

EGYÜTTMŰKÖDÉS



Vajda Éva



CREATUM
REKLÁM- ÉS WEBSTÚDIÓ

Csility Zoltán

Online marketing, tanácsadás

Google Adwords kampányok

Analitikus keresőmarketing

Elemzések, riportok, monitoring

Weboldal, érkezési oldal

Grafikai tervezés (Online / Offline)

Bannerek

Reklámfilm



„Régóta hisszük, hogy a cégek idővel hajlanak arra, hogy ugyan azt a dolgot csinálják, egy kicsit jobban. De a technológiai iparágban, a forradalmi ötletek, jelentik a jövőbeni nagy növekedés lehetőségét. Ki kell lépni a komfortzónádból, hogy a piacon tudj maradni.”

Larry Page

Larry Page



MERJ LÉPNI ÉS VÁLTOZNI!



<https://www.youtube.com/watch?v=kRuPXs16R6U>

EGYÉL MOGYIT! ADWORDS ESETTANULMÁNY

2015.11.16 - 12.22



A NYEREMÉNYJÁTÉK CÉLJA

Fogyasztók vásárlásra ösztönzése, eladások növelése

Termékportfólió ismertségének növelése, upselling

Márkaismertség növelése

Célcsoport megismerése, információk gyűjtése

RÉSZTVEVŐ TERMÉKEK



Klasszikus szalagos kommunikáció

Promóciós kódok a csomagolásokban

Termékfüggő kódok: követhető eladások

JÁTÉKOSOK ÖSZTÖNZÉSE



KÜLÖNDÍJ

NYERJ 365 TASAK
MOGYI TERMÉKET

KÜLÖNDÍJ - termék vásárlás

EXTRA

DUPLA ESÉLY
A FŐDÍJRA!



ESÉLY DUPLÁZÓ - kérdőív kitöltés

ESZKÖZÖK

Klasszikus szalagos termékkommunikáció

Responzív microsite

Nyeremények

AdWords hirdetések (keresés, tartalmi, YouTube)

