



Brandformance kampányok

Brandépítés performance eszközökkel?

Ismerős?

„A kampánynak alapvetően értékesítési céljai vannak,
de ezt csináljuk úgy,
hogy közben a brandet is építse.”

Hallottad már? Még fogod!*

* ADDICT-MITTE Brandformance felmérés

A performace kampányok,
ha akarjuk, ha nem,
érintik a brandet.

Miért?

A magas kontaktusszám drasztikusan felnagyítja az egyébként alacsony „brandtartalmú” üzenetet, sőt, önálló üzenetté is válik.

Booking.com

Great rates, no booking fees

Miért?

**Ha pedig valamit lehet rosszul csinálni,
azt lehet jól is...**

Mi az, ami biztosan nem fog sikerülni performace eszközökkel?

- › Új brand bevezetése
- › Brand átpozícionálása

Mi az, amire van esélyünk?

- › Megerősíteni a márkaértékeket
- › Kiegészíteni, gazdagítani a brandet

HOGYAN?

1.

**Az értékesítési üzenet mellé becsempészett
kimondatlan brandérték
át fog menni a célcsoport felé.**

2.

**Az értékesítési folyamatban a brand szempontjából
egyedi esélyünk van:**

hitelesen viselkedhetünk.

Mitől hiteles egy performance kampány?

- mondanivalónk képviseljen brandértéket,
- legyünk egyediek, és kreatívak, de ne viccesek és komolytalanok,
- legyünk személyre szabottak,
- találjuk el a megkeresések gyakoriságát,
- ne legyünk felszínesek, a termék is képviselje mondanivalónkat.

Ellenpróba - Hogyan lehet elrontani?

- ne legyünk idegesítően tolakodók,
- ne hazudjunk (2. v. 3. lépés után se derüljenek ki újabb részletek).
- ne legyünk unalmasak,
- ne legyünk túl felkészültek,
- ne másoljunk senkit,
- ne legyünk határozatlanok,
- ne legyen gyenge ajánlatunk.



Köszönjük
a figyelmet!