

PERFORMANCE SZEMLÉLET A GYAKORLATBAN



CIB BANK

10 PERCBEN



Előszó



E-business helye, szerepe



Performance célok megjelenése



Klasszikus eszközökről: A/B teszt, KPI-k, Attribúciós modell



RTB „külső” szemmel



Útravaló

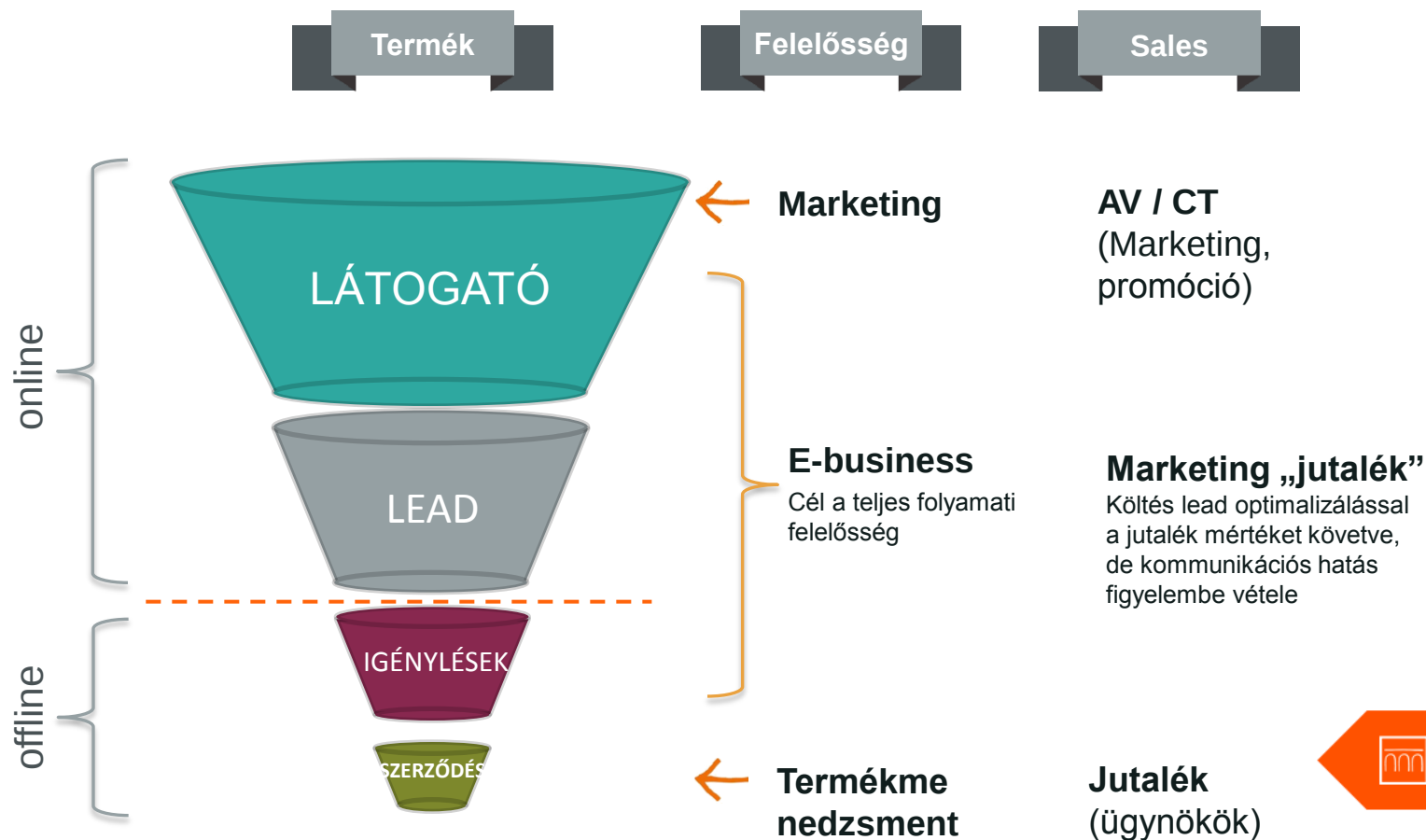


