

A DIGITÁLIS REKLÁM ESZKÖZEI 1. DISPLAY

Bognár Vera (MediaCom)
Ziegler Gábor (CEMP)

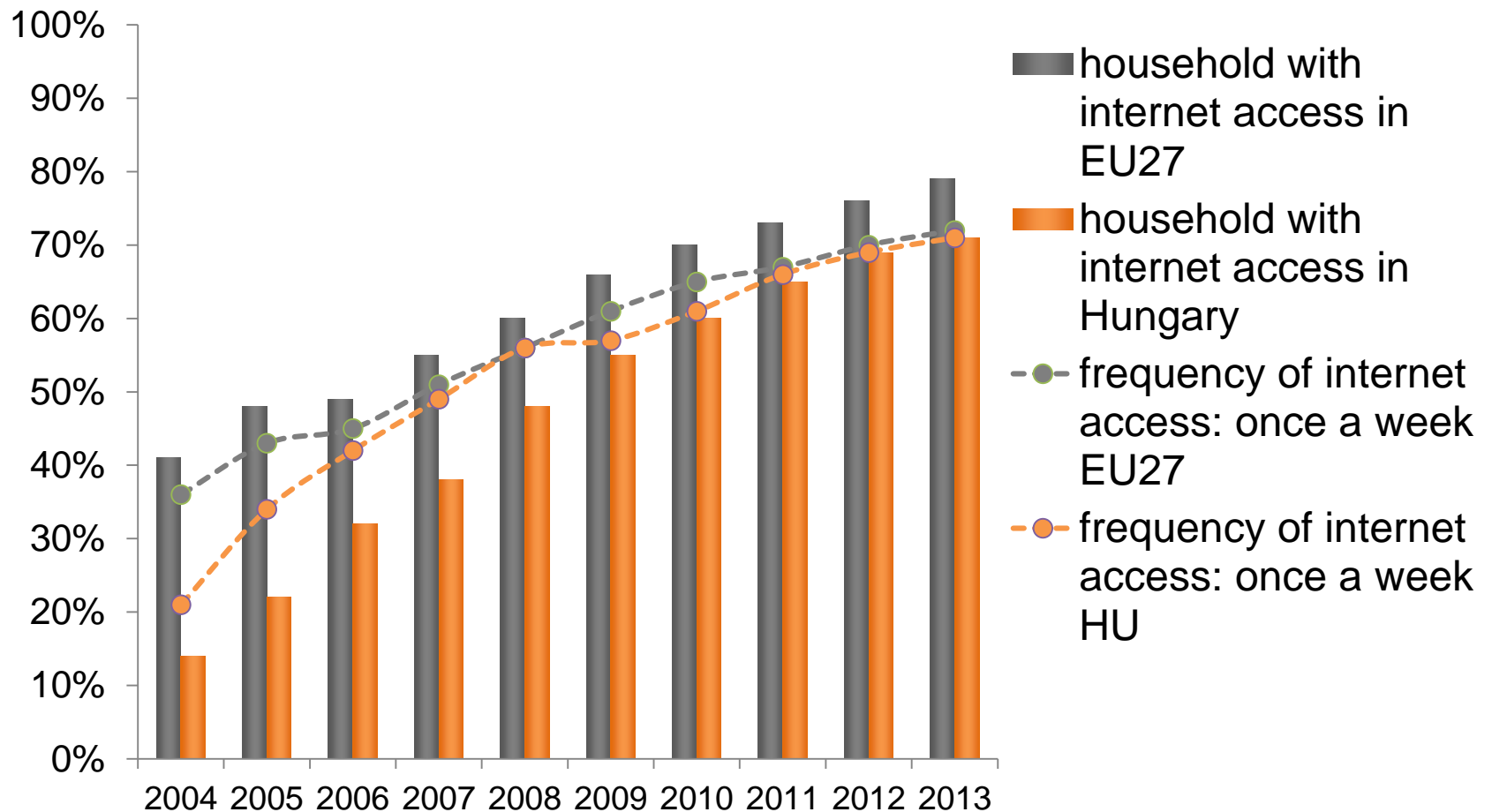
AGENDA

1. Általános piaci landscape
2. Hazai digitális piac
3. Árazási modellek
4. Display formátumok
5. Targetálási és mérési lehetőségek
6. Display kampány tervezése, típusok

