



A dinamikus értékesítési láncok működése

Szabó Balázs

PPC divízió vezető

+36 70 411 5239

szabo.balazs@hdmarketing.hu

Ugye' megvan?



Crossdevice
eszközhasználat

Többféle
attribúciós modell

User Id-vel
azonosítunk



- uk.scitecnutrition.com
- Rövid értékesítési út
- Központosított marketingstratégia
- Exkluzív értékesítés

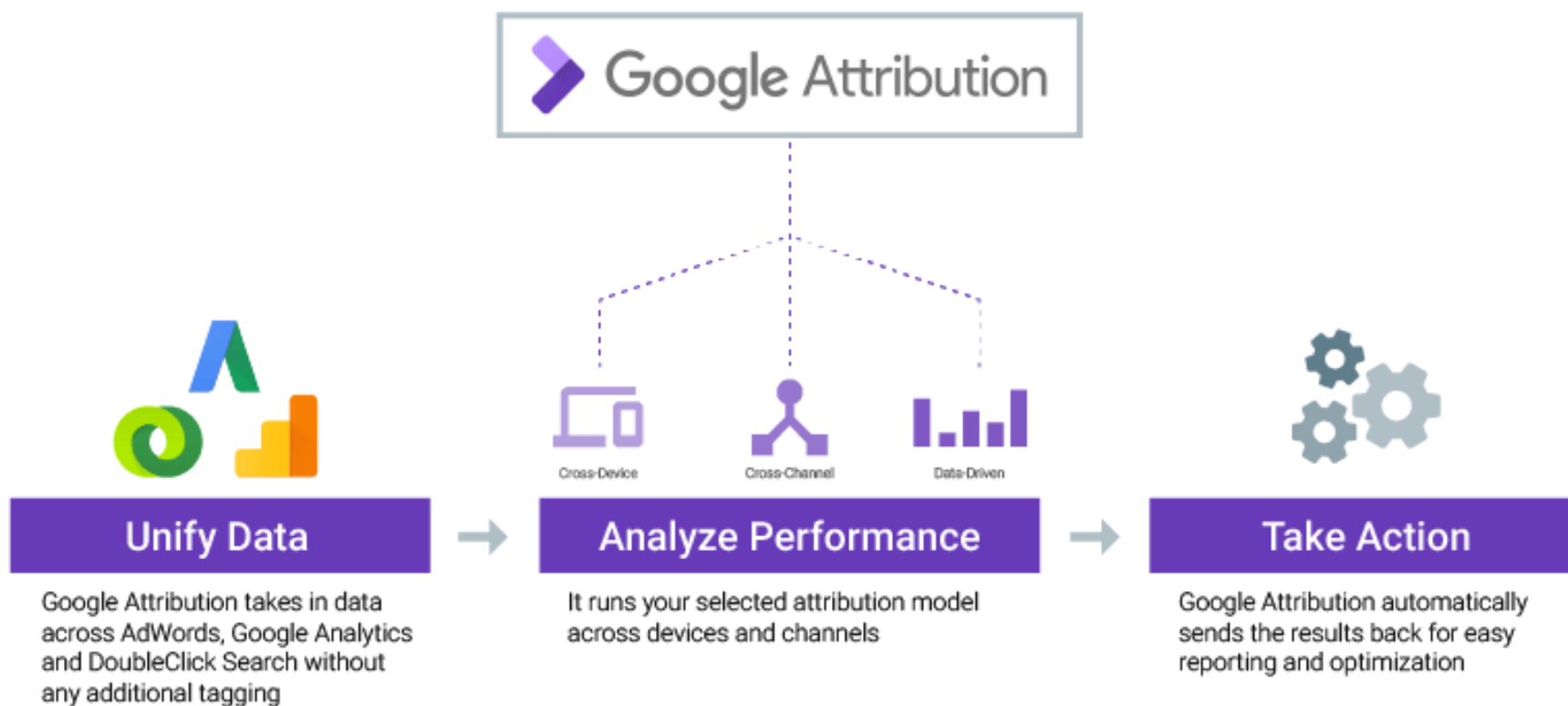
Közvetlen értékesítés: Előnyök

- **Könnyű adatot gyűjteni (saját kód, integrált eszközök)**
- **Nincsenek áttételek**
- Pár apróság
 - az információfogyasztást és az értékesítést azonnal össze tudjuk kötni
 - Customer survey / loyalty / review -ok esszenciálisabbak
 - Attribúciós modellezésben kevés a vak folt
 - Fogg viselkedési modell gyorsabban használható

Közvetlen értékesítés: Előnyök

- Pull : Könnyebb kinevelni a vásárlót, pl.: hírlevéllel, vagy motivációs célokkal
- Push : Azonnali kedvezmények kell csak „erőltetni”
- **Egyszerűen nem marad magára a felhasználó**
- **A márka élmény nem sérül**
- Ebben a témában eszméletlen mennyiségű tartalmat fogyasztanak a felhasználók

Hogyan elemezzük a felhasználót



DoubleClick hálózat itthon gyenge szignálokat gyűjt
Ez már adatvezérelt módban működik

Hogyan gyűjtsük a felhasználót

Facebook Audience Network delivers smarter mobile monetization



Flexible, high-performing formats

Easily integrate custom native ads that fit your design.



