



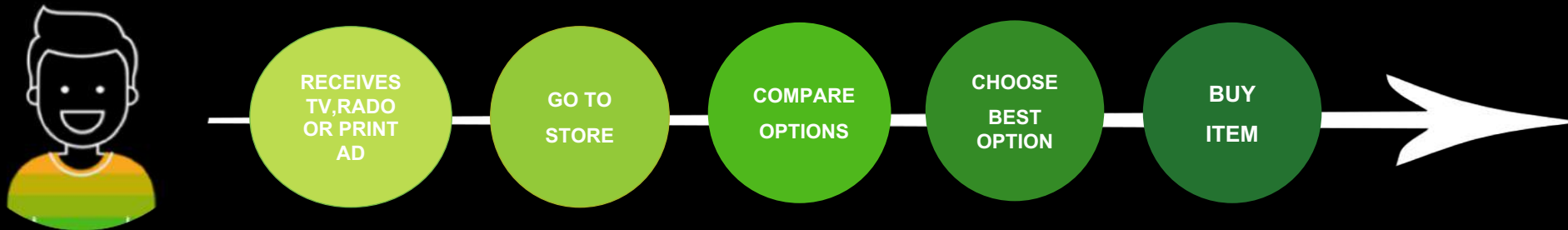
Marketinges kristálygömb ki vesz Skodát és ki adja el a márkánkat

Arany János, SAP CX
Media Hungary, 2019



AGE OF THE CUSTOMER

HOGY MŰKÖDÖTT EGY MÁRKA - **TEGNAP**



MARKETING Department

BRAND | COMMUNICATION

SALES Department

STORE | PARTNER | SALES

CUSTOMER SERVICE Department

CALL CENTER | SUPPORT

THE COMPANY

BACKEND SERVICE | DEPARTMENTS

MA - A TELJES VÁSÁRLÓI ÚT OMNICHANNEL

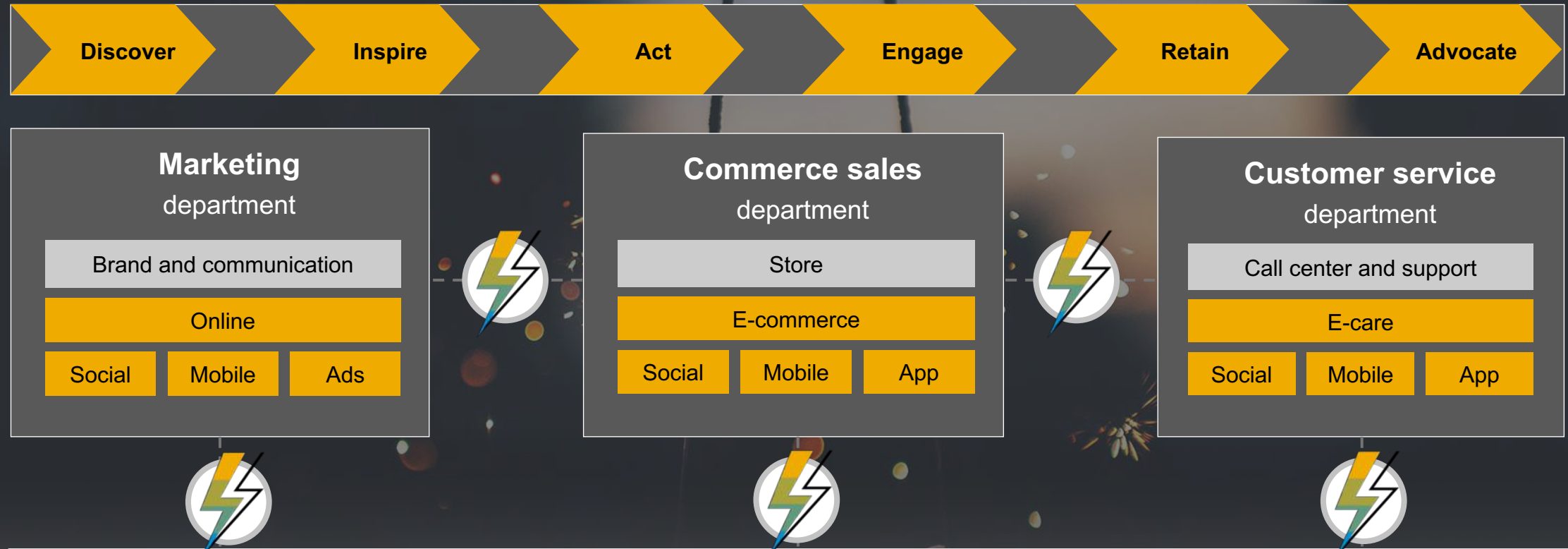
Awareness

Interest &
Information

Decision

Conversion

SILÓS MŰKÖDÉS – **END-2-END** INTEGRÁCIÓS VESZTESÉG



2020-ra, a **digitalis transzformációs projektek 50%-a** az end2end ügyfél élmény hiánya miatt fog megbukni

Source: IDC Research, Inc., IDC FutureScape: Worldwide Chief Marketing Officer 2017 Predictions

