

INNOVATÍV DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG NEMZETKÖZI IMÁZSKAMPÁNYÁBAN



HUNGARIAN
TOURISM AGENCY

Berényi Vince
stratégiai marketingért felelős igazgató
vince.berenyi@mtu.gov.hu

Siófok, 2018. szeptember 26.

STRATÉGIAI ÉS KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK



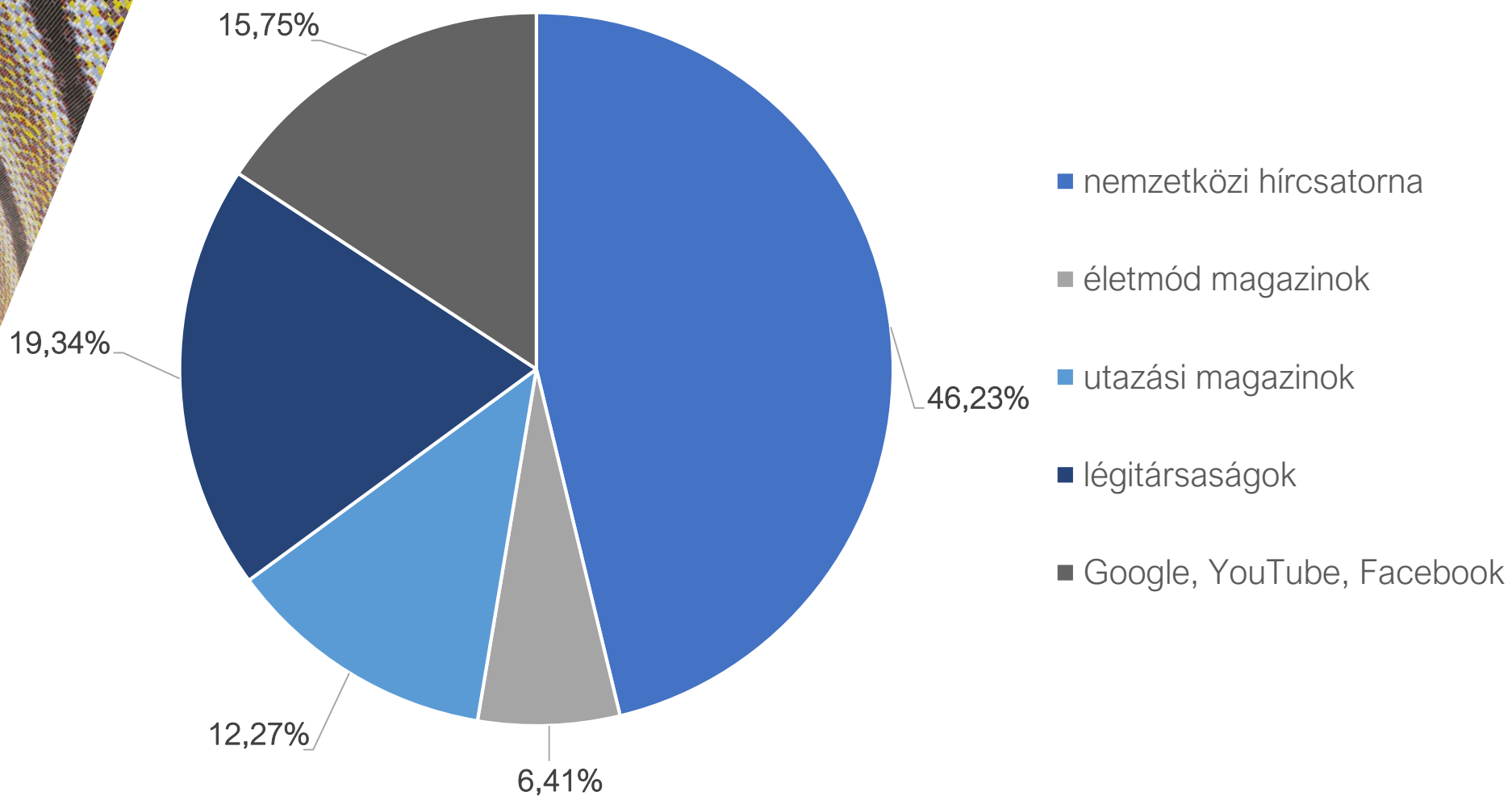
- Az új Budapest-márka bevezetése
 - Budapest ismertségének növelése
 - Budapest presztízsének emelése
 - Keresletösztönzés Budapest iránt
- 
- Magasabb minőségű turisztikai fogyasztás ösztönzése
 - A keresletösztönzésnek köszönhetően az átlagárak növekedése és a szezonális csökkenés csökkentése
 - Az átlagos tartózkodási idő és az átlagos egy főre eső költség növelése