Mérés: AdWords, Analytics és kérdőív

NYEREMÉNYEK



Folyamatos terméknyeremények

Főnyeremény (1 millió Ft)
a játék végén

Különdíj – upsell: más
terméktípus vásárlása esetén

MÁRKAIMERTSÉG NÖVELTÉSE

Szalagok a termékeken

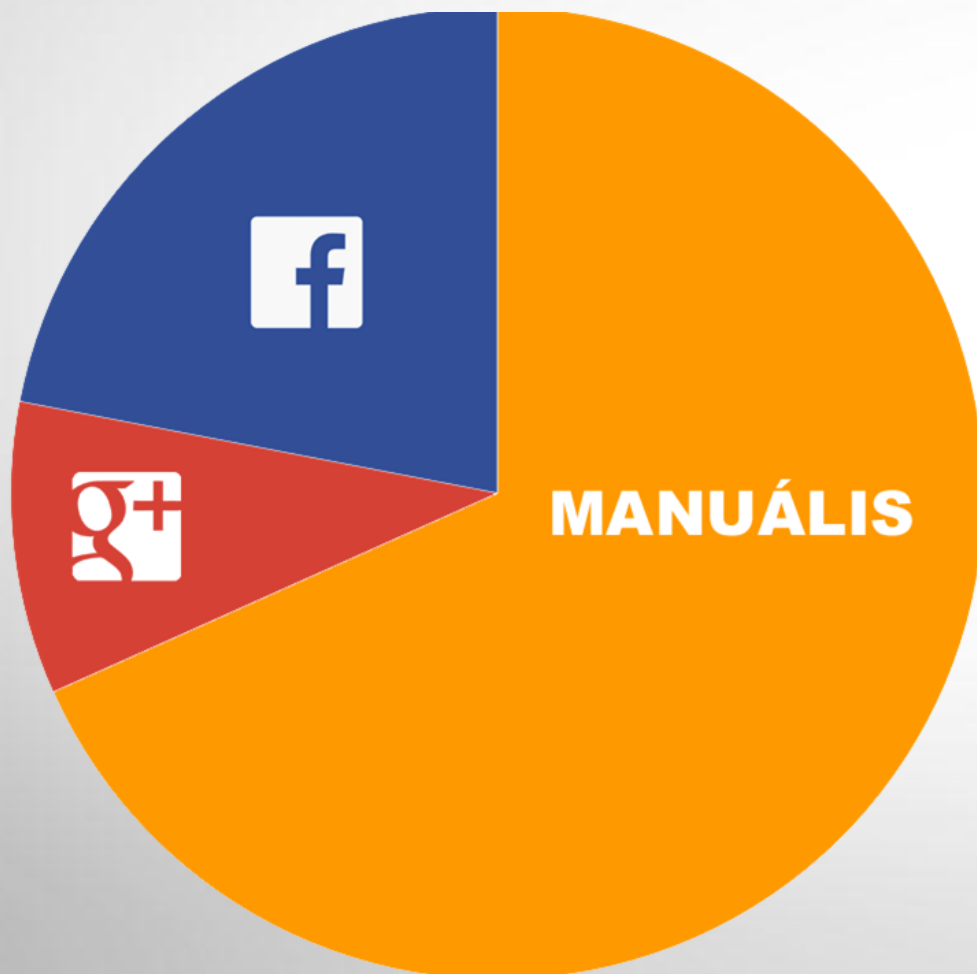
Banner a mogyi.hu-n

AdWords hirdetések

27 Millió megjelenés



REGISZTRÁCIÓ MEGOSZTLÁSA

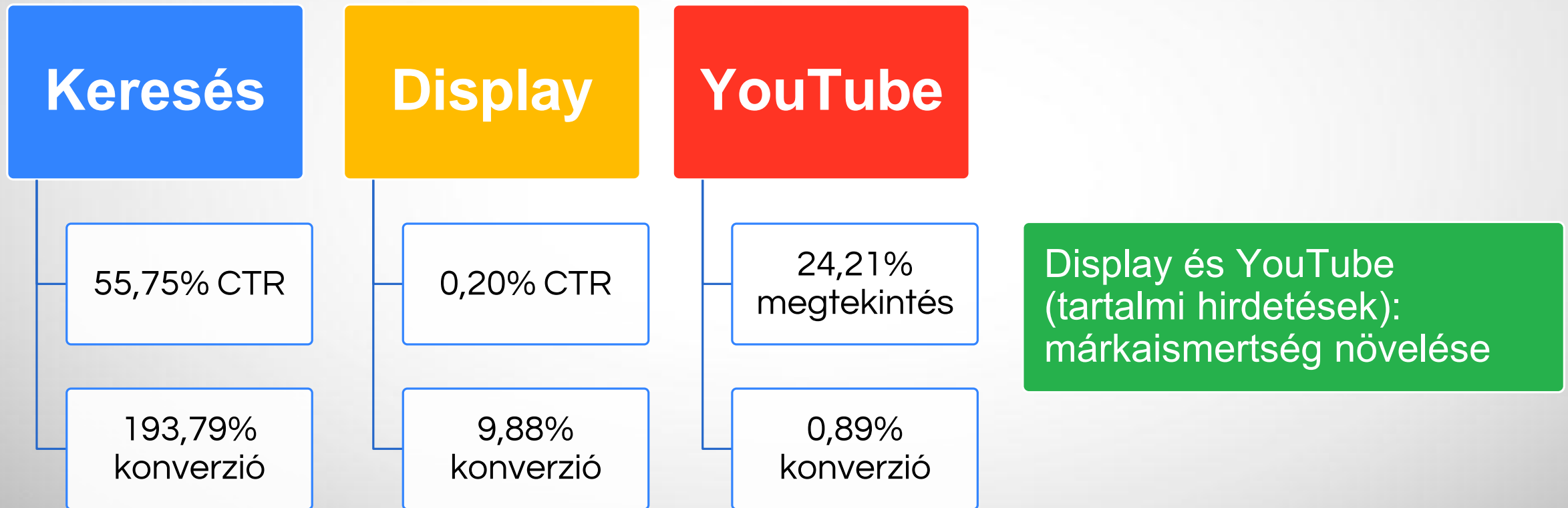


FACEBOOK: **22%**

MANUÁLIS: **67%**

GOOGLE: **11%**

ADWORDS HIRDETÉSEK



KERESÉSI HIRDETÉSSZÖVEGEK

Nyereményjáték a Mogyitól

Nyerd meg a 130 nyeremény egyikét,
vagy az 1.000.000 Ft-os fődíjat!
egyelmogyit.hu

69%

Nyerj a Mogyival

Szerezd meg az 1.000.000 Ft-ot!
Vagy a 130 nyeremény egyikét.
egyelmogyit.hu

18%

Szlogentesztelés

Egyél Mogyit És Nyerj

Töltsd fel a csomagban lévő kódot!
1.000.000 Ft és 130 ajándék vár.
egyelmogyit.hu

14%

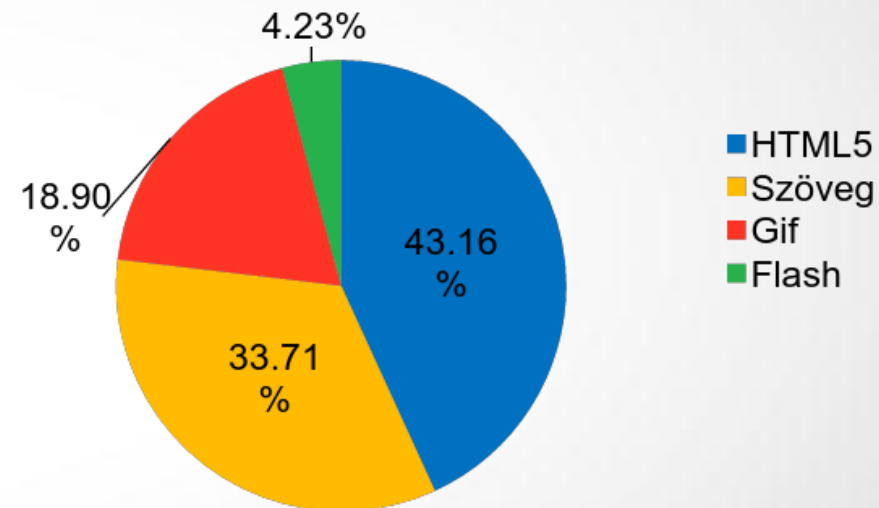
„Nyereményjáték” kifejezés hozhatta a nagyobb volument

