



EMPOWERING MARKETING

100%-al több lett, maradhat?

Szabó Edit
Digital Marketing Lead



Alapozás képpen...

1. Mi a célunk a megjelenéssel? Image vagy Performance?
2. Kihez szeretnénk szólni pontosan?
3. Milyen időszakra jelennénk meg? Kampány jelleggel vagy folyamatosan?
4. Mennyi budget lenne rá?
5. Meg vannak az eszközeink a lekövetésre és a mérésre?

Hogyan számoljunk online médiával?

2 **Milliós**

Reach/ Elérés

0.07%

CTR

1500

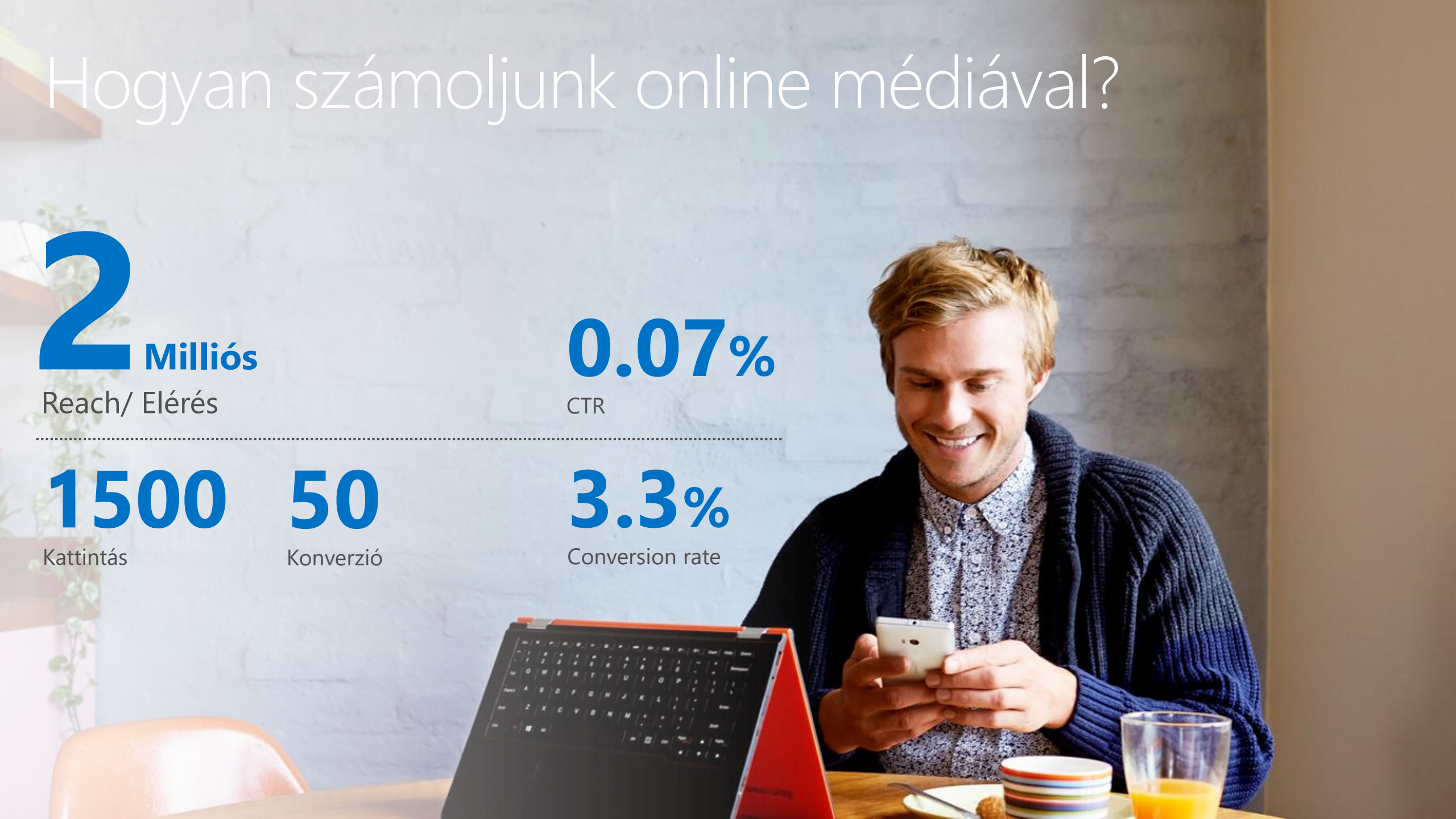
Kattintás

50

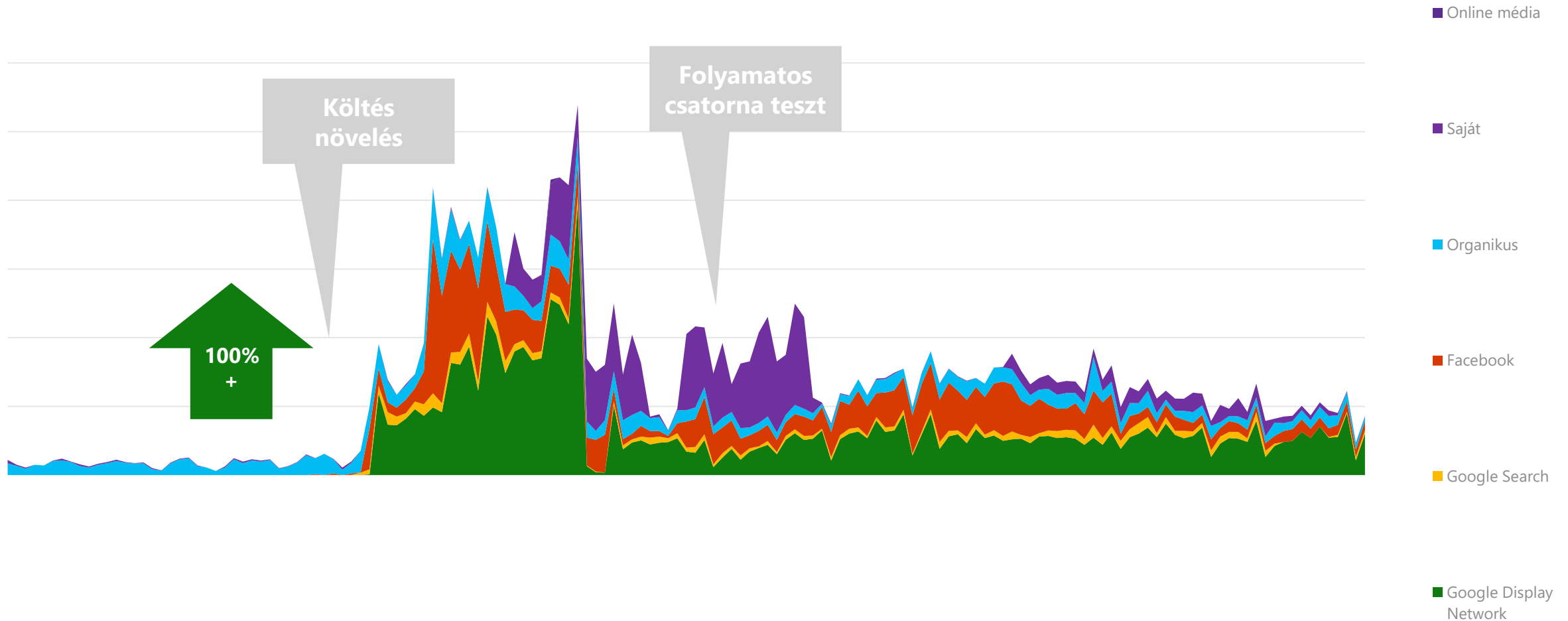
Konverzió

3.3%

Conversion rate



Online kampány = Tőzsde



A megfelelő
csatorna mix
határozza
meg a sikert

3%
SAJÁT

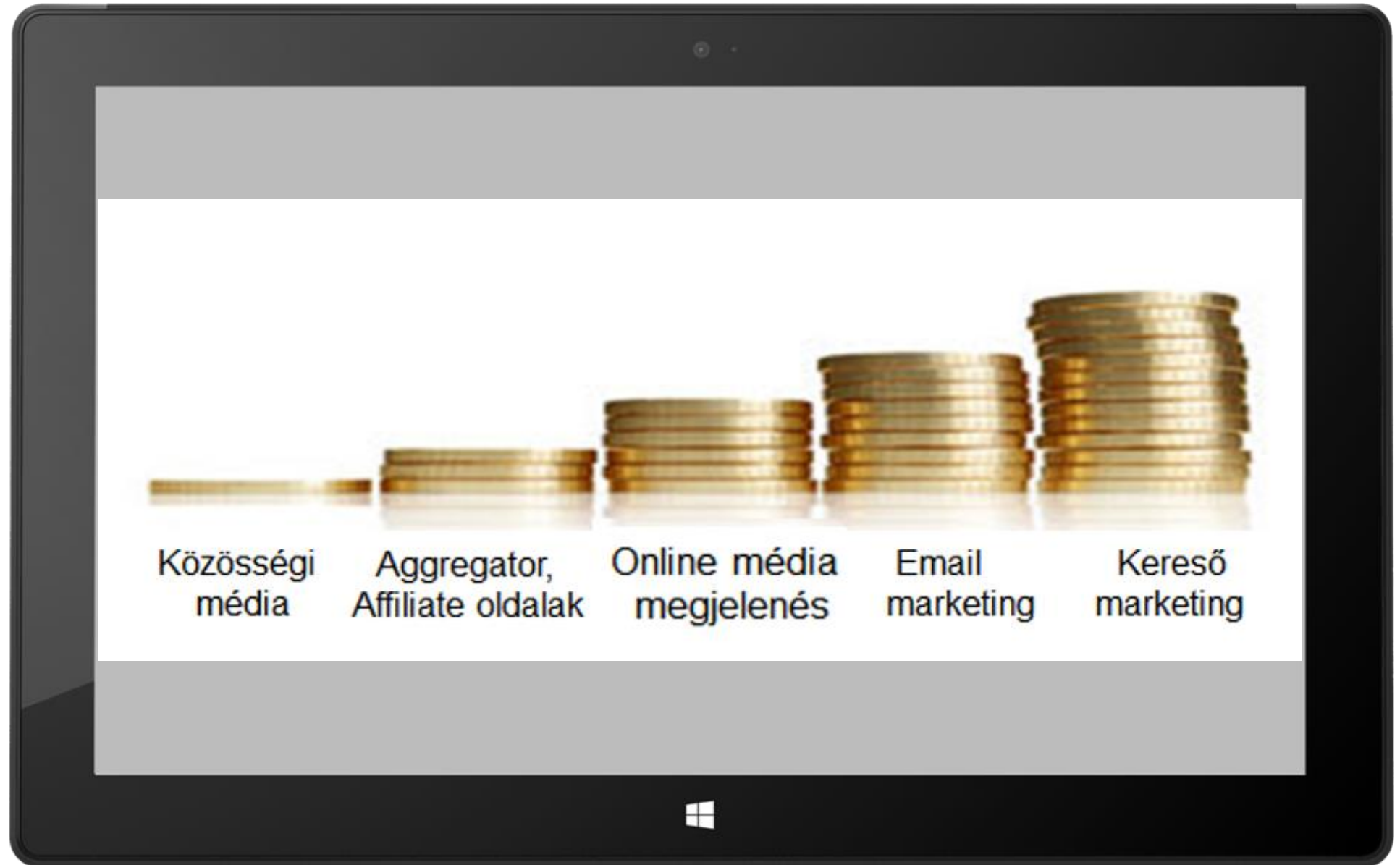
5%
GOOGLE DISPLAY

8%
ORGANIKUS

21%
FACEBOOK PPC

60%
GOOGLE SEARCH

Mire
költsünk?



Hogyan érhető el a forgalom megduplázódása?

1. Előre meghatározott célok után csatornák meghatározása
2. Budget pontos, de nem teljesen fragmentált felosztása és emelése
3. Folyamatos teszteléssel a kampány optimalizálása – csatornák, üzenetek és kreatívok
4. Türelem





Köszönöm a figyelmet!