A KAMPÁNY ALAPINFORMÁCIÓI

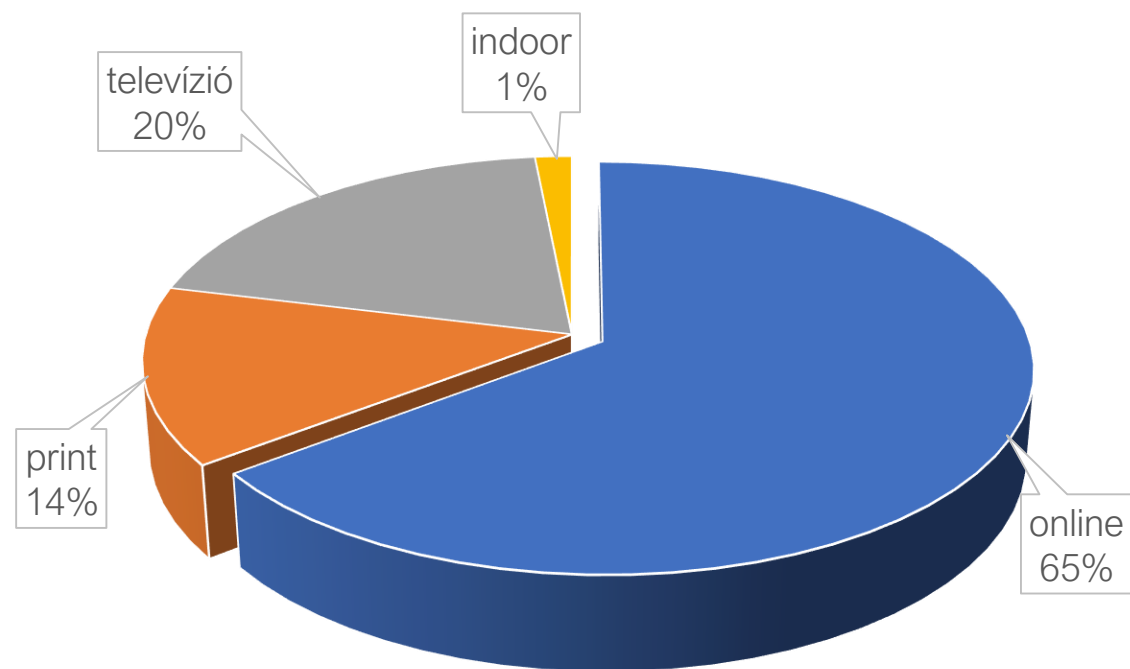


- **Időszak:** 2018. május 15 – június 30.
- **Médiabüdzsé:** bruttó 1,3 Mrd Ft
- **Felületek:** online, print, TV, indoor
- **Célpiaconok:** UK, US, DE, IT, ES, FR
+ CA, AT, IR, CH
- **Célcsoportok:** értéktudatos fiatalok
élménykereső családok
világpolgárok