TARTALMI HIRDETÉSEK

Szöveges hirdetések: kereséssel azonos

Képek: Azonos kreatív méretmutációi

3 formátum: Kihalóban lévő Flash



Hirdetésformátumok megjelenítési



YOUTUBE KAMPÁNY

3 videó:

Reklámfilm (logó)

= 2,63 Ft

Reklámfilm (logó nélkül)

= 2,82 Ft

Werkfilm (remarketing)

= 1,81 Ft

Magasabb megtekintési,
de alacsonyabb konverziós arány

A REKLÁMFILM



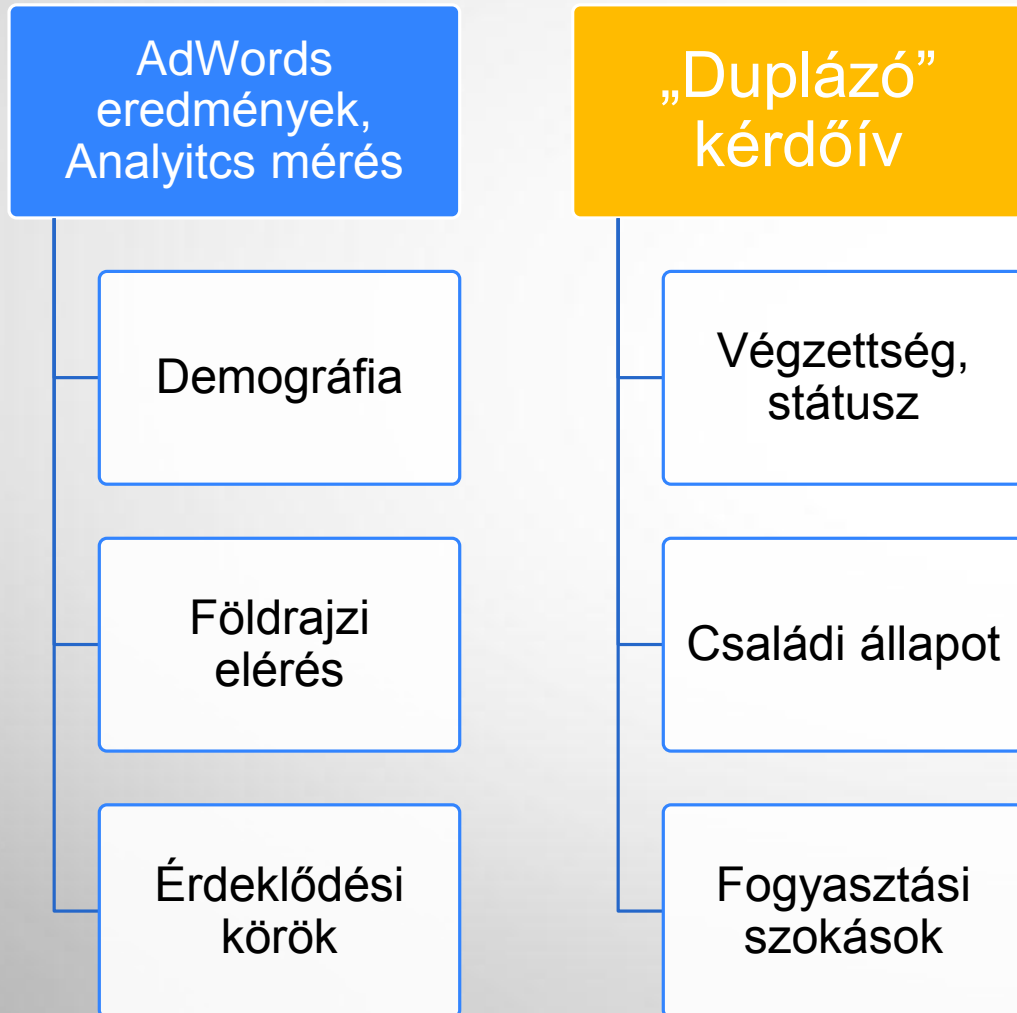
Összesen 425 ezer megtekintés

<https://www.youtube.com/watch?v=16nlgbssHpw>

MEGJELENÉSEK ISMERT OLDALAKON

Elhelyezés	Kattintás	Megjelenés	CTR	Konverziók	Konv. arány
anonymous.google	2 252	2 685 513	0,08%	183	8,13%
youtube.com	2 970	1 878 121	0,16%	339	11,41%
hasznaltauto.hu	1 921	745 110	0,26%	53	2,76%
blikk.hu	658	679 554	0,10%	5	0,76%
