

# Adatforrások...

...A TARTALOMSZOLGÁLTATÁSBAN ÉS -TERJESZTÉSBEN



GEIGER TAMÁS



@duracelltomi



linkedin.com/in/duracelltomi



jabjab.hu



## Geiger Tamás

- Látens alkoholista
- Az ördög ügyvédje
- A média közellensége
- A naaaaagy hirdetési szereplők mecénása
- .... 😊





# Miért "szexik"?

- ▶ **Sok-sok adatuk van!**
- ▶ Google
  - ▶ Mire kerestél?
  - ▶ Hol jártál? (telefon lokáció + naptár)
  - ▶ Mit néztél? (YouTube)
  - ▶ Miről levelezel? (ma már kevésbé direktbe célozható)
  - ▶ Stb.

# Miért "szexik"?

- ▶ Sok-sok adatuk van!
- ▶ Facebook
  - ▶ Milyen cikkekre kattintottál a hírfolyamban? (címsor, tartalom, téma)
  - ▶ Mit lájkoltál?
  - ▶ Miket osztasz meg Te magad?
  - ▶ Milyen képek felett töltesz sok időt?
  - ▶ Stb.

# Miért "szexik"?

- ▶ Sok-sok adatuk van!
- ▶ Mindkettőnek
  - ▶ Demográfiai adatok (életkor, nem)
  - ▶ Érdeklődési adatok (keresések, tartalom fogyasztás alapján)
  - ▶ ... és még ki tudja, mit rejt a motorháztető 😊

# Miért "szexik"?

- ▶ **Performancia fókusz**
- ▶ Define: performancia
  - ▶ Brand awareness (unique reach)
  - ▶ Traffic (CT reach)
  - ▶ Website goals (lead, subscribe, purchase, stb)
- ▶ Egyre nagyobb gépi tanulással egyre kevesebb meddő szórás

# Miért "szexik"?

- ▶ **Transparenssek**
- ▶ Részletes hirdetés riporting
- ▶ Benne a valós költség és performancia adatokkal
  - ▶ Oké, oké: néha kiderül, hogy "elszámolták" 😊
  - ▶ DE nincs listaár VS "neked" csak "ennyi"



# Miért "szexik"?

- ▶ **Kevésbé zavaróak a felhasználóknak**
- ▶ Az AdSense is egyre jobban bünteti a hirdetés halmozást
- ▶ A hirdetési formátumok között nincsenek "innovatív" megjelenések
  - ▶ Beeső címlap tartalom mögött elinduló hirdetés
  - ▶ Címlapot erőszakkal oldalra toló script, ami egy közel full screen hirdetést tol az arcunkba
  - ▶ Interstitial hirdetések
  - ▶ Stb.

# Miért "szexik"?

- ▶ Sok-sok adatuk van
- ▶ Performancia fókusz
- ▶ Transparenssek
- ▶ Kevésbé zavaróak a felhasználóknak

“ De mi nem is igazán a  
KKV-kra lövünk

”

RANDOM SALESHOUSE EMBER (AKINEK NEM INGE....)

1. Sokszor a KKV-k jelentik a long tailt!
2. A nagyvállalatok is napról napra tudatosabbak és adat alapon működnek

Hogyan versenyezzünk ezzel?

# Adat, adat, adat

- ▶ Saját oldalainkon gyűjtsünk minél több adatot
  - ▶ Ne csak azt, hogy mely oldalakon járt
  - ▶ Mennyire olvasta végig? (pl görgetési mélység, alsó tartalmi elemek megjelenése)
  - ▶ Kattintott-e benne valahova? Hova?
  - ▶ Ha van bejelentkezés az oldalon, legyenek minél többen bejelentkezve
    - ▶ Demográfiai adatok kapcsolása fogyasztási szokásokhoz
  - ▶ Milyen "előző, külső" oldalakról érkezett a felhasználó hozzánk?
  - ▶ Milyen elemeivel lépett interakcióba a felhasználó oldalainknak?

# Adat, adat, adat

- ▶ Képezzünk ezekből célozható szegmenseket
  - ▶ 25-35 közötti nők, akik diétás recepteket nyitottak meg és töltöttek el ezen oldalakon legalább 2 percet
  - ▶ 35-55 közötti férfiak, akik a legutóbbi 7 napban legalább 4 cikket olvastak <random párt neve> témájú cikkeket
    - ▶ Fallback: demográfia nélkül