MÉDIAPLATFORMOK FELOSZTÁSA



MÉDIATÍPUSOK ELOSZTLÁSA



KIEMELT DIGITÁLIS MEGJELENÉSEK & ELÉRÉSEK

BUDAPEST
*Spice
of Europe*



25 millió megtekintés



5,3 millió videó megtekintés



10,5 millió impression



GREAT BIG STORY

5,5 millió videómegtekintés



2,8 millió impression



3,5 millió impression

INNOVATÍV DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK: MOBKOI



BUDAPEST
*Spice
of Europe*

- Technológiai tudás & marketing szakértelem

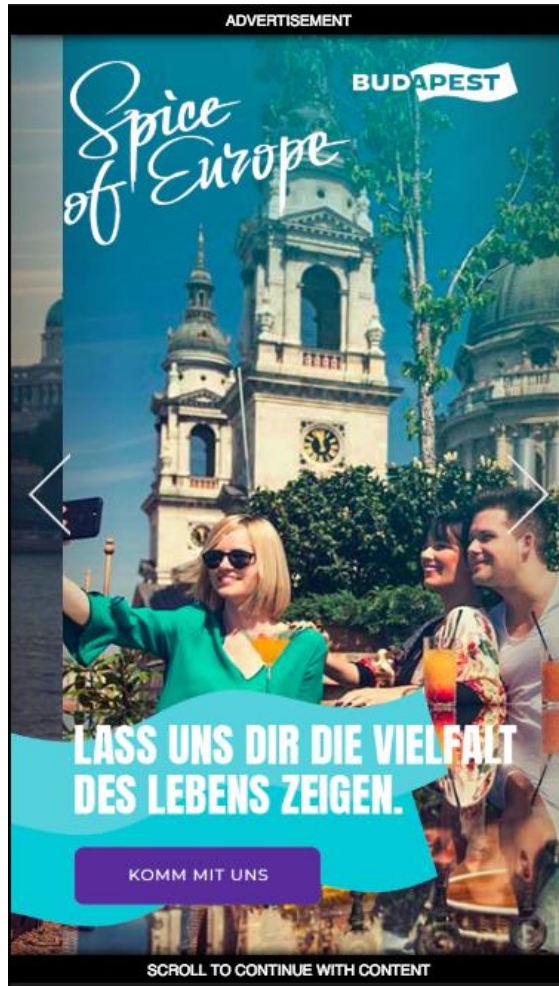
- 
- Brand safety
 - Prémium megjelenési környezet
 - Pozitív brand asszociáció
 - Mobilbarát kreatívok
 - Gazdag videó- és display hirdetések

INNOVATÍV DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK: MOBKOI



- MPU, interstitial és interscroller
- Célcsoportspecifikus kreatívok
- Célországok:
 - USA
 - Kanada
 - Németország
 - Olaszország
 - Franciaország
 - Egyesült Királyság
- Megjelenési felületek: The New Yorker, Die Welt, Vanity Fair, El Mundo, Independent etc.

EREDMÉNYEK: MOBKOI



Pontos kampánymérés szegmensek, megjelenési felületek és kreatívok szerint

- Impressions: 2,8 millió
- Átlag CTR: 1,17%
- Engagement rate: 1,45%
- Viewability: 77%
- Video completion rate: 44%
- Video consumption rate: 63%

Industry benchmarkot túlteljesítő kampány

- Interstitial CTR: 2,11% (Mobkoi travel benchmark 1,5%)
- MPU video consumption rate 85% (Mobkoi travel benchmark 53%)
- Interscroller viewability 73% (Mobkoi Travel benchmark 63%)