kapu.hu	107	657 016	0,02%	28	26,17%
nametests.com	279	539 036	0,05%	14	5,02%
nemzetisport.hu	1 211	493 948	0,25%	12	0,99%
gyakorikerdesek.hu	527	457 892	0,12%	16	3,04%
origo.hu	71	416 341	0,02%	10	14,08%
adverticum.net	28	384 736	0,01%	10	35,71%
online-filmek.tv	228	302 493	0,08%	37	16,23%
mindenegybenblog.hu	691	277 223	0,25%	71	10,27%
nosalty.hu	1 005	261 857	0,38%	43	4,28%
arukereso.hu	10	232 830	0,00%	3	30,00%
blogspot.hu	1 363	222 578	0,61%	82	6,02%

CÉLCSOPORT MEGISMERÉSE

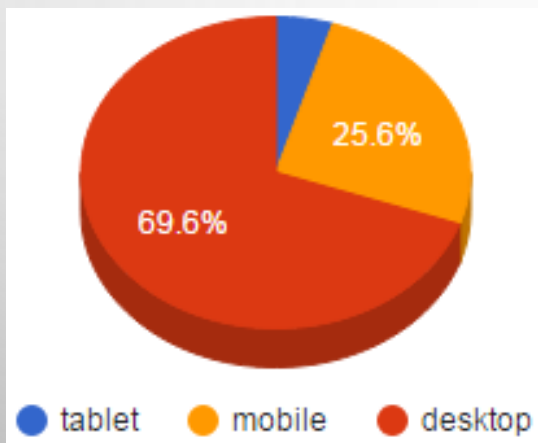
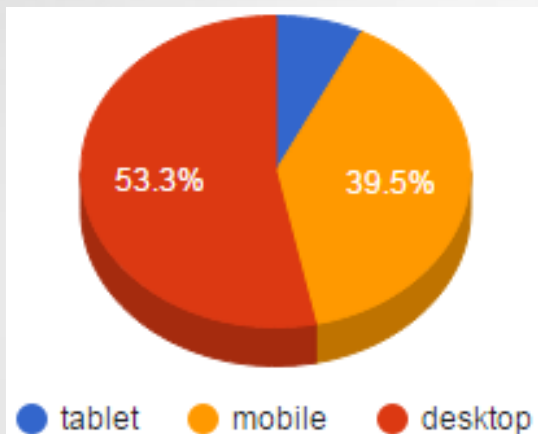


Esélyek (beküldött kódok számának) duplázása kérdőív kitöltésével

29 594 kérdőív kitöltő (30%)

Közel 200 ezer kód „megduplázva”

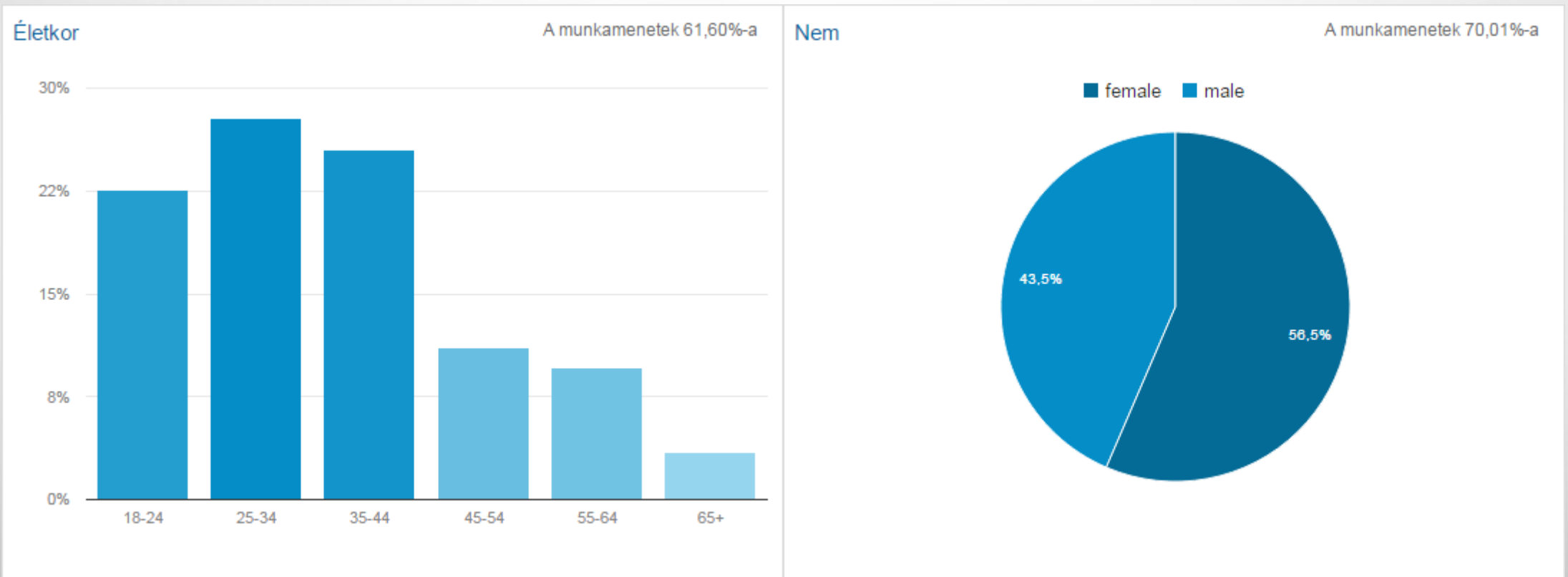
ESZKÖZHASZNÁLAT (ADWORDS)



