

# Dinamikus kreatívok

Kreatív lehetőségek a performance szolgálatában

# Bevezető

- Miért?
- Kinek?
- Hogyan?

# Ennyit költöttünk tavaly

\$ 20,5 Mrd\*

\*ennyi pénzt költöttek a hirdetőik 2015-ben programmatic kampányokra világszerte (Magna Global)

# Ennyit költöttünk tavaly

\$ 6 Mrd\*\*

\*\*ennyi pénzt költöttek a hirdetők 2015-ben RTB-re (Luma Partners)

# Ennyit költöttünk tavaly

97%\*\*\*

\*\*\*az RTB-re költött költség ekkora százalékához egyáltalán nem, vagy alig-alig gyártottak különböző szegmensekre targetált kreatívokat (AppNexus)

**Ennyit költöttünk tavaly**

**De miért nem,...**

...ha a megoldás már régóta a kezünkben van?

# Evolúció

- Reaktív gyártás
- Proaktív gyártás, de még manuális
- Proaktív és programozott gyártás (CMP)
- Programozott és optimalizált gyártás (DCO)

# Direct response kreatívok

## Proaktív gyártás

### Prospecting fázis

A/B TESZT

REMARKETING

### Retargeting fázis

A/B TESZT



# Direct response kreatívok

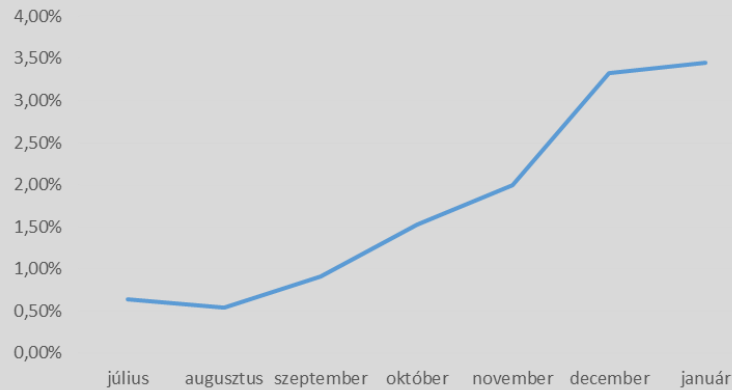
## Esettanulmány

- HTML5 és statikus display kreatívok kombinációja
- Legtöbb last click konverzió a retargeting bannerekből érkezik
- HTML5 bannerek integrálását követően jelentős hatékonyságnövekedés a statikus bannerek esetében

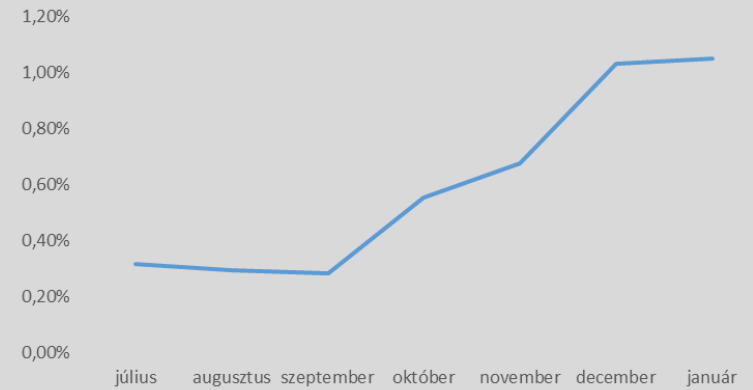
# Direct response kreatívok

## Esettanulmány

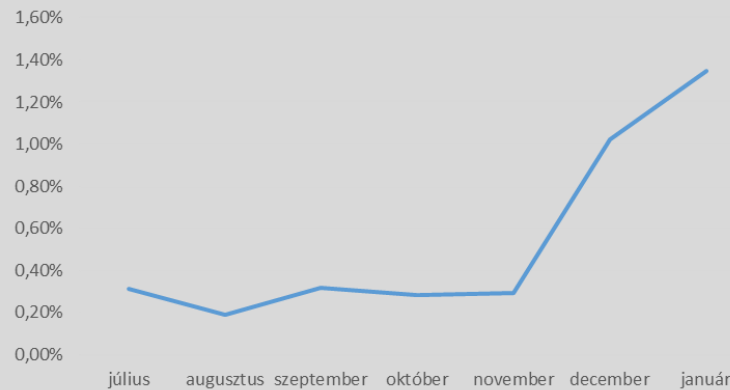
"A" termék CTR változás 2015 Q3-Q4



"B" termék CTR változás 2015 Q3-Q4



"C" termék CTR változás 2015 Q3-Q4



# Programozott

- Gyártás automatizálása, „**design gyár**”
- Moduláris kreatívok
- Creative management platform (CMP)

# Optimalizált

- A teljes kampány automatizálása, „**hirdetésgyár**”
- Kizárólag moduláris kreatívok
- Dynamic Creative Optimization (DCO)