FORMABONTÓ DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK: ADARA



- Utazási adatszolgáltató platform
- Több, mint 190 elismert utazási partner

UNITED



American Airlines



Hertz

ACCOR



HomeAway

Marriott

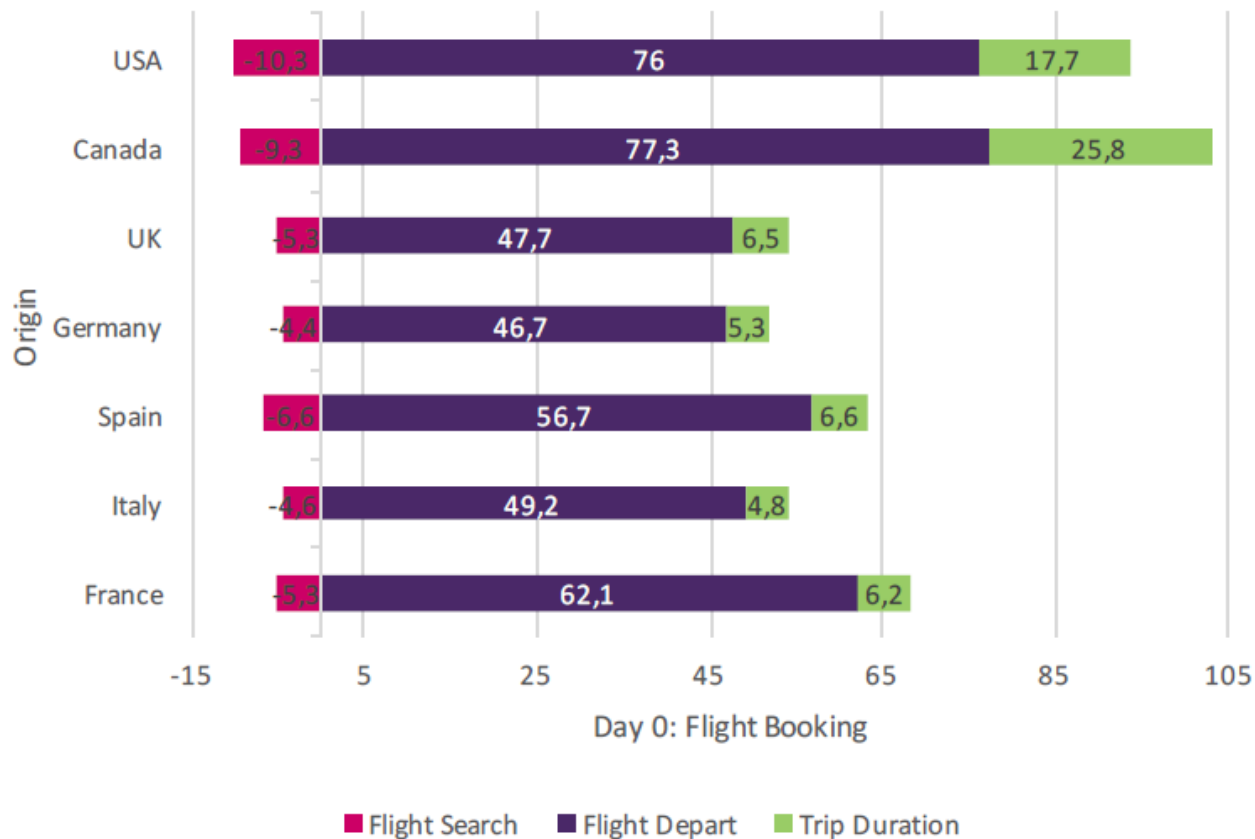
HYATT

- Digitális médiakampányok összekapcsolása a partnerek adatbázisával
- Kampánymérés: hirdetések elhelyezett pixelek összekapcsolása real time keresési és foglalási adatokkal
- Könnyű optimalizálás

FORMABONTÓ DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK: ADARA



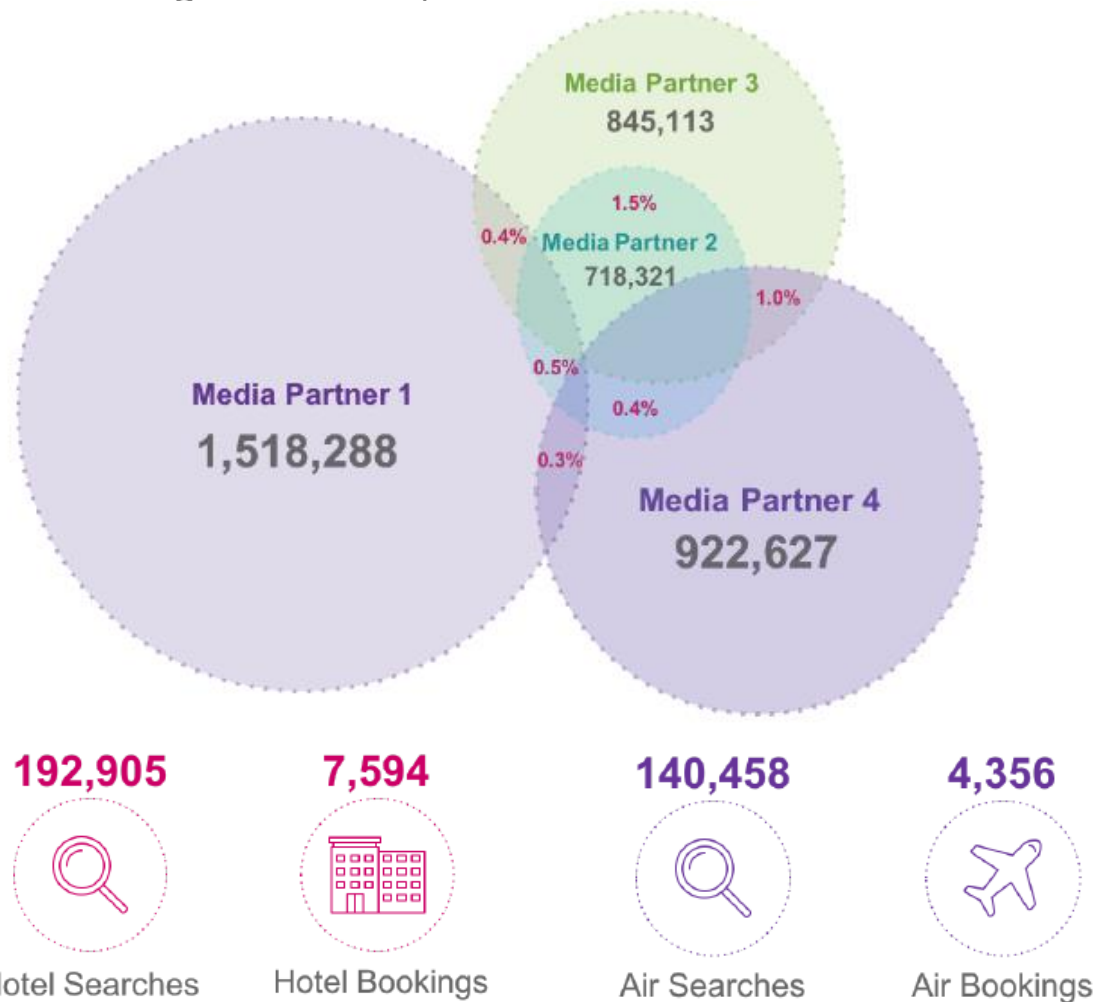
- Célzott targetálás piacspecifikus utazási viselkedés alapján