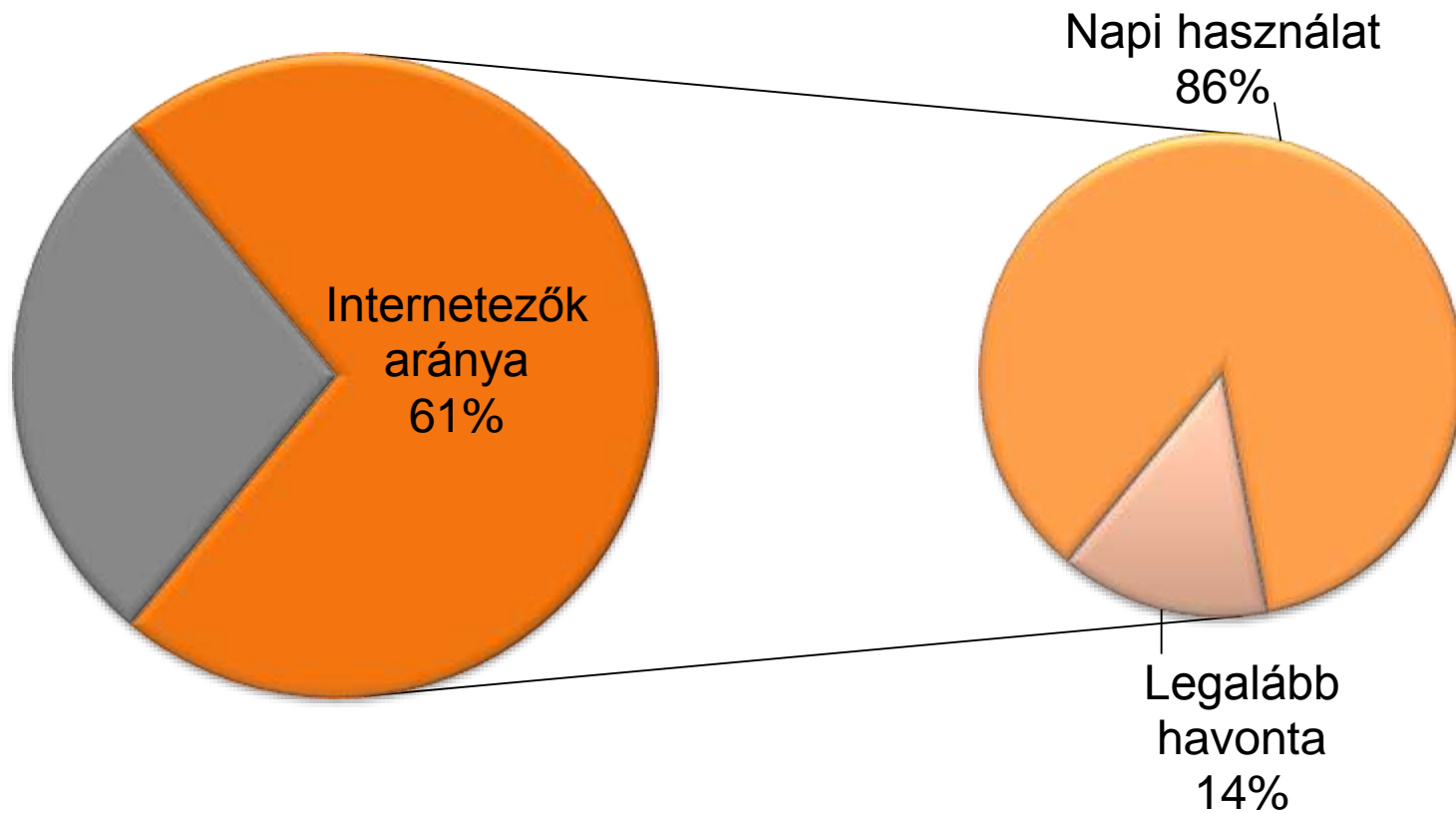
Az Internet Magyarországon

ÁLTALÁNOS PIACI LANDSCAPE