Quality, native-enabled demand

Access Facebook's network of global advertisers.



Advanced people-based marketing

Integrate highly-targeted ads that match the interests of your audience.

- Facebook Analytics még kevés adat mutat



Klasszikus értékesítési csatorna/hálózat

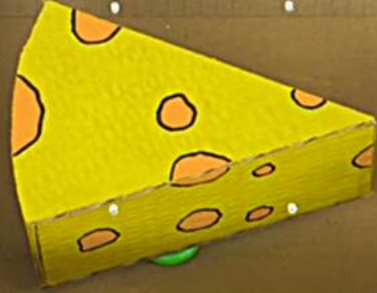
Miért lehet dinamikusán kezelni az értékesítési láncokat?

Nagyon gyorsan pörög az idő

- Nem feltétlenül kell átlátni az értékesítési láncokat
- Sok a csatornák száma (omnichannel)
- Marketingstratégiát rugalmasan kell kezelni

Felhasználó

START



FINISH

Felhasználó

- Én döntök arról, hol keresem az információt:
 - Gyártó weboldala
 - Kiskereskedő webshopja
 - Social vélemények, YouTube videók
 - Offline érdeklődés ☹️
- **Ha nincsen ráhatásom a tartalomfogyasztásra, akkor attribúciós modellben rengeteg vak folt keletkezik**
- **Don't panic! Sok vak foltot befoltoznak a mérő rendszerek.**

Felgyülemlett Cross-Device adatok

- Egyedi felhasználókra vonatkozó adatokat kapunk. Ezt pedig fel kell dolgozni. Adatokat csoportokba kell szervezni.

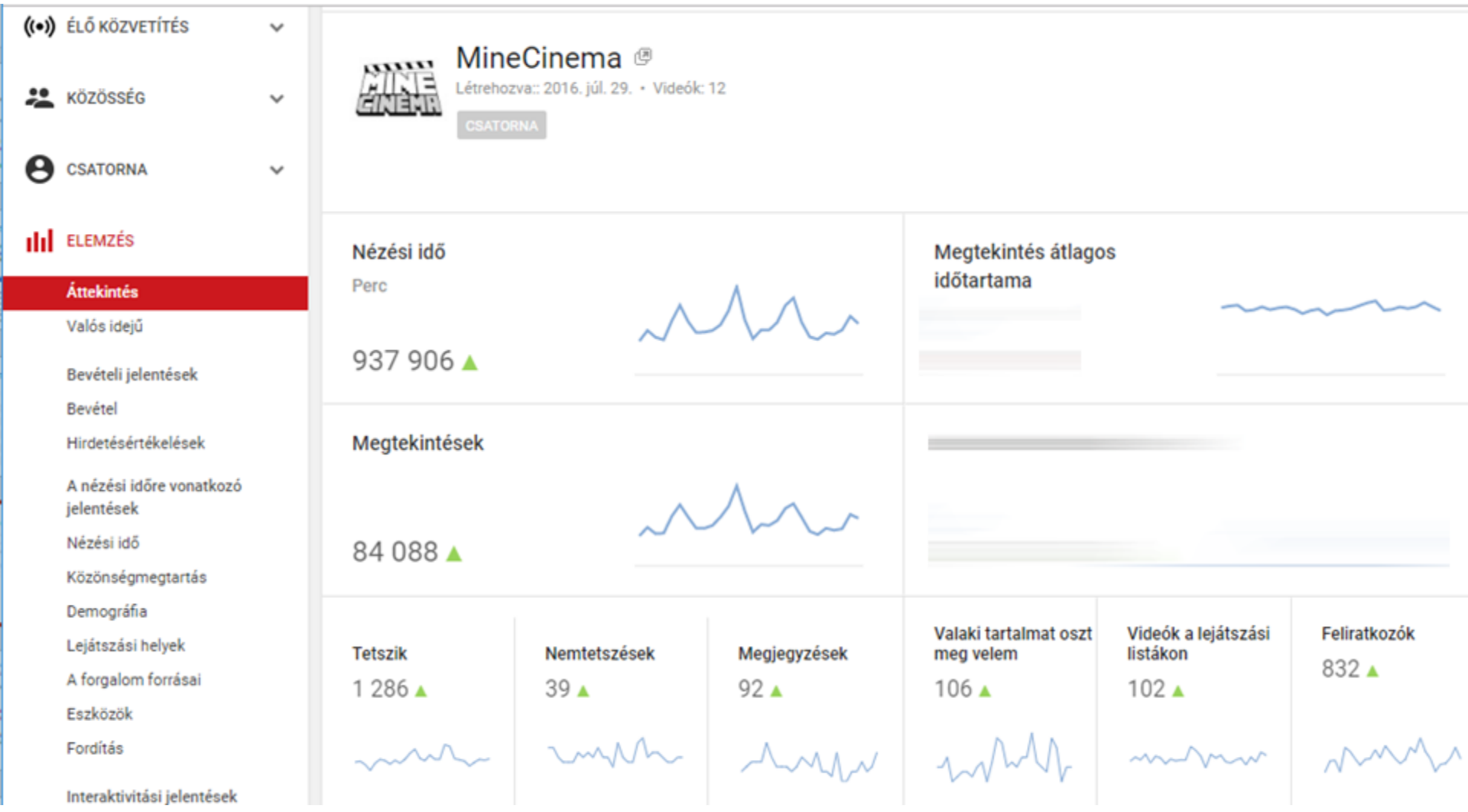
Egyéni dimenzió	Mit tárolunk
dimension1	User Id
dimension2	utolsó 3 db Client Id
dimension3	user célcsoport adatok
dimension4	user születés dátum
dimension5	user regisztráció dátum
dimension6	user utolsó vásárlás dátum
dimension7	user utolsó számított átlagos kosár érték