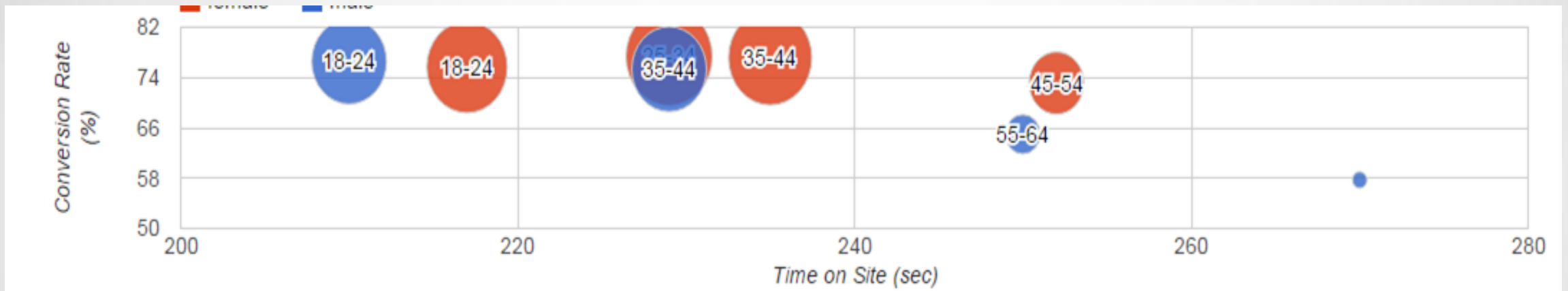
Magas arányú mobileszköz forgalom

Alacsonyabb konverzió mobilon

DEMOGRÁFIA (TELJES)



DEMOGRÁFIA/KONV. (TELJES)