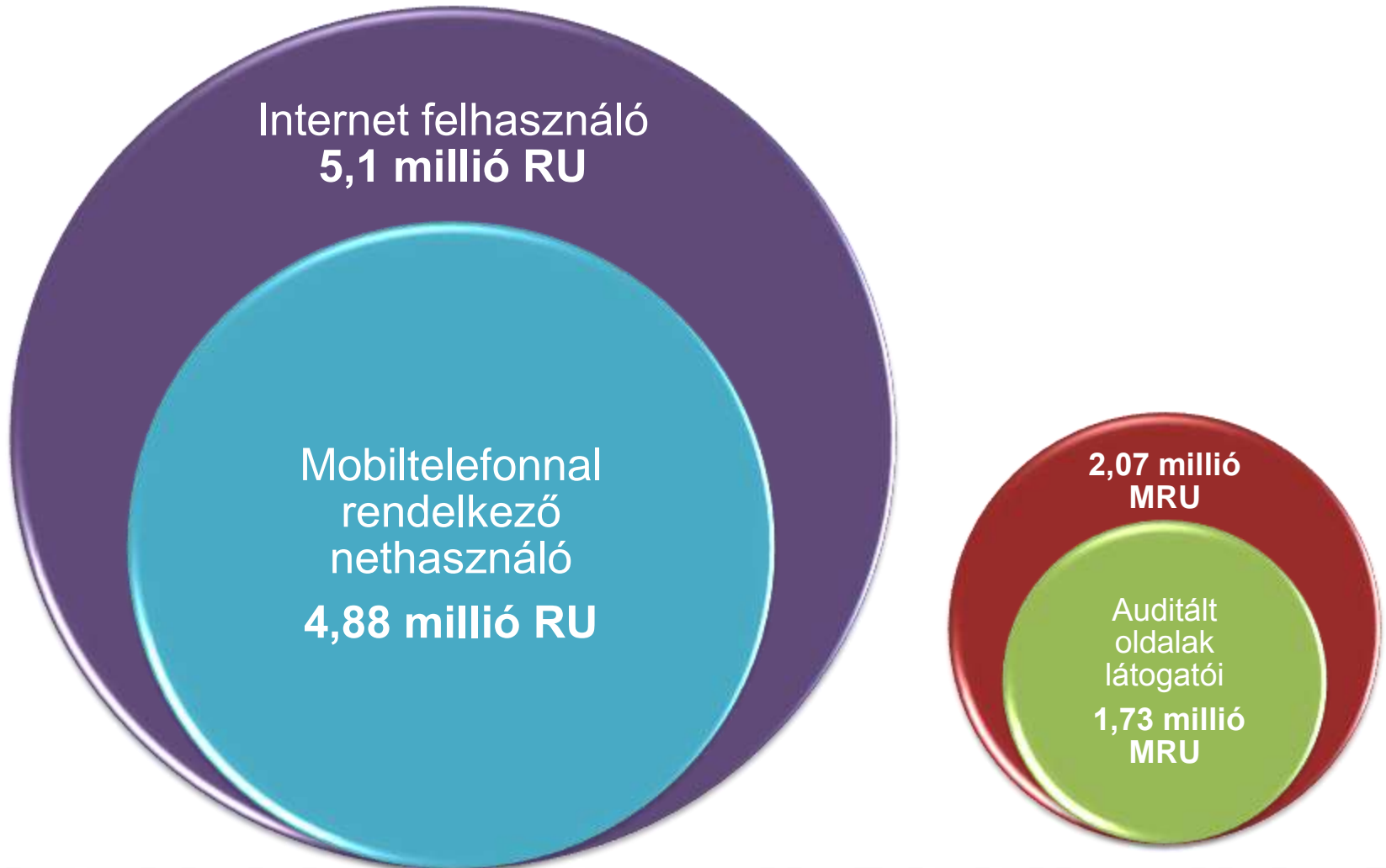
INTERNET PENETRÁCIÓ



A HAZAI INTERNETEZŐK (15+)



