

A top-down view of a collaborative workspace. The background is white with various colorful icons and dashed blue lines. There are hands of different people interacting with the space. Icons include a blue play button, yellow speech bubbles, a blue circle with a red pencil, a yellow and black striped clapperboard, a blue globe, a red coffee cup, a blue gear, and a blue bar chart. The text is overlaid on a pink banner.

ADD EL! GONDOLATOK AZ "ÉRTÉKESÍTÉSI KAMPÁNY"- OK FELÉPÍTÉSI ELVEIRŐL

NAGY BARNABÁS - Media Hungary 2018

- Hol van a különbség a reklámkampány és az értékesítési kampány között?
- Mi jellemez egy értékesítési célú kampányt?
- Hogy épül fel egy értékesítési kampány?

„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY?

- Egy reklámkampány célja mindig eladni valamit
- Vagy egy terméket
- Vagy egy eszmét, percepciót, illúziót (pl. márka, adakozás, politika)



„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY?

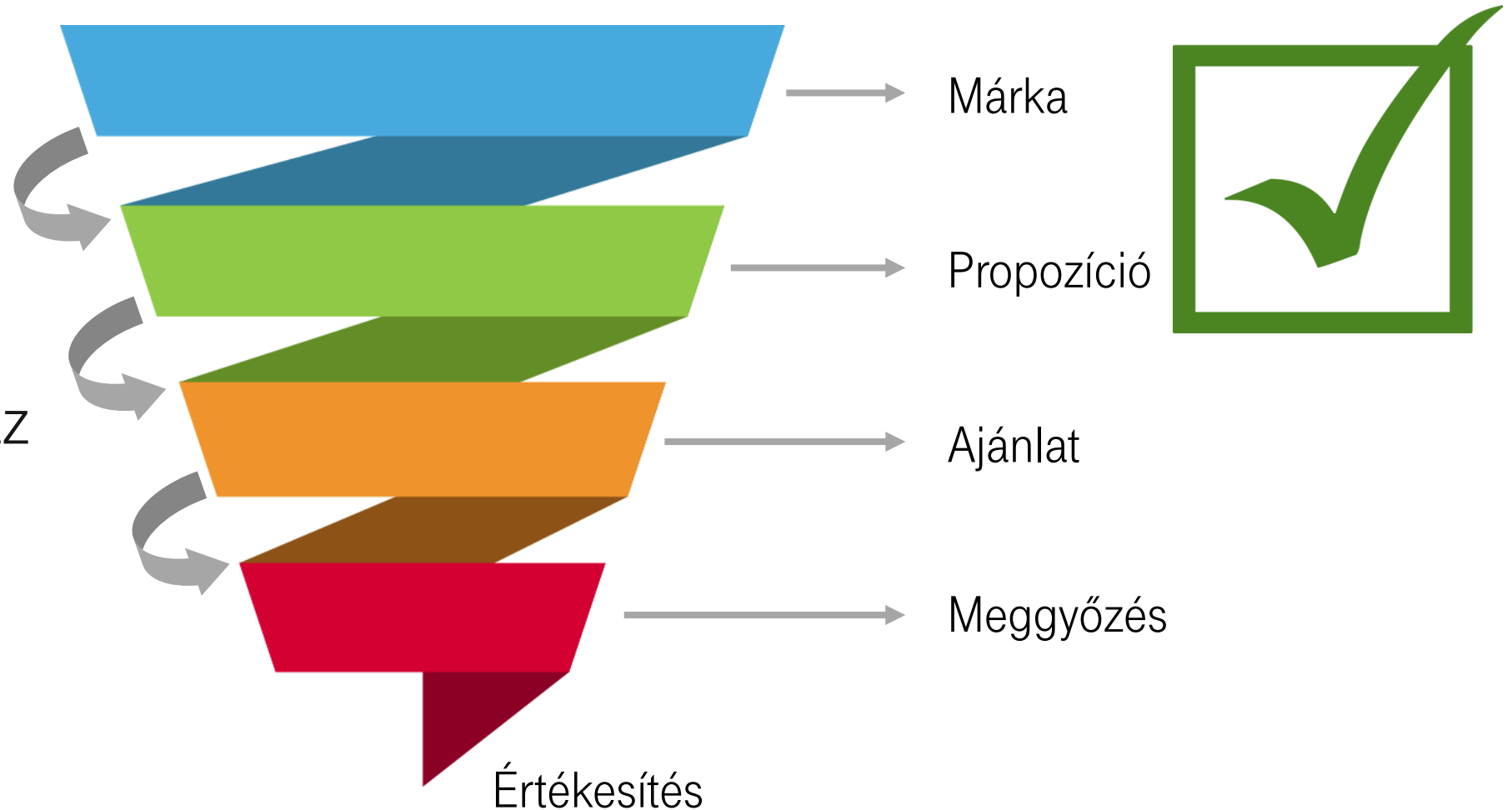
- A cél mindig a megfelelő embernek, a megfelelő üzenet, a megfelelő pillanatban, a megfelelő helyen
- ... a megfelelő áron



