

DEEP  
INSIGHT

# **A design szemlélet szerepe a kommunikációs kampányokban**

# Egy saját sztori

**A márka is egy személyiség. A vezető, CEO, mint egy apa.**

1. Saját és valid infókból vár el és tervez, elvár, számít valamire.
2. A valóságban egy gyermek a terv szerint elindul, de pont mind egy márka vagy egy kampány, végül teljesen máshova lyukadhat ki.

**(mély)**

**megértés**

# 1. A megértés

Empatikus, emberközpontú megértése a kampánycélnak.

Minden vezető ismeri a vásárlóit, cégét, termékét. Elég-e, amit leírnak a briefben, elmondanak a termékről, problémáról?

Termék, szolgáltatásteszt, korábbi kampányok és kommunikáció elemzése és beta kampánycélok meghatározása.!

**meghatározás**

# 2. Meghatározás

Az extra itt jön: meg kell határoznunk azokat az insightokat, melyekre a kommunikáció épülhet. A közönséget perszonákra bontani, interjúztatni (nem csak üzenet, termék fókusszal is).

Kreatív üzeneten felül user insightra kell törekedni.

“Viselkedj óriásként, mielőtt kicsi leszel”.

# 2. Meghatározás

A perszónaalkotás roppant fontos, a korábbi insightokból már jelentősen pontosabb képet kapunk, kihez kommunikálunk. De a **személyiségprofilozás** helyett érdekesebb a **viselkedésprofilozást** használni, minimum kiegészíteni a perszónákat.

**tervezés**



# 3. Tervezés

Vannak beta goaljaink, megismertük a közönséget, jöhet a brainstorming. Mit, hogyan, hol? Nincs rossz ötlet!

**gyártás**

# 4. Gyártás

Az ötletalmazból a megvalósíthatóság és a szűk, már alakított goalok tükrében a végső kampánystruktúra és eszközpark meghatározása következik. A megoldások megszülettek, ezek gyártása végbement.

Készen állunk.

**mérés, teszt,  
mérés...**

# 5. Mérés és teszt

Insightokat gyűjtöttünk, terveztünk, ötleteltünk, gyártottunk. Megvan a v1 indulás, de készen vagyunk? Nem!

Első körös landing oldalak, bannerek és üzenetek: megfelelő adathalmaz és reakcióelemzés után "újravarrunk" mindent. Majd újra és újra...

1

## Megértés

Megbízó, termék/szolgáltatás megértése, tesztelése, rebriefje + szembesítés"

2

## Meghatározás

Célközönség újradefiniálása, perszónaalkotás, interjúztatás (ha lehet, viselkedésprofilozás)

3

## Tervezés

Mit, miért, hogyan. Brainstorming - ereszd el a hajam modra. Ha van lehetőség, prototipizálni eszközöket és tesztelni.

4

## Gyártás

Ötlet és megoldásvalidálással a konkrét eszközök gyártása.

5

## Mérés, tesztelés...

V1 eszközök mély, eles tesztelése, azonnali és folyamatos mérése, majd újra és újra pontosítás/formálása.

**Köszönöm a figyelmet**