WEB ÉS MOBILWEB FELHASZNÁLÓK

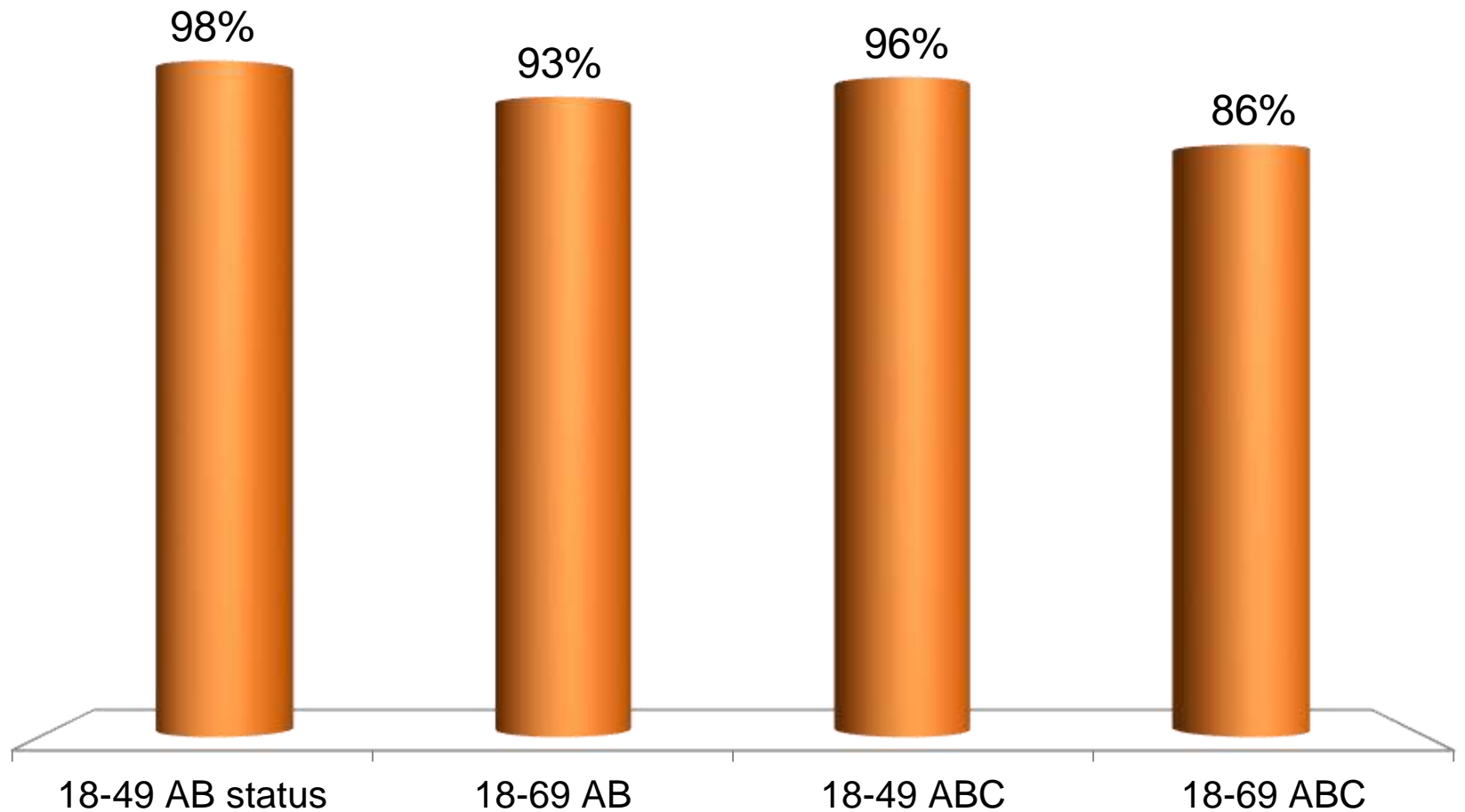


AKIK (SZINTE) CSAK NETEZNEK!

A 15 évnél idősebb, belföldi internetező közönség:

- **24%**-a havi rendszerességnél ritkábban olvas újságot,
- **22%**-a legfeljebb heti 1-2 alkalommal néz tévét,
- **19%**-a heti egy alkalomnál ritkábban hallgat rádiót.