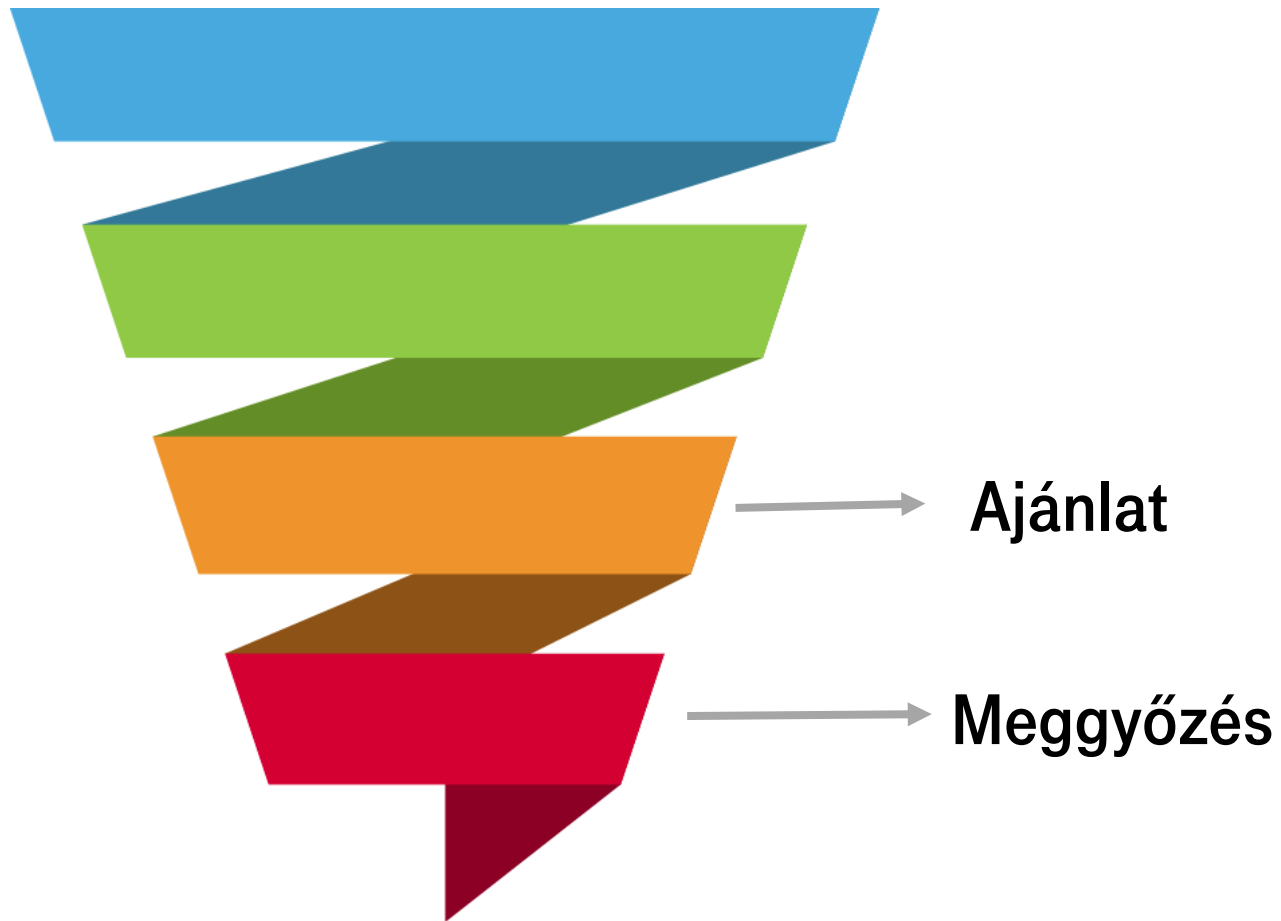
- Elméletileg nincs különbség, gyakorlatilag van értékesítésinek nevezett kampány fajta

