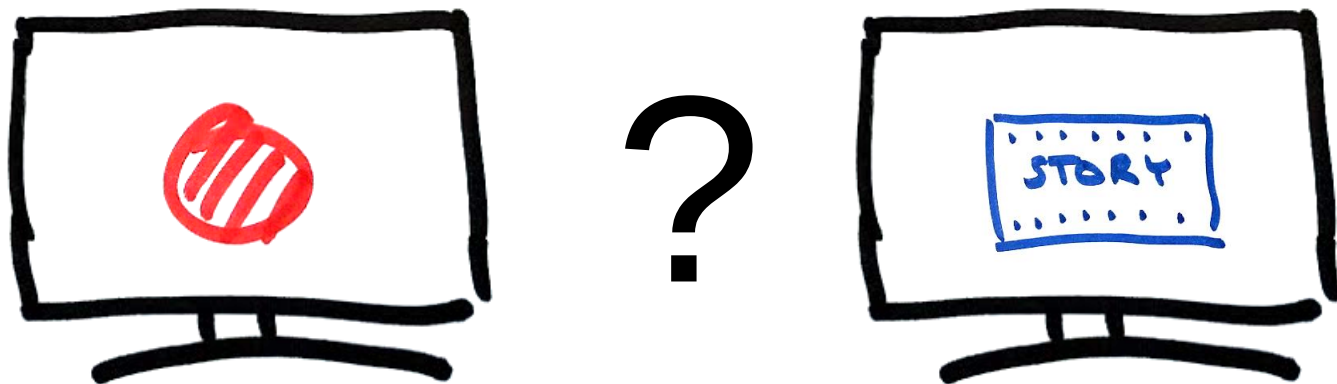


TV & ONLINE

(reklámkampány) együttműködés

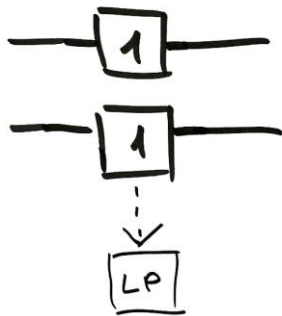


WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.



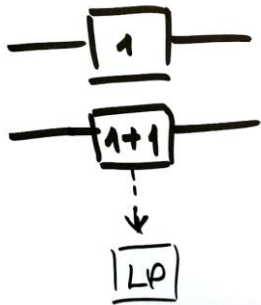
Spothoz szinkronizáljunk,
vagy tartalomhoz?

~ Realtime, TV & Online szinkronizáció módjai



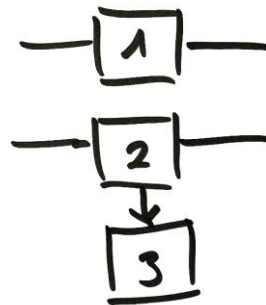
Azonos

(ugyanaz online is)



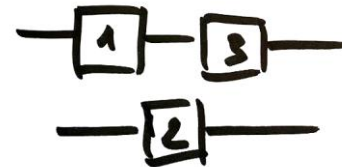
Konkurens

(kontra ajánlat
online,
versenytárral
szemben)



Kiegészítő

(plusz infó online,
folytatás online)



Átjárható

(élő műsor és
online események
befolyásolják
egymást)

Spot Sync

Azonos



Kihívások:

Pontatlan spotlista

Alacsony célcsoport átfedés (hány százalék ül pont TV előtt)

Rövid időtartam (kevés Impression-t lehet kiszolgálni, mégkevesebb a CT)

TIPP:

Inkább érdemes blokkra szinkronizálni,
mint percre/másodpercre, azaz magára a spotra.

