

Plošný zásah

Popis riešenia

Produkt Plošný zásah zabezpečí oslovenie maximálneho počtu ľudí prostredníctvom bannerovej reklamy v krátkom čase a vo frekvencii, ktorá zaručí doručenie, spozorovanie a uvedomenie si reklamného posolstva cieľovým publikom.

Prečo použiť

V dobe veľkého počtu možností cielenia na internete, je správne zaradiť do média plánu aj plošné cielenie. Hlavné dôvody sú tieto:

- Každá cielená kampaň má svoje limity v rozsahu komplexnosti zásahu cieľovej skupiny, čo znamená, že zasiahnete 20%,30%, možno až 60% cieľovej skupiny. Dobrá značka nemôže nekomunikovať s tým zvyškom, nakoľko to okamžite využije konkurencia.
- Každý produkt, má popri primárnej cieľovej skupine aj sekundárnu, ktorú má zmysel osloviť. Auto nakupuje zvyčajne muž, ale aj manželka má čo do toho povedať. Práčku kupuje žena, ale aj manžel sa podieľa poradným hlasom. TV kupuje muž, ale aj jeho 14 ročný syn sa zapája do výberu.

Výhody Etarget riešenia

- Vďaka programatickému nákupu je možné užívateľa zasiahnuť takmer kdekoľvek sa pohybuje na internete.
- Frequency capping zaručí rozumný počet zobrazení banneru jednému človeku. Opakovanosť je zárukou všimnutia si banneru, striedmosť vo frekvencii zobrazovania zamedzí negatívnemu pocitu „obťažovania“ reklamou
- Ručná selekcia web stránok, nakupovaných v prostredí programmatic, zaručuje zobrazenia z lepšou viditeľnosťou užívateľom.

Iné

Ak chcete vedieť, nakoľko ľudia vnímajú vaše bannery a pamätajú si vaše reklamné posolstvo, využite službu Brand Impact Survey

Kombinujte plošnú kampaň s cielenými kampaňami na primárnu cieľovú skupinu

Mapa Soc-Demo

Popis riešenia

Unikátne spojenie dát, získaných dopytovaním obyvateľov SR a geolokačných dát na cielenie v prostredí internetu, umožňujú zvýšenie efektivity plošnej kampane. Tento nástroj vám umožní zobrazovať reklamu iba v tých obciach, mestských častiach alebo mestách, v ktorých žijú ľudia podľa vašich požiadaviek. Kritéria, podľa ktorých zacielite reklamu sú:

- Bývajúci v rodinných domoch, novostavbách alebo bytoch.
- Rodiny s deťmi alebo bez detí.
- Ľudia s podpriemerným, priemerným alebo nadpriemerným príjmom.
- Ľudia v rôznych vekových kategóriách.

Prečo použiť

Zloženie obyvateľov a ich potrieb sa obec od obce, alebo mesto od mesta menia. Nástroj na cielenie Mapa Soc-Demo umožní prispôbiť ponuku ponuku cieľového publiku, alebo obmedziť reklamu na lokality, v ktorých to dáva najväčší zmysel.

Výhody Etarget riešenia

- Popisované riešenie je unikátne a v súčasnosti jediným jeho poskytovateľom je Etarget.
- Riešenie je postavené na dátach o obyvateľstve a IP adresách, čím je zaručená jeho stabilita a trvácnosť kvality uvedených dát.
- Ručná selekcia web stránok, nakupovaných v prostredí programmatic, zaručuje zobrazenia z lepšou viditeľnosťou užívateľom.

Iné

Ak chcete vedieť, nakoľko ľudia vnímajú vaše bannery a pamätajú si vaše reklamné posolstvo, využite službu Brand Impact Survey

Tématické weby

Popis riešenia

V prostredí automatizovaného nákupu reklamy je možné umiestniť reklamu na desiatky tisíc web stránok, z ktorých je možné vybrať iba stránky s požadovaným obsahom. Pre vašu reklamnú kampaň si môžete vybrať stránky z nasledovných oblastí:

- Auto-Moto
- Bulvár, O filme a hudbe
- Bývanie, Záhrada
- Cestovanie, Regióny
- Domáci miláčikovia
- Ekonomika, Financie
- Elektronika, Mobily
- Humor, Hry, Zábava
- Inzercia, Online nakupov...
- Life style pre mužov
- Life style pre ženy
- Reality
- Sociálne siete, Diskusné fóra
- Šport
- Spravodajstvo
- Varenie, Gastronomia
- Veda, História, Umenie
- Video, Zdielané súbory
- Zdravie, Deti, Rodina
- Erotika - Adult
- Iné

Prečo použiť

Cielenie podľa obsahu má zvyčajne dva dôvody. Prvým je odhadnutie veku, pohlavia a záujmu publika, na základe obsahu. Druhým dôvodom je spojenie určitých asociácií, s produktom inzerenta. Ak sa reklama na potraviny objaví na stránkach o zdraví, tak klient môže považovať danú potravinu za zdravú. Ak je značka oblečenia na stránke o financiách, tak je považovaná za vhodnú pre „business ľudí“, ale športové stránky dokážu pridať automobilu športovejšie nádych.

Výhody Etarget riešenia

- Etarget združuje prístup na veľký počet slovenských a zahraničných stránok, takže zásah je komplexný.
- Etarget priebežne zaraduje nové stránky do príslušných kategórií, takže databáza je vždy aktuálna.

