

HELLO.

A HIRDETÉSEK JÖVŐJE

OSZIPOVICS TATJANA / BRAND DIRECTOR

Initiative



A HIRDETÉSEK JELENE

Initiative

A fogyasztók nem hisznek a reklámoknak és nem is szeretik őket

Hogyan próbál erre válaszolni az iparág?

**PERFORMANCE,
ADAT**

relevancia

**INFLUENCER
MARKETING**

hitelesség

**ENTERTAINMENT
(BRANDED
CONTENT)**

szórakoztató
hitelesség

**MÁRKA
PLATFORMOK
(BRANDED
CONTENT)**

érték a usernek
hitelesség

A reklámkampányokkal kapcsolatos munkavégzés sokat változott

- A csatornák, eszközök, és így tervezői döntési pontok száma többszörösére nőtt
- Új digitális metrikák
- Hyper-connected consumer
- Transzparencia és szorosabb együttműködés

A HIRDETÉSEK JÖVŐJE

Initiative

...a hirdetések jövőjét nagyban meghatározza majd a mögötte álló technológia és annak a fejlődése...

1. HAGYOMÁNYOS VALUTARENDSZEREK
2. MÉDIATERVEZŐK
3. MEGELŐZŐ TERVEZÉS
4. CÉLCSOPORTOK
5. KAMPÁNYSTRATÉGIA
6. UTÓELEMZÉSEK



1. + AUTOMATIKUS LICITRENDSZEREK
2. +ALGORITMUSOK
3. VALÓS IDEJŰ TERVEZÉS
4. UNIQUE ADATOK, PERSZÓNÁK, SZEGMENSEK
5. ≠ KAMPÁNYSTRATÉGIA
6. REALTIME ADATVIZUALIZÁCIÓ ÉS BEAVATKOZÁS



KI FOG TÚLÉLNI?



Initiative

Útikalauz túléléshez



ADAT, TECHNOLÓGIA, AI

- A legfontosabb „nyersanyag” az adat, mivel „finomítjuk”?
- Intelligensebb, relevánsabb, gyorsabb reakciójú kampányok
- GDPR?



EMBERI TÉNYEZŐ

- Bevonódás inkább stratégiai, mint taktikai szinten → insightok feltérképezésének felelőssége
- Más típusú tehetségeké a jövő (algoritmusok és adatrendszerek értése)



ÜZLETI MODELL

- Nagyobb transzparencia
- Az ügyfél üzleti modelljének és piacának mélyebb ismerete
- Más típusú árazás és díjazás, PRB, revenue share



Részlet: Black Mirror – Nosedive (<https://www.youtube.com/watch?v=LC5Ds3UftEE>)



THANK YOU

Initiative