A TÖLCSÉR

A cél a
következőbe
terelésen
keresztül eljutni az
értékkeremtésig



ÉRTÉKESÍTÉSI KAMPÁNYOK - AZ AJÁNLAT ÉS MEGGYŐZÉS

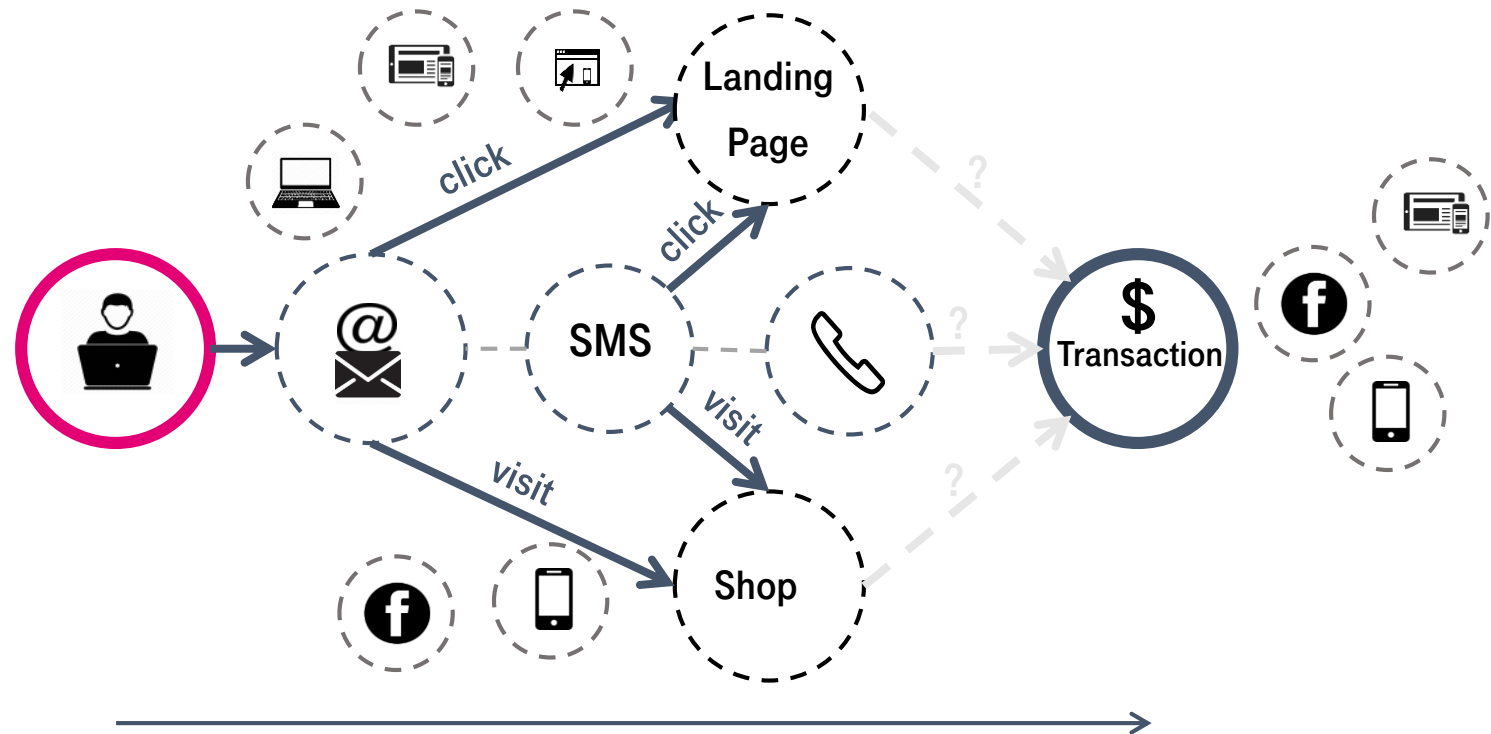


- Tölcsér aljára koncentrál, monetizál
- Performancia központú, call-to-action
- Pull – vásárlóhoz terméket
- Always-on, folyamatosan optimalizált
- Főleg direkt, főleg digitális, főleg mérhető csatornák
- Adat vezérelt, Profil alapú