CIB BANK

BEVEZETÉS

- Bemutakozás
- A CIB-ről
- E-business

E-BUSINESS POZICIONÁLÁS



CIB BANK

PERFORMANCE EREDMÉNYEK - LANDING

E-business mint új csatorna

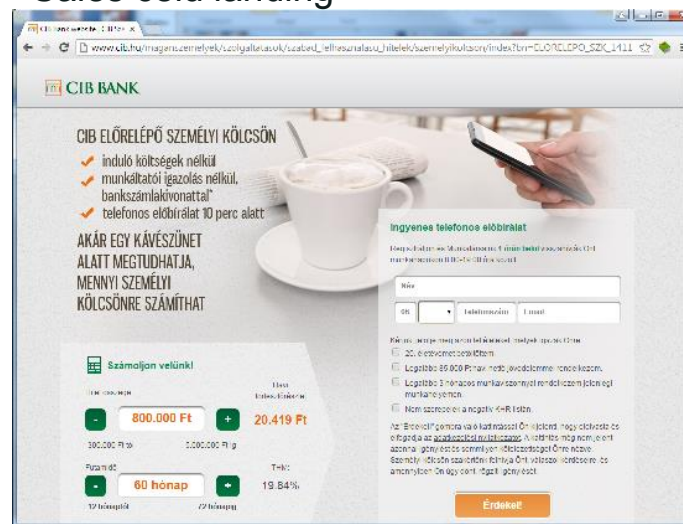
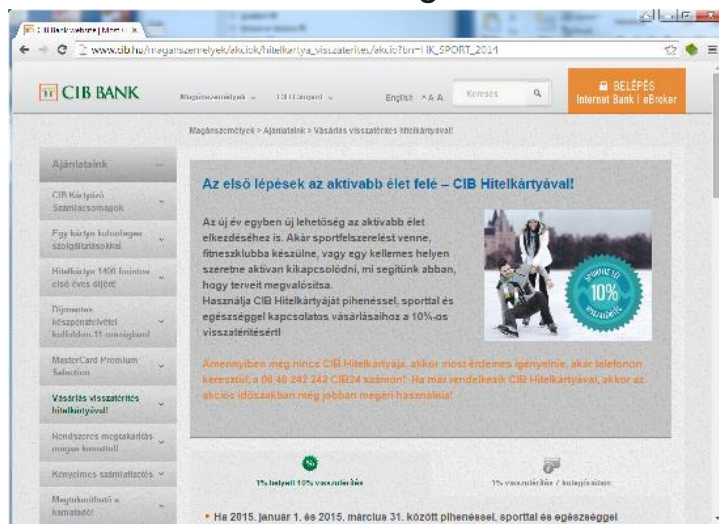
Termékoldal mint landing