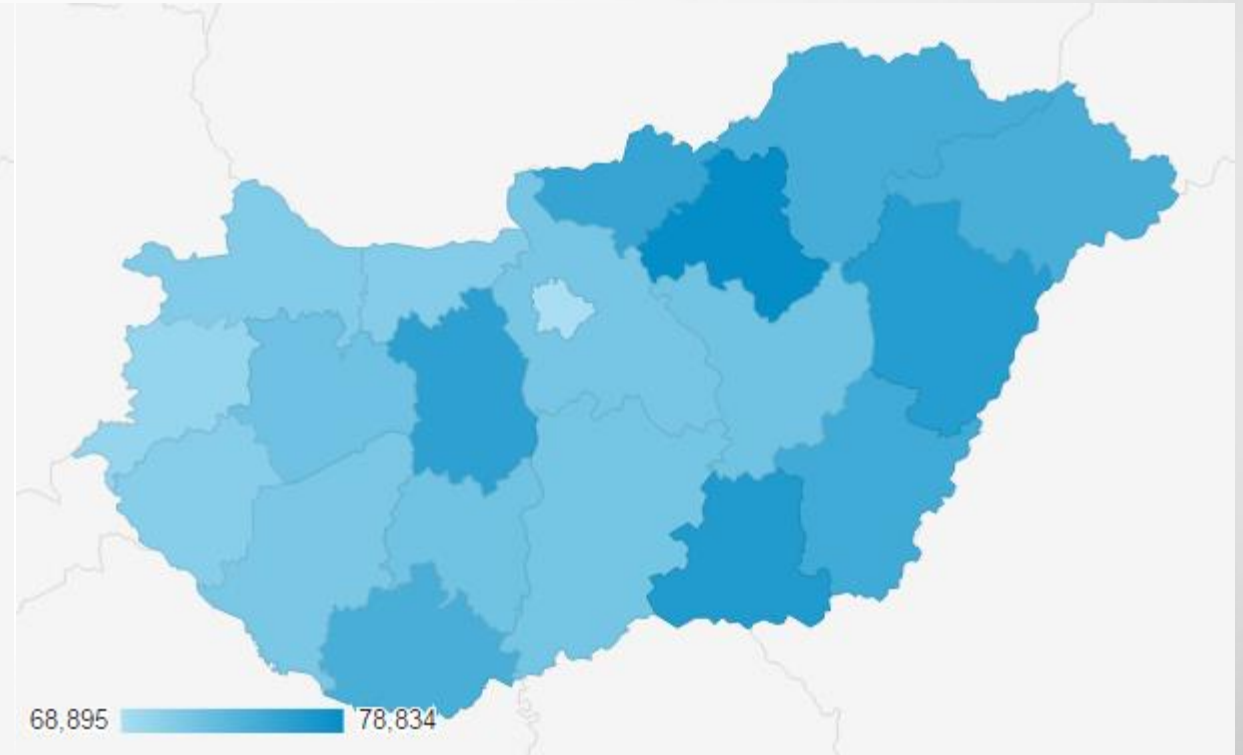
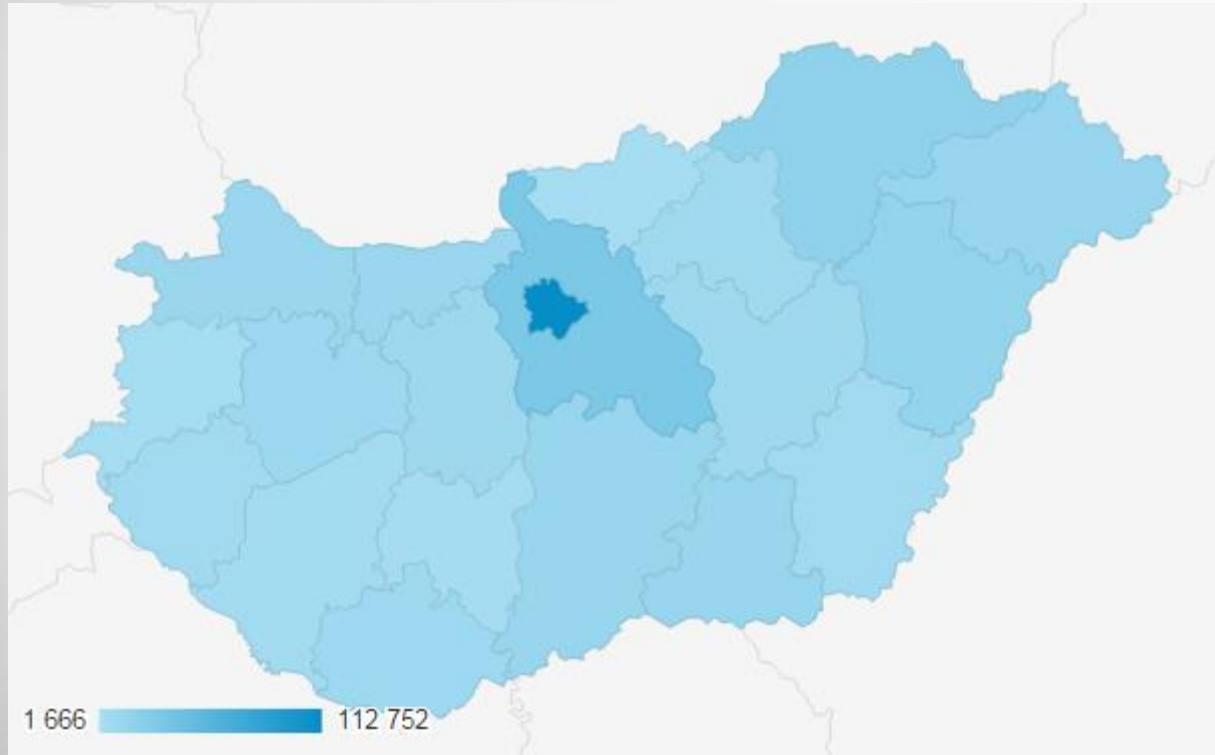


Több női látogató, de a konverziós arány hasonló

Fiatalabbak: több látogató, magasabb konverziós arány, kevesebb oldalon töltött idő

