

Mobil hirdetések mérése

Arany János

**Ebola Play
Country Manager**



MIÉRT MÁS?

Mobil felület

- **Kisebb felület** – nagyobb rész a reklám (AV érték)
- **Érintő** – több véletlen kattintás (CTR érték)
- **Személyes** – érzékenyebb használó (Content, frequency)
- Kevesebb **reklám/oldal** (publishing ár)



A CTR NEM MINDEN – SŐT!

A CTR és SAR ellentétesen mozognak

Effect of Optimizing for Clickthrough Rate (CTR) vs. Secondary Action Rate (SAR) Among US Mobile Ads, by Industry, H1 2014

	Retail	Restaurant	Auto
When optimizing for CTR			
Change in CTR	40%	33%	16%
Change in SAR	-69%	-54%	-46%
When optimizing for SAR			
Change in CTR	-27%	-25%	-14%
Change in SAR	219%	116%	86%

Note: represents activity on xAd's platform, broader industry metrics may vary; read as optimizing for CTR raised CTR for retail mobile ads by 40%, while dropping SAR by 69%

Source: xAd, Nielsen and Placed, "Defining Benchmarks for Mobile Success," Sep 18, 2014



„OFF-DEVICE MOBILE ADVERTISING”

- Az offline interaktivizálása a mobillal
- Kereszt hatások (aktivizálás, mérés)



KONTEXTUS ANALÍZIS

És jöhet a BigData...

Context

Location

- Bluetooth
- GPS
- Geo-coordinates
- WiFi
- Cell tower triangulation
- Opt-in/out
- IP Lookup

Time

- Recency
- Frequency
- Session Length
- Daypart

Proximity

- Call-to-action
- Distance from location
- Dwell times
- Speed
- Direction
- Conversion
- Opt-in/out

Device

- Manufacturer
- Operating System
- Type
- Model number
- Carrier
- Browser
- Screen size / resolution

REMARKETING MOBILON

Ha 3-at megjegyzünk:

- Nincsenek **cookie**-k: Device ID
- Lehetőség: **APP** indítás (deep link)
- **Frequency**: maximalizáljunk a hatékonyságért



ÚTRAVALÓ

- Ami a **cél**: AV, CT, CPA, SA, app letöltés, community,...
- **CT**, csak ha van mobil oldal!
- Vigyázzunk a **CTR**-rel!
- **Eszköztípus** célzás célcsoport és napszak alapján
- “**Device type**” is demográfiai adat!





MOBILIZE!



WWW.EBOLAPLAY.COM

JANOS.ARANY@EBOLAPLAY.COM