Felgyülemlett Cross-Device adatok

- Forgalmi forrás variációk

Source/Medium Path ?	Conversions ? ↓
1. arukereso / CT	22 (13.33%)
2. google / cpc	11 (6.67%)
3. arukereso / CT → (direct) / (none)	7 (4.24%)
4. google / organic	7 (4.24%)
5. argep / CT	5 (3.03%)
6. google / organic → (direct) / (none)	5 (3.03%)
7. google / cpc x 2	3 (1.82%)
8. google / cpc → arukereso / CT	3 (1.82%)
9. google / cpc → google / organic	3 (1.82%)
10. (direct) / (none)	3 (1.82%)

YouTube csatorna Analytics adatok



Google Audience adatok

In-market > Wheels & Tires

In-market > Engine & Transmission

Affinity > Truck & SUV Enthusiasts

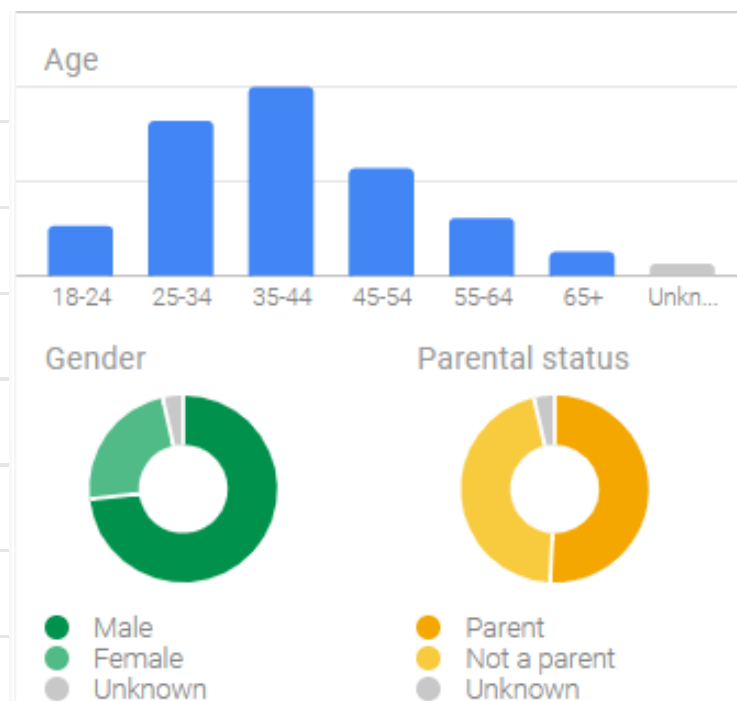
Affinity > Performance & Luxury Vehicle Enthusiasts

Device > Device: Desktop

Location > Hungary

Gender > Male

Age > 35-44



Hogyan igazítsuk a marketing kommunikációnkat az adatokhoz?

- Felhasználóra levetített vásárlási előzményeket kapunk
- **Célzottabb Analytics Remarketing listákkal dolgozhatunk. Szofisztikáltabban tudunk célozni.**
- Vevői ajándék stratégiát / Hűségrendszert tudunk Analytics adatokkal megtámogatni



Köszönöm a figyelmet!



Szabó Balázs
PPC divízió vezető
+36 70 411 5239
szabo.balazs@hdmarketing.hu