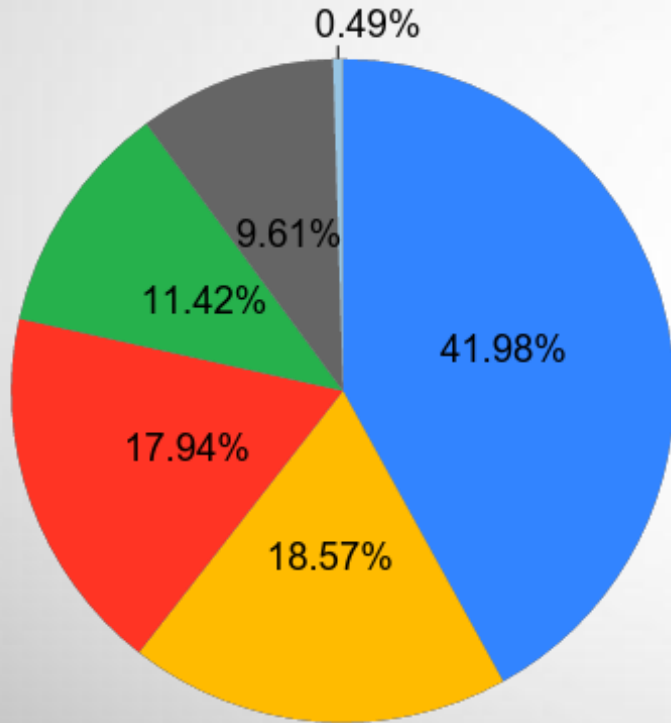
AdWords Display hálózatról középkorúak jobban konvertáltak

FÖLDRAJZI ELOSZLÁS (TELJES)



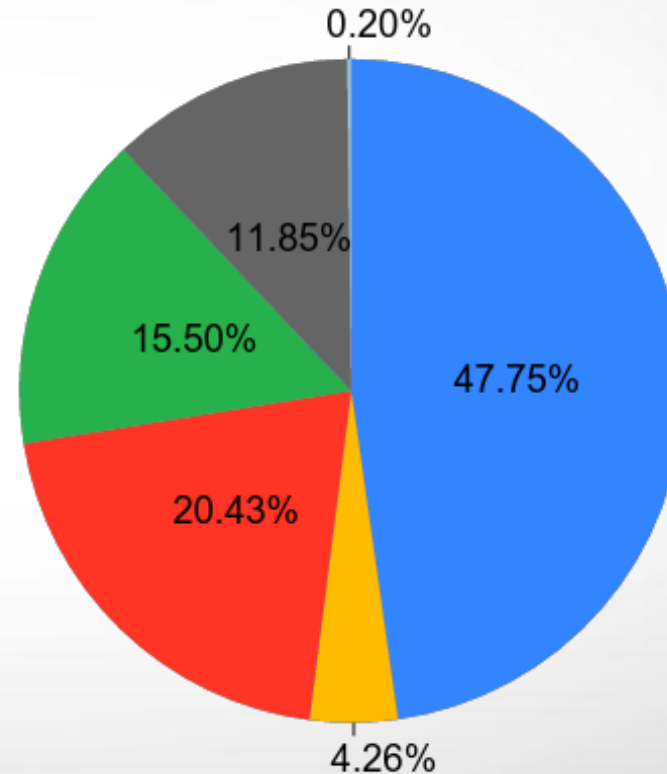
Valamivel nagyobb aktivitás a keleti régiókban

KONVERZIÓK



Látogatások

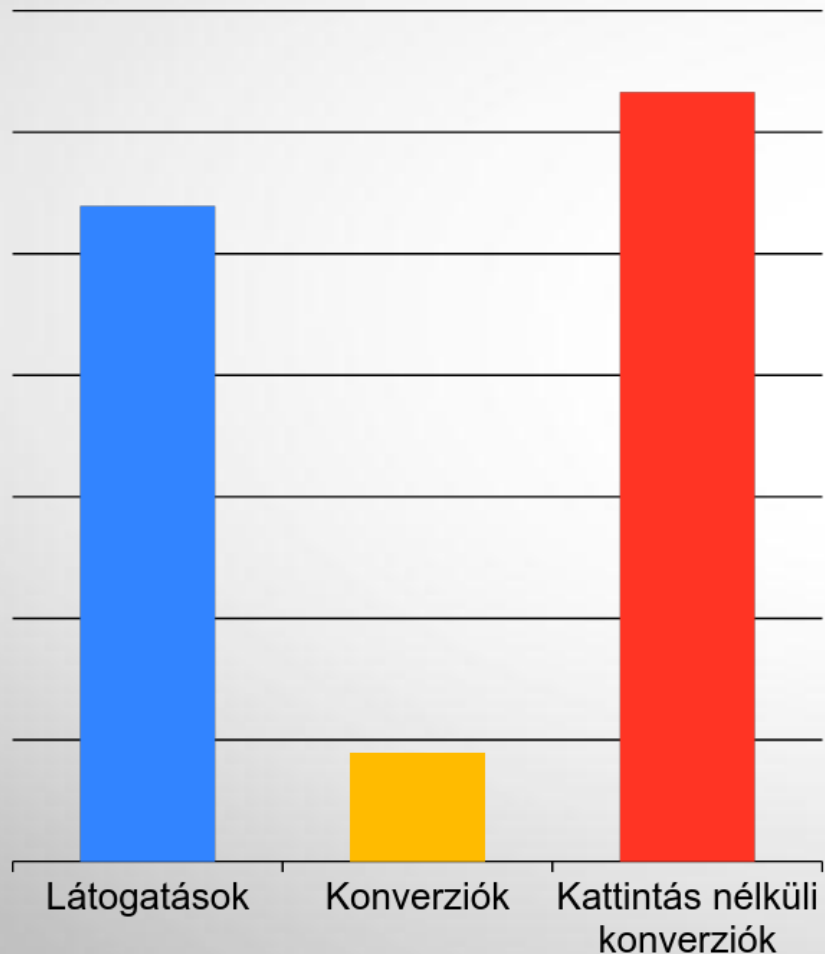
- Közvetlen látogatás
- Tartalmi hirdetés
- Keresőhirdetés
- Külső hivatkozás
- Organikus keresés
- Közösségi hivatkozás