# Adatgyűjtés – Hogyan?

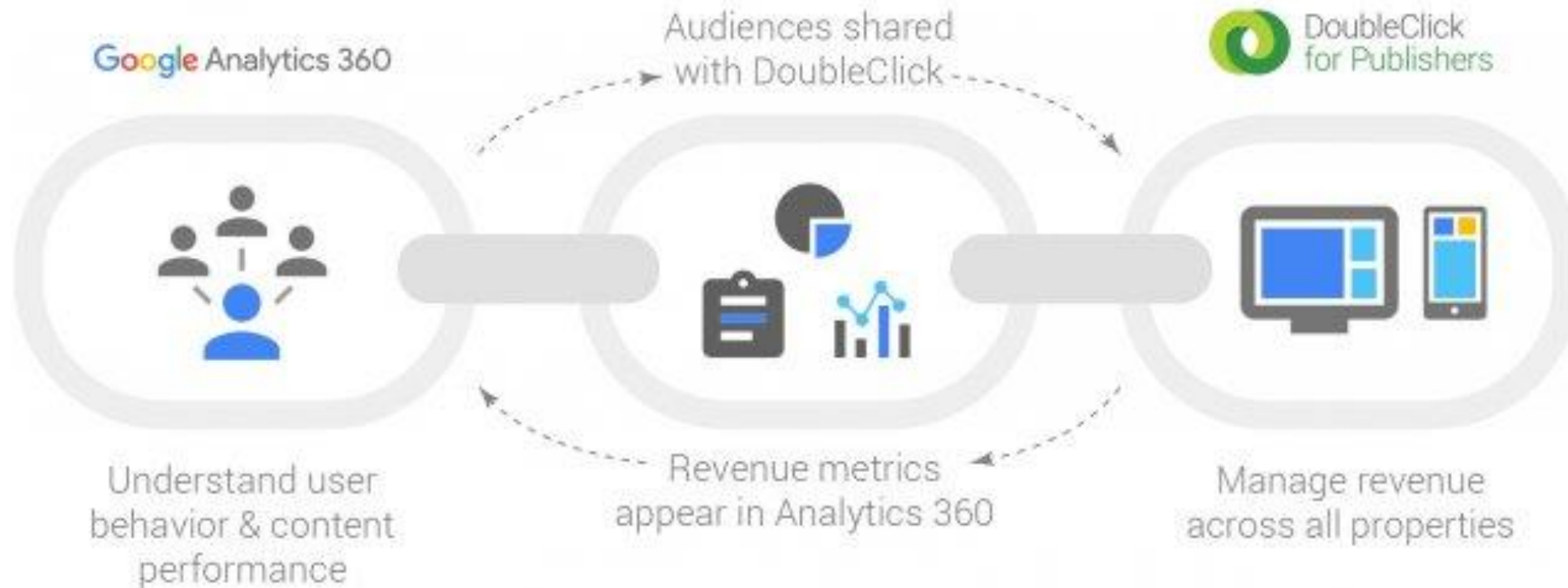
- ▶ Aggregált módon
- ▶ Személyes adat kezelése nélkül
- ▶ De ez akkor is profilozás → gondoljunk a GDPR-ra és a hozzájárulás kezelésre
- ▶ Programmatic elérés már most is ott van sok oldalon, de vajon mennyi adatot kapnak ezen rendszerek, amivel a hirdetőik felé nyithatnak?
- ▶ Mi van, ha mi magunk is elérhetővé teszünk ilyen és hasonló szegmenseket a listaáras médiaajánlat helyett mellett?

# Egy lehetséges technológiai stack

- ▶ Google Analytics 360
  - ▶ Az ingyenes Google Analytics prémium (fizetős) verziója
- ▶ Google Ad Manager
  - ▶ Leánykori nevén DoubleClick for Publishers + DoubleClick Ad Exchange
  - ▶ SSP + hirdetés management



# Egy lehetséges technológiai stack



# “ Akkor most a Google segítségével vegyem fel a harcot a Google ellen? ”

EGY LEHETSÉGES GONDOLAT AZ ITT ÜLÖK KÖZÖTT

- "A Google a barátunk"
- Borzasztóan sok tudást és tapasztalatot halmozott fel az évek során
- Miért akarnánk ezt a lemaradást behozni, ha kulcsrakészen elérhető?
- *(disclaimer: az előadó ügynöksége viszonteladója ezen termékeknek, DE NEM azért mutatta meg, hogy most gyorsan mindenki ezt vegye meg tőle, hanem, hogy megmutassa, léteznek szofisztikált megoldások, "csak" akarni kell)*

# Köszönöm!

- ▶ Miért "szexi" a Google és a Facebook?
- ▶ Rengeteg adaton ülünk, de vajon felhasználjuk?
- ▶ Kihhasználjuk-e a jelenlegi ad platformunkat?
  - ▶ Ha nem, használjuk ki
  - ▶ Ha nem tudja, cseréljük le