A KPI-OK MÖGÉ KELL NÉZNI

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%

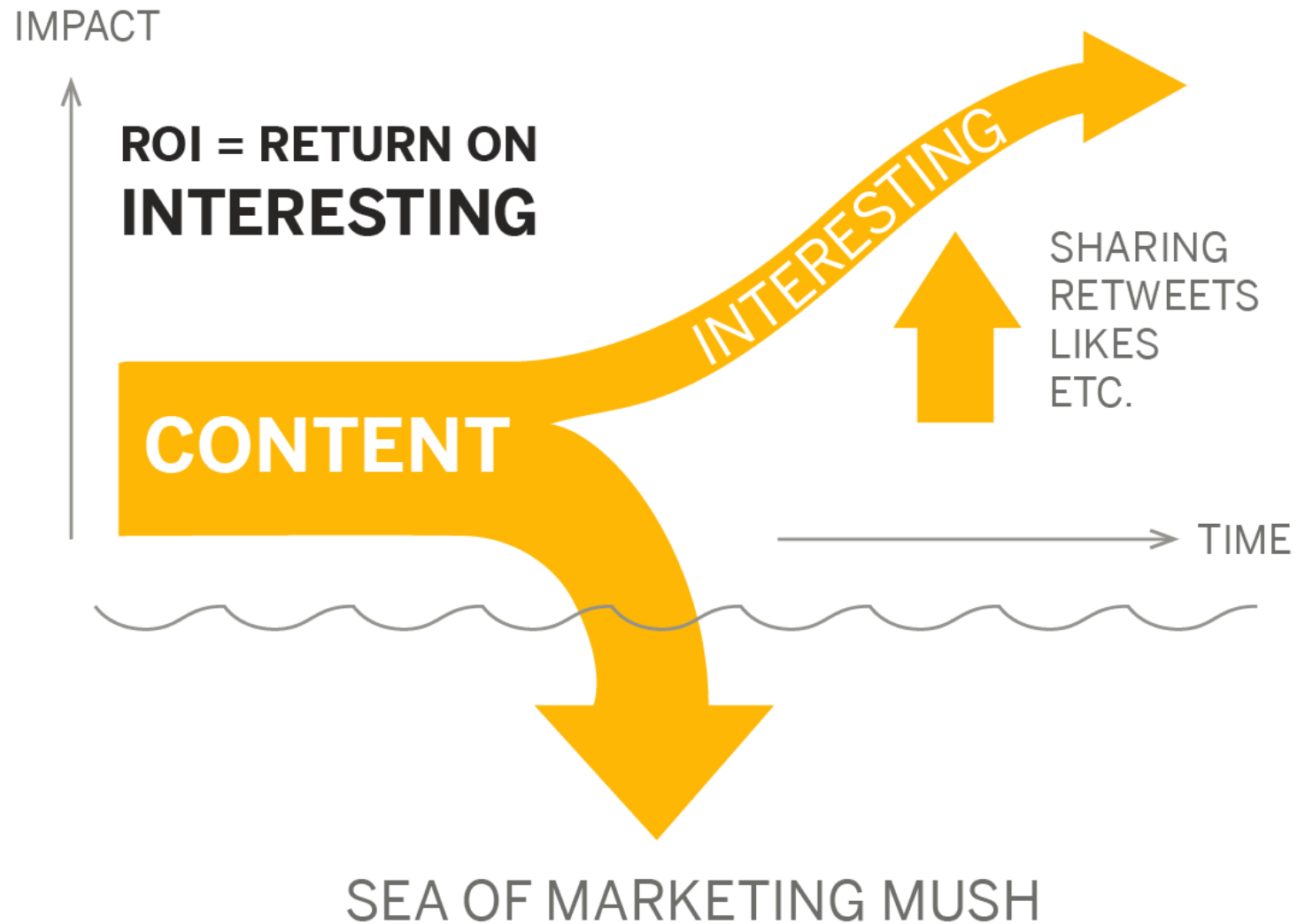
Source: xAd, Nielsen and Placed, "Defining Benchmarks for Mobile Success," Sep 18, 2014

180184

www.eMarketer.com



CONTENT **ROI** – MINŐSÉG!!



KÖZÖSSÉGI MÉDIA – A VALÓS ÉRTÉK



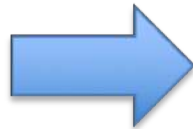
Like



Share!



View



Subscriber!

INTEGRÁLT **MÉRŐSZÁM** MEGKÖZELÍTÉS



A LEAD UTÓÉLELETÉNEK IS VAN **KPI**-A

Sales Team Response Time

Cost of Customer Acquisition (COCA)

Lifetime Value of a Customer (LTV)



HOLISZTIKUS MARKETING CÉL TERVEZÉS
– A VÁLLALATI CÉLOK FÉNYÉBEN



AMI FONTOS

- ÉRTÉKES KPI AZONOSÍTÁS
- E2E MÉRŐSZÁMOK
- HOLISZTIKUS LÁTÁSMÓD

Ha kérdésed lenne:



www.linkedin.com/in/janosarany

