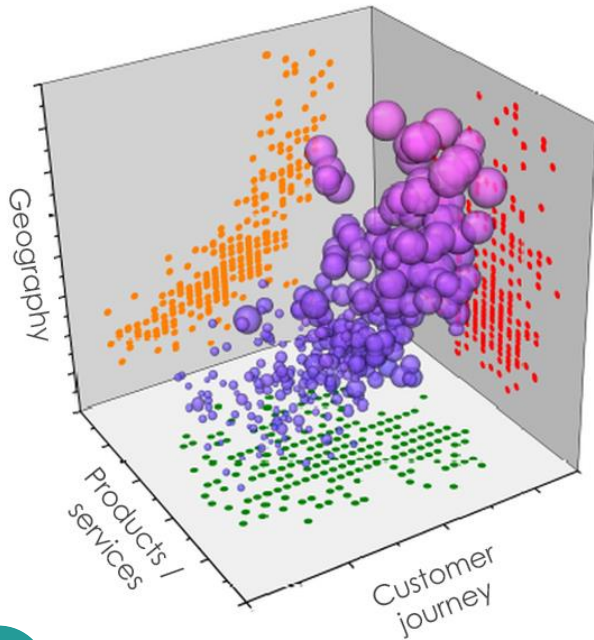
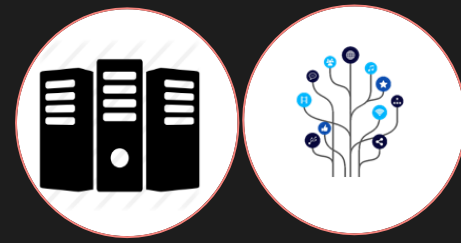


Alapos előkészítést és többkörös tesztelést igényel → megfelelő timing felállítása kulcsfontosságú

Komplex együttműködés:

- az ügyféllel különösen az adatgyűjtés és analízis/szegmentáció fázisában
- ügynökségen belül a különböző specialistákkal
- a kreatív ügynökséggel a dinamikus kreatív és üzenetstruktúra előkészítése kapcsán

CÉLKÖZÖNSÉG SZEGMENTÁLÁSA, A STRATÉGIÁNK „LELKE”



Célközönség mikro-szegmentálása 3 dimenziós karakterisztikával:

- Lokáció (több különböző forrásból pontosítva)
- Termék kategóriák, szolgáltatások
- Vásárlói döntési folyamat meghatározott pontja

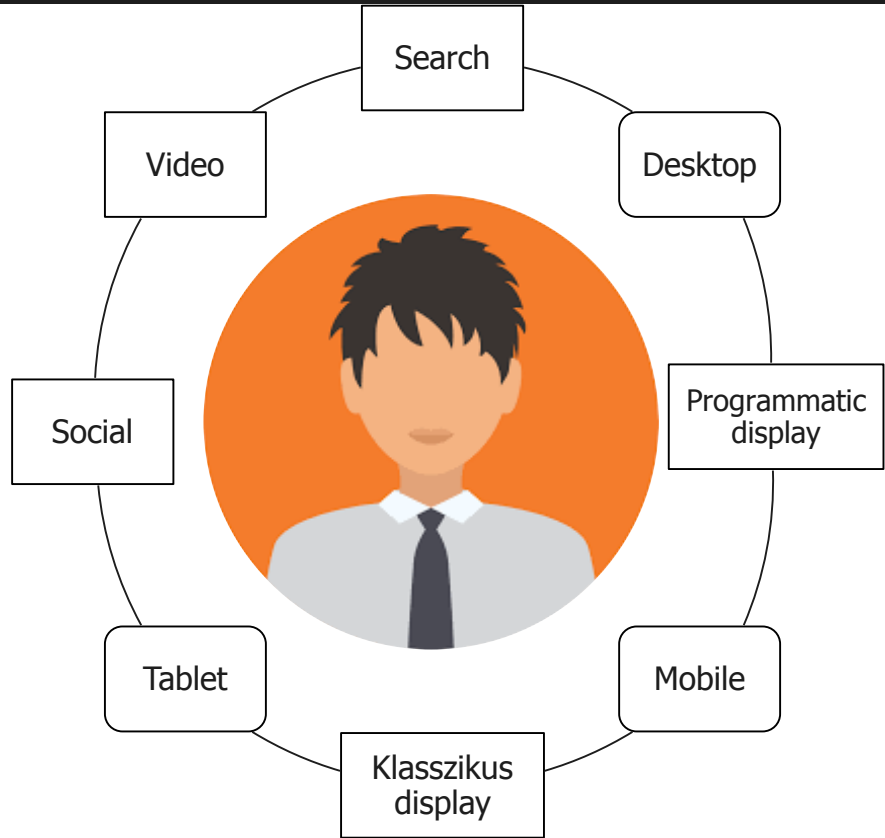
DINAMIKUS KREATÍVOK BEVETÉSE



Dinamikus kreatív megjelenítés, mely célközönség szegmentálással és fogasztók elhelyezkedési adatain alapszik; adathasználat egyik legfejlettebb formája napjainkban:

- Üzenet megkülönböztetés vásárlási döntési folyamat alapján
- Termék- és árösszeállítás korábbi látogatások szerint
- Megjelenés változtatása vásárlói profilok mentén

CROSS-PLATFORM TECHNOLOGIA



EREDMÉNYEK A KORÁBBI CÉLZÁSI MEGOLDÁSOKHOZ KÉPEST



Advanced célközönség-szegmentálás



alacsonyabb
cost-per-Lead



magasabb
konverziós ráta
(click és impression szintén)

Dinamikus kreatív



alacsonyabb
cost-per-CT



magasabb
konverziós ráta

Kiterjesztés a klasszikus display vásárlásra



Implementálás alatt



Digitális fejlettség

A magyar digitális világ megérett a magasszintű személyre szabott marketing megoldásokra!

Adat-Analízis

Gondoljuk végig milyen információink vannak a userokról és ezekből hogyan tudunk célozható szegmenseket előállítani.

Technológia

Az üzenetek kiszolgálására használjuk bátran az adatvezérelt hirdetési eszközöket, rendszereket



Legyen a marketing-és média stratégia része az adatvezérelt, személyre szabott marketing!

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!



Kemerle Regina

ACCOUNT MANAGER

regina.kemerle@omd.com



Beluscsák Márk

PROGRAMMATIC MANAGER

mark.beluscsak@omnicommediagroup.com