„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY FELÉPÍTÉSE

Brief helyett / mellett tisztázandók

- Célok
- Költségek
- Keretek
- Felépítés
- Lebonyolítás
- What if forgatókönyvek
- Felkészültségi értékelés



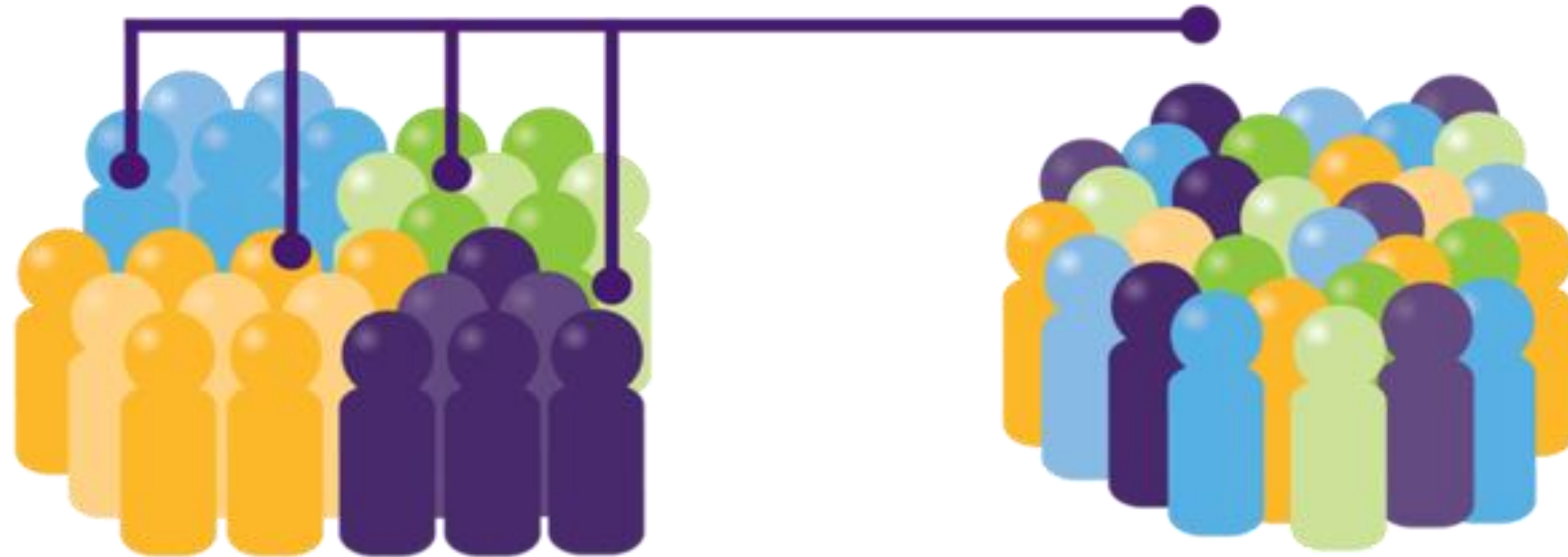
„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY FELÉPÍTÉSE

- Célok
 - Mérhető, előre lefektetett célok, siker kritériumok lefektetése
 - Tipikusan:
 - eladás mennyiségének növelése,
 - az egységnyi eladásra jutó költség csökkentése mellett,
 - avagy a konverziós ráta növelése
- Költségek
 - Mennyi pénzed van
 - Mennyit ér meg neked egy egységnyi értékesítés
 - Mennyire skálázható, ha van több értékesítési lehetőség, meg tudod-e fizetni



„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY FELÉPÍTÉSE

- Felépítés
 - A tölcser meghatározása (stratégia), a mérési pontok meghatározása
 - A felhasználói útvonalak megtervezése (taktika)
 - Ha nem csinálsz márkát és propozíciót, találd meg, mit fogsz monetizálni
 - Szociodemográfia jó, de csak attitűd és viselkedés alapú szegmentációval, sőt, profilokkal, ha lehet