# Dinamikus kreatív optimalizálás (DCO)

## Branding

Logotívia  
Szlogen

## Copy

Headline  
Subheadline  
Termékleírás



Termékfotó

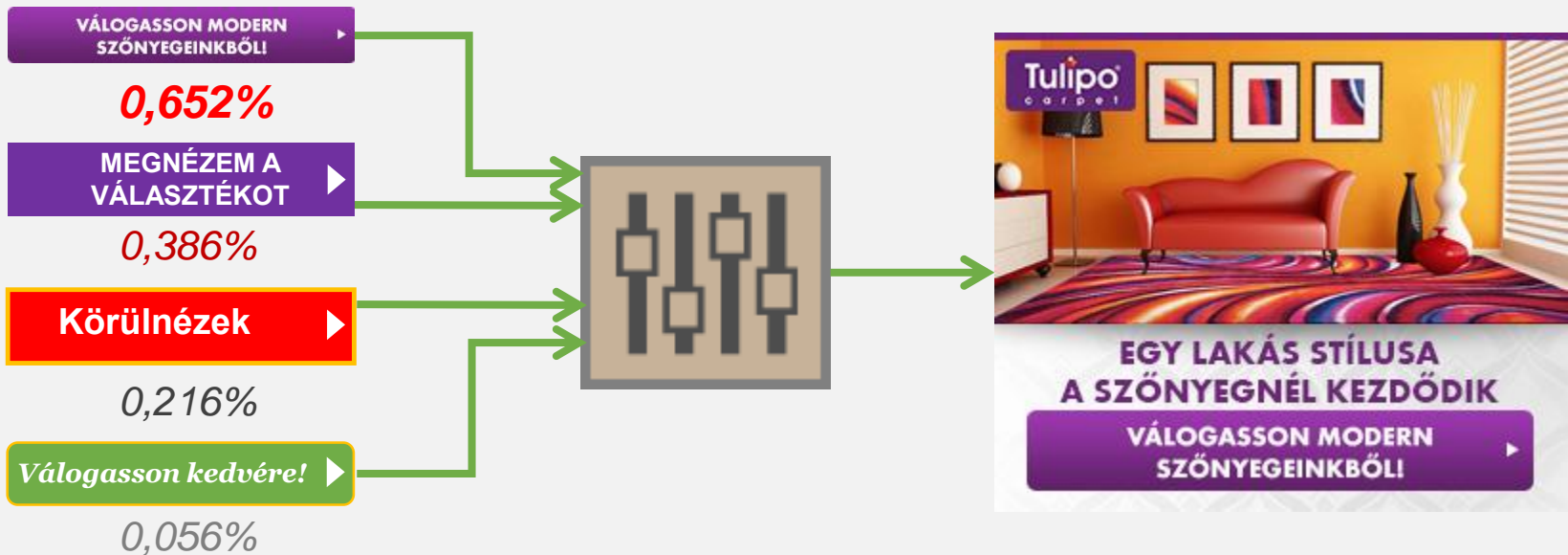
CTA

Megnézem!

Érdekel!

*Vegye meg most!*

# Dinamikus kreatív optimalizálás (DCO)



# Dinamikus remarketing Google Adwordsben



# Dinamikus kreatívgyártás

	<b>Manuális</b>	<b>Programozott</b>	<b>DCO</b>
<b>Gyártás</b>	<i>Lassú (napok, hetek)</i>	<i>Gyors (órák)</i>	<i>Lassú (napok, hetek)</i>
<b>Módosítás</b>	<i>Gyors</i>	<i>Gyors</i>	<i>Lassú</i>
<b>Mutációk</b>	<i>Kézi, manuális</i>	<i>Kézi, programozott</i>	<i>Előre programozott</i>
<b>Inventory kompatibilitás</b>	<b>+++</b>	<b>+++</b>	<b>+</b>
<b>Rugalmasság</b>	<i>Egyedi megvalósítások</i>	<i>Leginkább moduláris</i>	<i>Kizárólag moduláris</i>



# Dinamikus kreatívgyártás

	Manuális	Programozott	DCO
<b>Kinek?</b>	Egy-két termék, kevés szegmens, pl. pénzügyi termékek	kevés termék, széles szegmens, pl. telco	Sok termék, széles szegmens, pl. e-commerce
<b>Mikor?</b>	<p>Ha több mindent szeretnénk elmondani egyetlen termékről.</p> <p>Ha egyaránt fontos a horizontális és vertikális modularitás.</p> <p>Ha egyedi megoldásokat szeretnénk a kreatívokban látni.</p> <p>Ha van rá emberi erőforrás (multimédiás fejlesztő).</p>	<p>Ha meg szeretnénk tartani a kreatívok magas minőségét.</p> <p>Ha sok mutációt kell gyorsan készíteni.</p> <p>Ha igazán ki szeretnénk használni a big data adta lehetőségeket.</p> <p>Ha kiadóként / médiatulajdonosként nagy volumenben értékesítünk sablon kreatívokat és ehhez keresünk eszközöket.</p>	<p>Ha igazán nagy volumenű direct response kampányt futtatunk.</p> <p>Ha a kampány mérete akkora, hogy a legkisebb optimalizálás is komoly változásokat okozhat.</p> <p>Ha jól szervezett adattal (big data) rendelkezünk, amit fel tudunk használni a marketingünkre.</p>

# Dinamikus kreatívok a displayen túl

- Dinamikus landing oldalak
- Dinamikus email marketing
- Dinamikus szöveges hirdetések

# A jövő?

$$B + C = A$$

Real Time Bidding (B)

+ Real Time Creative (C)

---

= Real Time Advertising (A)

**Köszönöm a figyelmet!**

**Könyves Viktor**

70/368-3432

konyves.viktor@addictia.hu