Sales célú landing

Lead/Visitor
növekedés

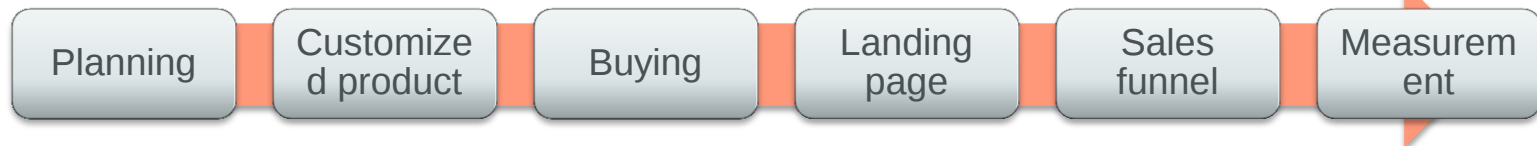
2.2x



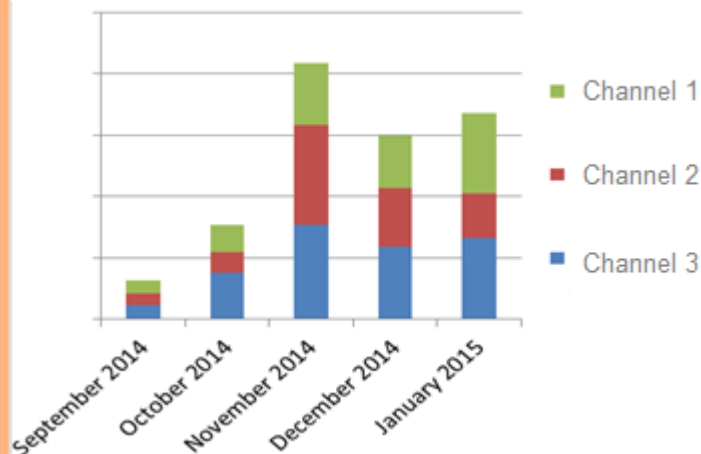
CIB BANK

PERFORMANCE EREDMÉNYEK - LEADEK

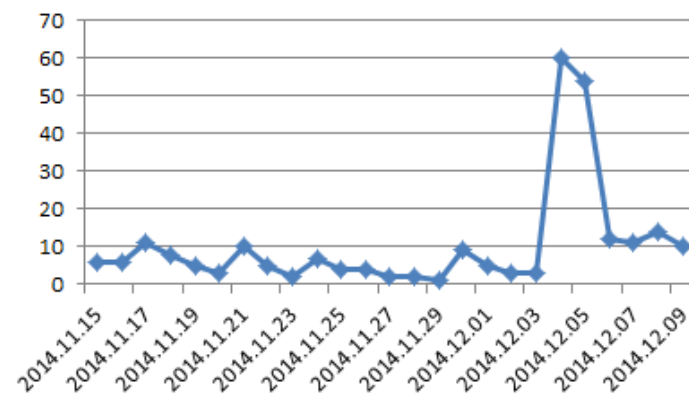
Teljes folyamat egy kézben



Személyi kölcsön lead szám növekedés



X termék lead szám növekedés - egyetlen hírlevél



Tartósan duplázódó érdeklődés



CIB BANK

ONLINE ESZKÖZÖKRŐL



Disp.

SEO

Edm

SEA

Konverzió

Attribúciós
modell

Példa:



Multi eszközök és sales csatornák:
MÉRÉSEK & INTUÍCIÓ

KPI

- KPI vs. mérőszámok
- Maximum 5 KPI meghatározása és folyamatos követése

A/B tesztről

- Folyamatos A/B teszt
- IDŐTÁV kulcskérdés
- INTUÍCIÓ & finomhangolás



CIB BANK

RTB – HOGY LÁTJUK „ÜGYFÉL OLDALON”

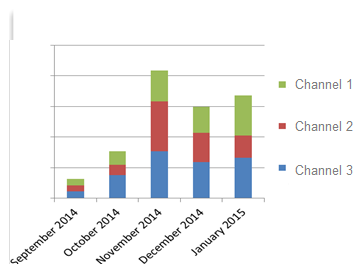
- Automatizált felületek a Google árnyékában – horror drága felületek vs. kihasználatlanság
- „Új játékos” a „nekem mindenhol rengeteg inventory-m van” önreklámban?
- Külföldi site-ok egyszerű és olcsó elérése – limitált mérték, hazai szereplők priorizálása
- Média vs. ügynökség vs. ügyfél: ki jár jól?
- Lesz erős inventory?
- ál-RTB veszély – „nálunk ez is van” alapon nem igazi licit rendszer



CIB BANK

ÚTRAVALÓ

Performance célok



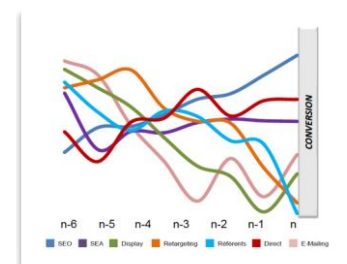
Megfelelő KPI-ok

- Mérőszámok** $\neq$ **KPI-k**
- Valamilyen érték, pl. látogatók száma
 - Olyan speciális mérőszámok, melyek a stratégiai célunkhoz kötődtek, események tartoznak hozzá

Test & learn, finomhangolás



Konverzió elemzés + INTUÍCIÓ



Köszönöm a figyelmet!

Kérdések?

Dunai.Zsolt@cib.hu