Konverziók

- Közvetlen látogatás
- Tartalmi hirdetés
- Keresőhirdetés
- Külső hivatkozás
- Organikus keresés
- Közösségi hivatkozás

TARTALMI HIRDETÉSEK KONVERZIÓI



Több látogató, mint kereső hirdetésekről

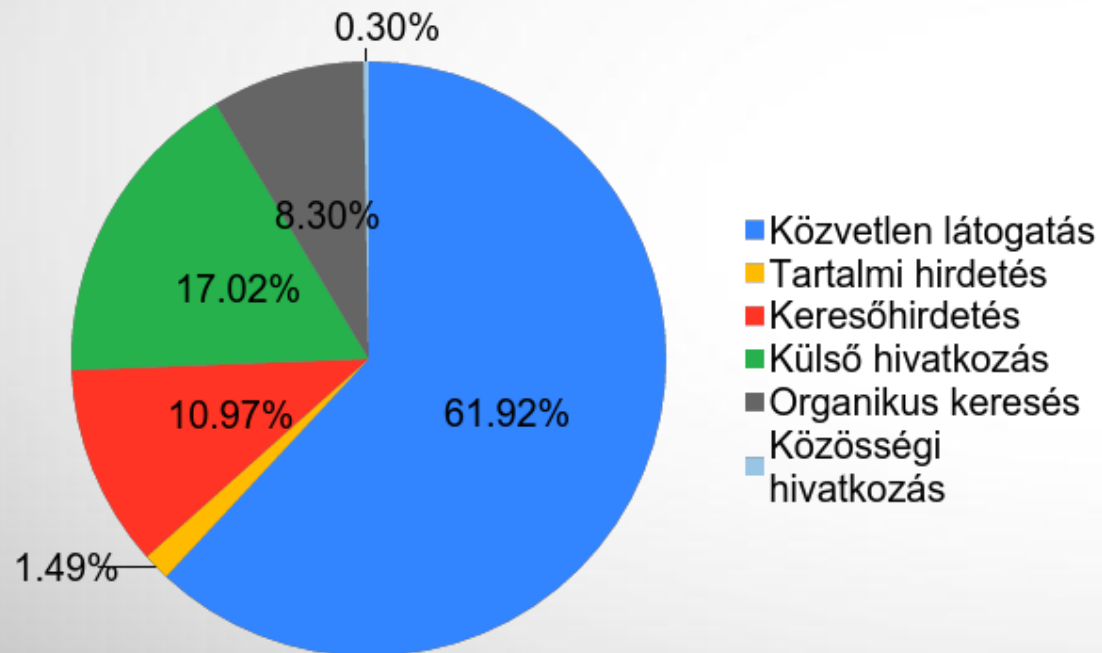
Kevés közvetlen konverzió: még nincs kód (nem volt termékvásárlás)

Kattintás nélküli konverziók: látták a hirdetést, de nem kattintottak rá (más csatornán konvertáltak)

Márkaismertség növelése

KÖZVETLEN KONVERZIÓK

Segített konverziók: utolsó interakció közvetlen



Legtöbb konverzió közvetlenül történt

Ezek közel 1/3-a előtte más csatornáról érkezett

Közvetlen látogatás már ismertség után

EREDMÉNYEK - ÖSSZEFOGLALÁS

346 819
látogatás

168 667
egyedi látogató

99 714
regisztráció

363 101
beküldött
kód

29 594
kérdőív kitöltés

3500
különdíj
16377

KÉRDŐÍV

AdWords, Analytics és kérdőívből kinyert adatok elemzése: Datamining

online marketing tervezési
szempontból kiemelt jelentőséggel bír

Az igazán értékes adatok,
mélyebb elemzése alapján nyerhetőek ki.

NÉHÁNY PÉLDA

Megyéenként, sőt városenként a kedvenc termékek és vásárlási szokások nemek és korosztályok szerint bontva

Árérzékenység és fogyasztói intenzitás megyéenként és érdeklődési körönként

Új termékcsoporthoz ismertségével és kipróbálási hajlandóságával kapcsolatos attitűdök megyéenként, nemenként, korcsoportonként

Iskolai végzettség, érdeklődési kör, korcsoportok és vásárlási hajlandósággal és intenzitással kapcsolatos elemzések

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!



CRE Δ TUM