FORMABONTÓ DIGITÁLIS MEGOLDÁSOK: ADARA

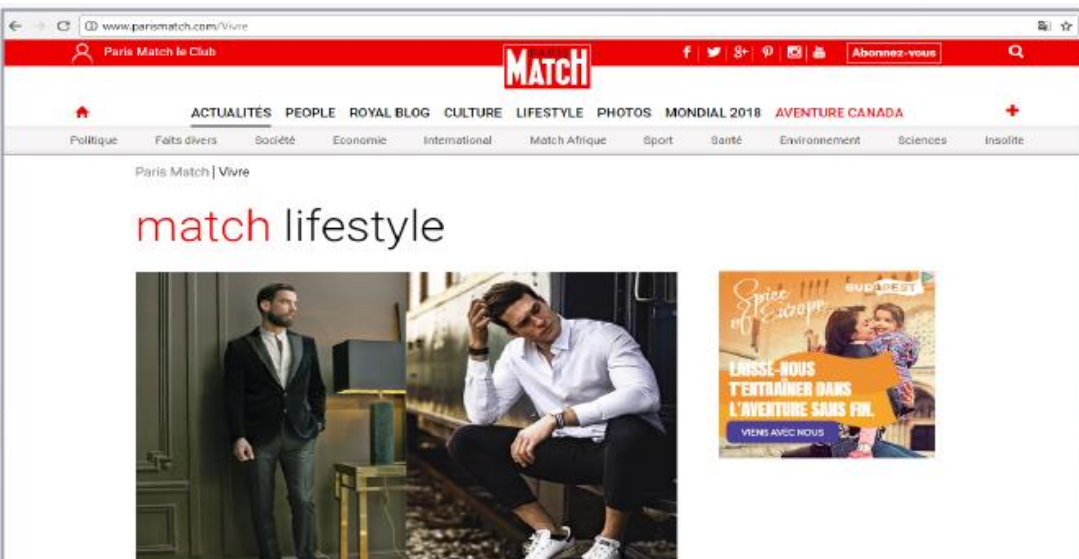


- Pontos teljesítménykövetés és hatásmérés médiaköltési és foglalási szempontok szerint



ADARA & SPICE OF EUROPE KAMPÁNY

- Targetálás: Budapest vagy Budapesttel konkurens desztinációk iránt érdeklődők
- Megjelenési felületek: lifestyle, hír és utazási weboldalak
- Hirdetéstípusok:
 - Facebook newsfeed és carousel
 - Instagram newsfeed és carousel
 - Display



ADARA: EREDMÉNYEK



- Videó kampány:
 - Completion rate: 72%
 - Viewability: 91%
 - CTR: 1,15%
- Display kampány
 - CTR: 0,33%
 - Viewability: 83%
- 307 foglalás
- ADR: 237,06 EUR
- 1.7 utazó/ foglalás
- Átlagos tartózkodási idő: 6.8 nap
- Kalkulált árbevétel: 494.981 EUR
- ROI: 5:1

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!



HUNGARIAN
TOURISM AGENCY

Berényi Vince
stratégiai marketingért felelős igazgató
vince.berenyi@mtu.gov.hu

Siófok, 2018. szeptember 26.