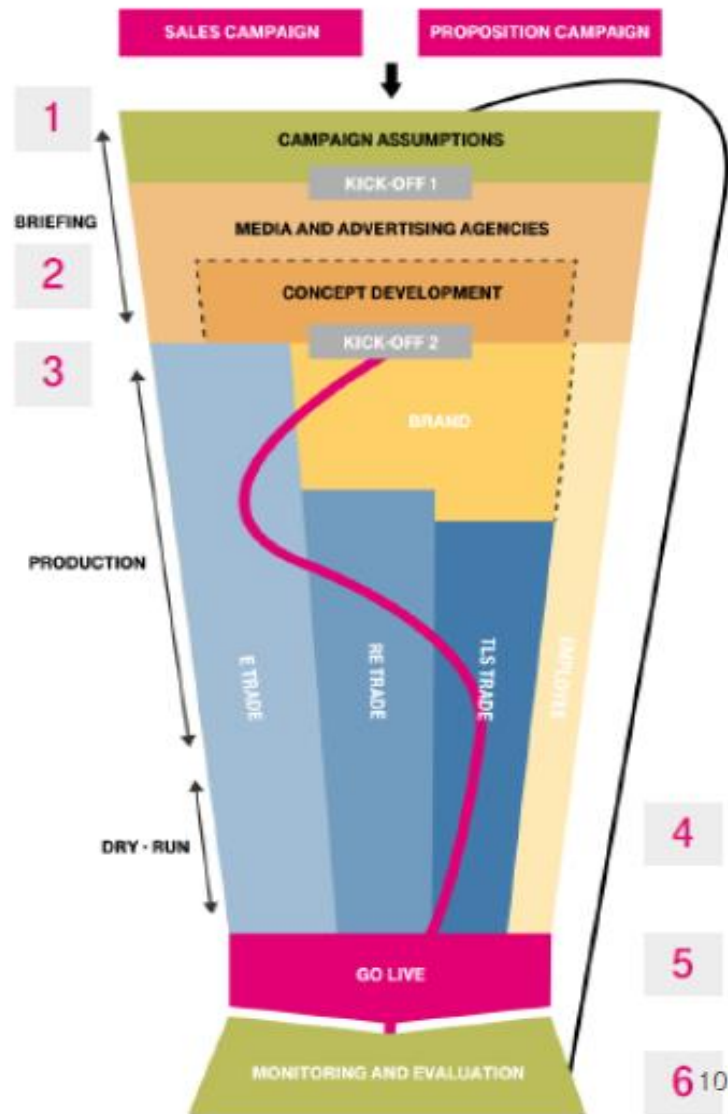


„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY FELÉPÍTÉSE

- Lebonyolítás
 - Mennyi időnként optimalizálsz, hogy nyúlsz bele, mit kötsz le, mit hagysz szabadon
 - Mit optimalizál a gép és mit te
 - Felhasználói útvonalanként kreatív vagy dinamikus kreatív
 - Média vagy kreatív vagy mindkettő optimalizálható
 - What if forgatókönyvek, mi történik, ha...
- Check-list a felkészültségről, pl a landing mennyire képes konvertálni, call center felkészült-e



„ÉRTÉKESÍTÉSI” REKLÁMKAMPÁNY FELÉPÍTÉSE



1. Briefing

- Form campaign team
- Align with team on roles, responsibilities and planning
- Collect assumptions
- Make briefing
- Align with team on briefing

2. Concept development

- Brief agencies
- Develop media plan
- Develop brand concept

3. Production

- Production kick-off
- Align on planning
- Production of materials

4. Dry-run

- Discuss all CJ's
- Align on all materials
- Fine-tune materials
- Finalise CJ's

5. GO LIVE

- Coordinate execution of planning

6. Monitoring and evaluation

- Monitor customer journey based on data
- Fine-tune and optimize customer journey

A top-down view of a collaborative workspace. The background is white with various colorful icons and dashed blue lines. Icons include a blue play button, yellow speech bubbles, a hand holding a red pen, a yellow and black striped clapperboard, a coffee cup, a hand pointing, a globe, and a gear. Hands of different people are visible, interacting with the workspace.

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

NAGY BARNABÁS - Media Hungary 2018