

A média új terméke: tartalom helyett adat(?)

Berényi Konrád

Miből származik a bevétel?

- a látogatókból?
 - csak közvetve
- a reklámokból?
 - legtöbbször: igen
- az oldalon elhelyezett reklámokból
- a reklámon keresztül máshonnan

Miből származhat bevétel?

Látogatók adataiból

Ki mit nézett

Ki mit csinált

Ki honnan jött

Mi ebben az új?

Az adatokat máshol használjuk

A Családineten vagy a Szeretlekmagyarországon gyűjtött adatokkal más oldalakon is tudunk célozni

A kapott adatokat más adatokkal - pl. telko adatok - pontosíthatjuk

Anonimizálás

Ez az adatgyűjtés nem tartalmaz személyes adatokat

De azonosíthatóak a felhasználók (illetve a böngészők)

GDPR kompatibilissá tehető

Mi az értékes adat?

Ami egyedi

Ami a jó célzásban segít

Amit van, aki felhasznál

Mi az értékes adat?

férfi - nem

középkorú - nem

érintkezik az autók - igen

érintkezik a Volkswagen márka - igen

érintkezik valamilyen családi VW - igen

vásárlási szándéka van - igen

Hogyan gyárts adatot?

tartalom

megfelelő csoportosítás

tag-elés

Tartalom

Olyan tartalmat írnj, ami behozza azokat a csoportokat, akikre szeretnének célozni

Vagyis tartalommarketing

Csoportosítás

Nem elég odavinni a látogatót, azonosítani is kell

Lehet, már most is rengeteg értékes adatod lehetne

Rovatkialakítás, alrovatok használata segíti a könnyebb beazonosítást

Tag

Akár oda is írhatod, miről szól a cikk...

Kötődés egyes márkákhoz

Márkához kötött tartalommal az érdeklődés is mérhető

A kötődés foka is mérhetővé tehető

Ehhez interaktív tartalmakat is lehet fejleszteni

Ez már nem újságírás, de “elférhet”

Hogyan keletkezik?

Kell egy mérőkód

Kell egy adatbázis építésre alkalmas eszköz

Fontos az anonimizálás!

Kell egy eszköz, amivel az adatokat át lehet adni

Megoldás: pl. programmatic felületek

Hogyan keletkezik?

1. Tartalomszolgáltatók
2. DMP
3. Szegmensek készítése
4. Ügynökségek
5. Megjelenések

Mennyibe kerül?

nálunk olcsó, nyugatabbra már jóval drágább
Itthon 0,8-2 euro a CPM ár

Mennyibe kerül?

ha jó az adat, sokkal olcsóbb lesz az eredmény
kisebb teljesítés
kevesebb zavaró hirdetés megjelenés

Hogyan tovább?

Piaci edukálás szükséges, főleg a hirdetői oldalon

Ügynökségek bizalmának a megszerzése

Már léteznek működő megoldások

Köszönöm a figyelmet!

Q?