Spot sync

Konkurens



Előre nem tudjuk biztosan

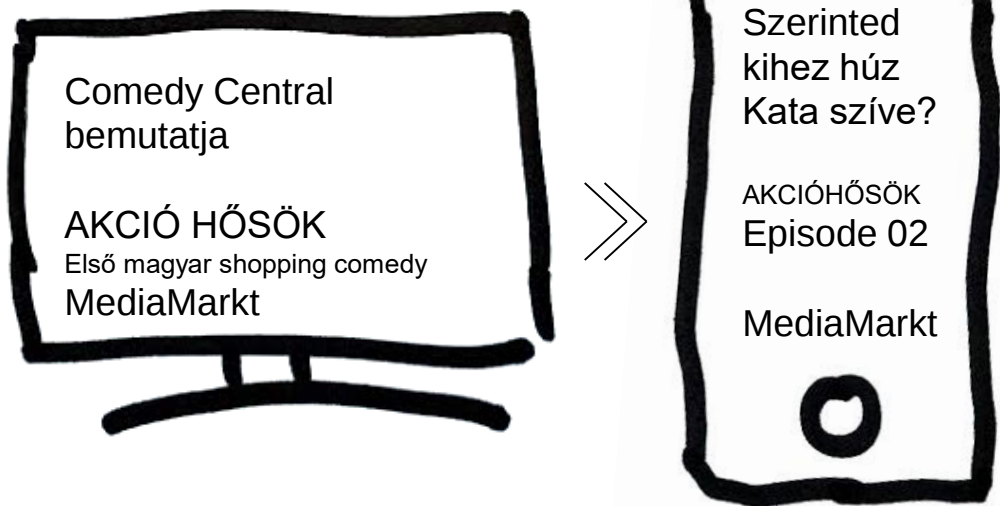
a pontos ajánlatot amivel versenyzünk

(persze az online jó abban, - ha az üzelt is támogatja- hogy gyorsan reagáljon)

Jó jön hozzá egy dinamikus hirdetés generáló rendszer. :)

Content Sync

Kiegészítő, folytatódó



Időzített online hirdetések, a műsor programnak megfelelő időpontokban.

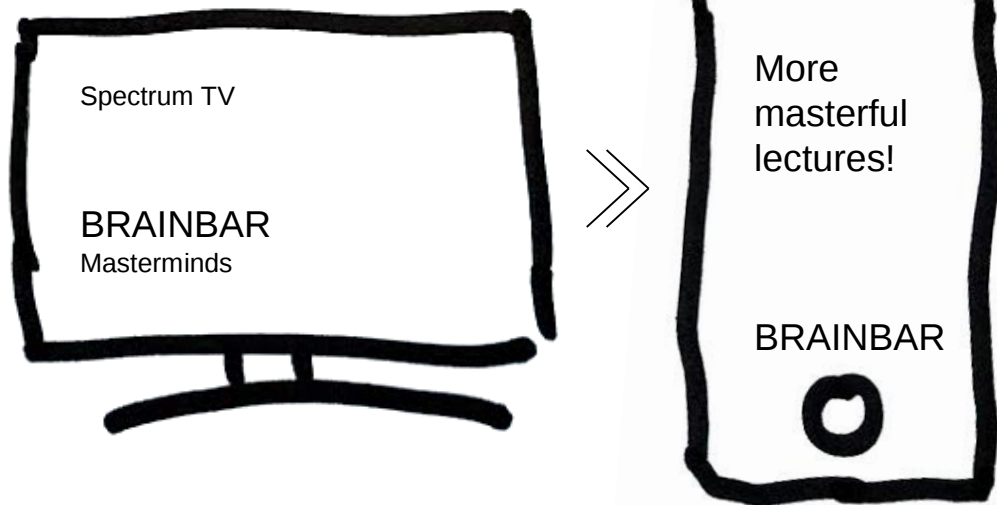
Nagyobb időablak

Saját landing saját adatgyűjtés, így már lehet kit lookalike-olni

Non-plus ultra: tartalomból vásárlás

Content Sync

Kiegészítő, folytatódó



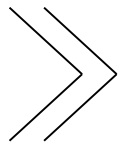
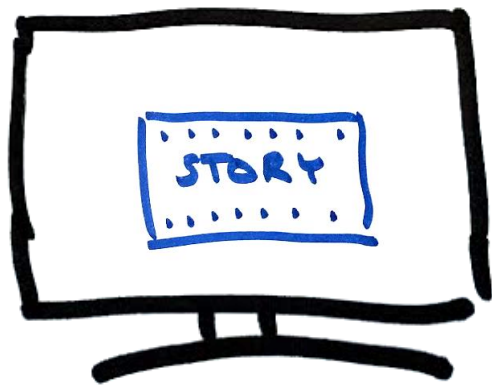
Saját formátum fejlesztés húzóneveknek
Online hírfolyamra feliratkoztatás

Content Sync

Átjárható



Most készül.



Longform tartalomhoz jobb szinkronizálni!

- + Valós érdeklődést kaphatunk el online
- + Tudjuk mikor van pontosan
- + Beindul a bid még a tartalom alatt
- + Tudunk saját adatot képezni (később egyre pontosabban szinkronizálhatunk)