

A woman with long brown hair, wearing a pink long-sleeved shirt, is sitting at a desk. She is looking at a laptop screen that displays a clothing website with various dresses. She is holding a blue credit card in her right hand, ready to use it. To the left of the laptop, there is a stack of several colorful shopping bags in shades of purple, blue, green, and red. The background is a light-colored wall.

**Kevesebbet kell-e foglalkozni
a fogyasztóval, ha rövidebb
lett a vásárlói út?**

Gizella Andrea
Internet Hungary, 2017

„The internet gives us a wider choice of products and services, and lower prices – if we have access”

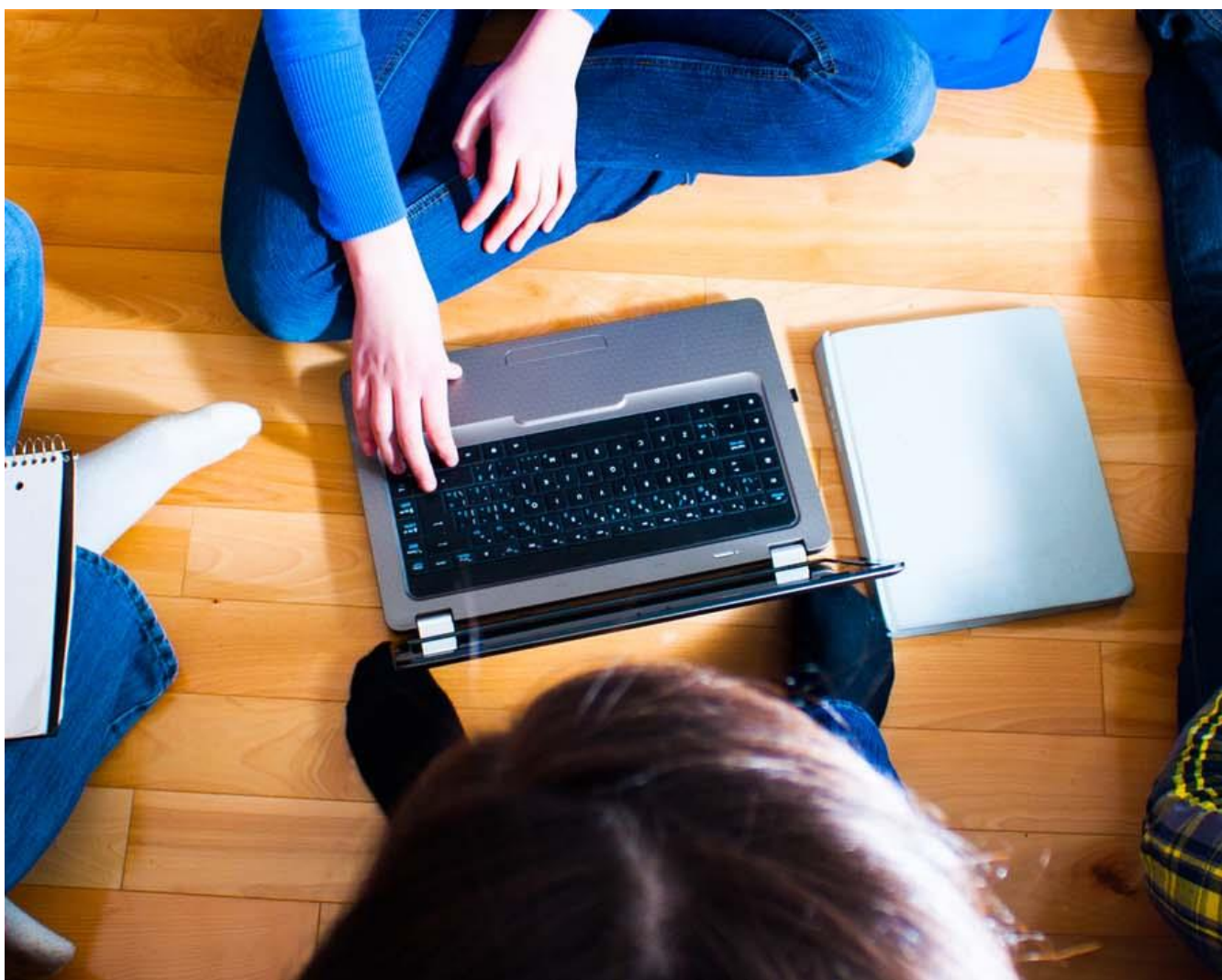
Solveig Horne norvég gyermek- és esélyegyenlőségi miniszter
European Consumer Summit, 2014
április, Brüsszel



Mindazoknak, akiknek viszont lehetőségük van valóban egyszerűbbnek egyben rövidebbnek tűnhet a vásárlási folyamat

Felhasználóként sok eszköz/élet könnyítő megoldás áll a rendelkezésünkre:

- Árösszehasonlító oldalak
- Tesztek
- Időpontra otthonra rendelés
- Vélemények
- Számtalan fizetési mód





■ Célcsoport?
vagy
Fogyasztói út?



■ Viszont ha user journey akkor
egy más megközelítést kell
alkalmazni



■ Milyen lehetőségekkel dolgozunk mi hirdetők minden egyes vásárlói út esetén?



Bemutató

Adat &
Elemzés



USP

Adat &
elemzés



Üzenet
perszonalizáció
az elemzett
adatok
segítségével
+ adat &
elemzés



Adat &
elemzés

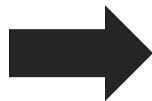
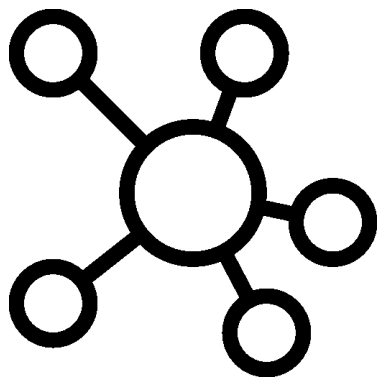
A kosárba
berakott első
elemtől
fizetésig



Adat &
elemzés &
felhasználás

Elégedett
vásárlók

Kiemelté válik az adatok gyűjtése, azok elemzése és megfelelő időben, helyen, megfelelő személynek történő felhasználása



■ Egy-egy user folyamatot végig követni nehéz, de a nap végén mi eladunk, a fogyasztónk pedig boldog (vagy sem) az új termékkel/szolgáltatással





Gizella Andrea
Mediacom Magyarország

andrea.gizella@mediacom.com

in \andreagizella