Iné

Cielenie na tematické kategórie je vhodné kombinovať s cílením na Publiká.

Publiká – oblasť záujmu

Popis riešenia

Záujmy ľudí je možné určiť aj na základe ich správania na internete. Správanie na internete je sledované anonymne, prostredníctvom súboru cookie, uloženého v prehliadači užívateľa. Na základe stránok, ktoré užívateľ navštevuje a obsahu reklamy, na ktorú reaguje, vieme zacieliť reklamu podľa nasledovných kategórií :

- Auto-Moto
- Cestovanie
- Dom/Záhrada
- Financie
- Hobby/Voľný čas
- Hry
- Internet/Telekomunikácie
- Jedlo/Nápoje
- Knihy/Literatúra
- Krása/Fitness
- Motorkári
- Nakupovanie
- Obchod/Priemysel
- Odporúčanie
- Online interest
- Online komunikácia
- PC/Elektronika
- Práca/Vzdelávanie
- Právnicki
- Právo/Štátna správa
- Reality
- Sci-fi fanúšikovia
- Správy
- Stredoškóľáci
- Svetové lokality
- Umenie & Zábava
- Veda
- Zdravie
- Zvieratá/Domáci miláčikovia
- Ľudia/Spoločnosť
- Šport
- Študenti
- Ženské publikum
- Živnostníci a menší podnikateli

Prečo použiť

Cielenie podľa správania (behaviorálne cielenie) prináša nové možnosti výberu správnej cieľovej skupiny. Druhým, nie menej dôležitým atribútom je fakt, že takto zacielená kampaň umožňuje dosahovať požadovanú frekvenciu oslovenia, ktorá je rozhodujúca pri oslovení publika reklamným posolstvom.

Výhody Etarget riešenia

- Etarget poskytuje len odsledované dáta a nie tzv. lookalike, ktoré sú algoritmicky vypočítané a spôsobujú určitú mieru nepresnosti.
- V konte reklamnej platformy Etarget nájdete vždy aktuálne dáta, nakoľko všetky ponúkané publika sú priebežne prečisťované a dopĺňané o čerstvé informácie.

Iné

Cielenie na Publiká je vhodné kombinovať s cielením na Tématické weby.

Retargeting

Popis riešenia

Technika cielenia, pomenované ako retargeting (niekedy aj remarketing), oslovuje návštevníka stránky inzerenta aj s možnými rozšíreniami cieľovej skupiny na ďalších relevantných ľuďoch. Zacieliť je možné na:

- Osobu (technicky sa jedná o internetový prehliadač na základe cookie)
- Firmu, alebo domácnosť (technicky sa jedná o IP adresu pripojenia k internetu)

Prečo použiť

Väčšinu firemných web stránok navštevujú prevažne ľudia, ktorí sa aktívne zaujímajú o danú firmu a jej produkty. Jedna návšteva však nezaručí dostatočnú znalosť a preto je vhodné s daným potenciálnym zákazníkom komunikovať ďalej. Zacielte svoju reklamu na osobu, ktorá váš web navštívila, prípadne na web stránke prejavila záujem o niečo konkrétne. Rovnako môžete zacieliť na celú firmu (v prípade B2B marketing) z ktorej čo i len jeden človek navštívil vašu stránku.

Výhody Etarget riešenia

- Etarget poskytuje len odsledované dáta a nie tzv. lookalike, ktoré sú algoritmicky vypočítané a spôsobujú určitú mieru nepresnosti.
- V konte reklamnej platformy Etarget nájdete vždy aktuálne dáta, nakoľko všetky ponúkané publiky sú priebežne prečisťované a dopĺňané o čerstvé informácie.

Iné

Retargeting je vhodné kombinovať s PPC kampaňami, zameranými na zvyšovanie návštevnosti.

Brand impact survey

Popis riešenia

Bannerová reklama je efektívnym nástrojom na plnenie brandových cieľov reklamy. Etarget prináša riešenie, ktoré umožní takúto kampaň zrealizovať a následne zmerať jej účinok. Účinok je meraný formou dotazníkov, ktoré zabezpečia získanie informácií, na koľko kampaň zvýšila znalosť značky, kľúčového benefitu, prípadne zvýšila záujem kúpiť produkt.

Prečo použiť

Realizácia kampaní, bez možnosti merať výsledok neumožňuje vyhodnotenie efektivity a neumožňuje postupné zlepšovanie. V oblasti výkonnostného marketingu je takýmto parametrom kliknutie, alebo konverzia. V prípade brandovej kampane je to miera zvýšenia informovanosti, alebo miera zmeny postoja ku promovanej produktu. Brand Impact Survey posúva chápanie brandovej kampane na internete do úplne novej, progresívnej roviny.

Výhody Etarget riešenia

- Možnosť merať výsledky bannerovej brand kampane aj v prípade, že bežia paralelne ďalšie komunikačné aktivity v rovnakom čase (vrátane iných online kampaní)
- Možnosť merať výkonnostných parametrov pre kampane, propagujúce masové produkty, ktoré sú distribuované offline (spravidla FMCG).

Iné

Realizácia Brand Impact Survey kampane prináša informácie potrebné pre budúce plánovanie brandových plošných kampaní.