PRÉMIUM CÉLCSOPORT



http://www.mediainfo.hu/media_iranytu/es/omar.php

HAZAI DIGITÁLIS PIAC

Nemzetközi portálok*

- Google
- Facebook
- Youtube
- Wikipedia
- Blogspot.com

Hazai portálok

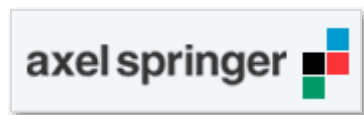
- Origo
- Freemail
- Index
- Startlap
- Hír24

Hálózatok

- Origo-csoport
- CEMP
- Centrál Média
- Adaptive Network
- Evomedia

HAZAI MÉDIATULAJDONOSOK

„Printes” kiadók



Digitális kiadók

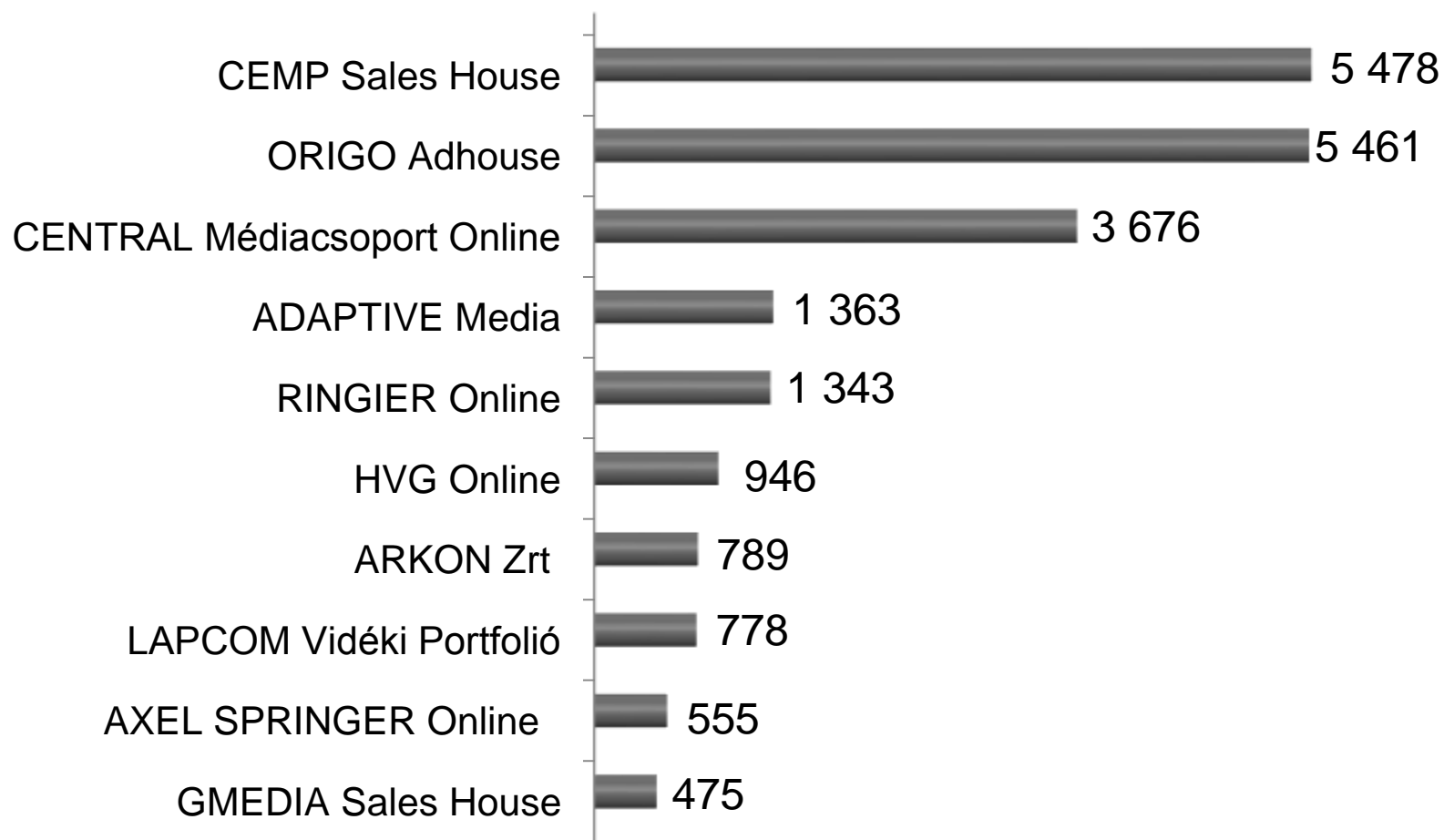


TOP5* SALES HOUSE



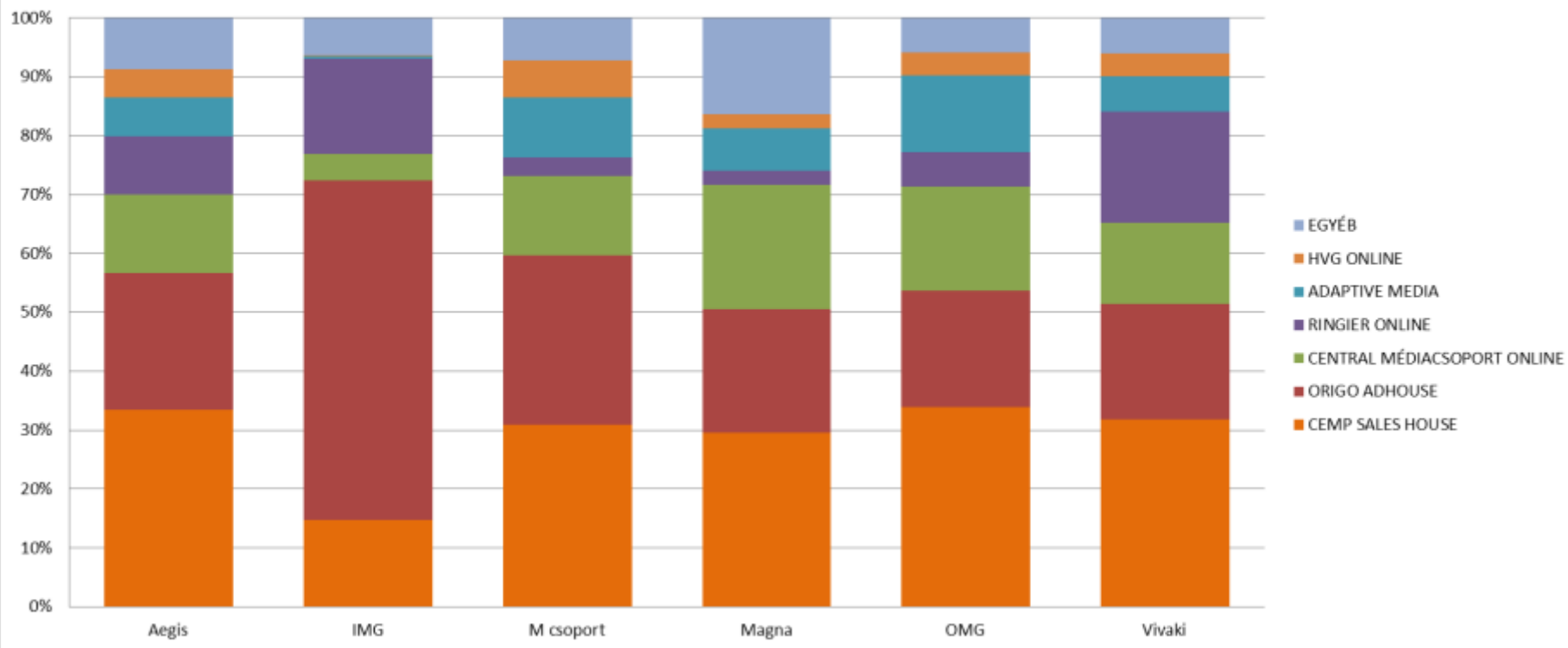
- Prémium közönség; karakteres kiadványok; innovatív formátumok
- Legszélesebb elérés; kevés, de nagy termék; magas hirdetési hely kitöltöttség
- Erős női kiadványok; print háttér; mobil
- Szolgáltatói oldalak és tematikus termékek közös képviselője
- Mediaworks néven folytatja tevékenységét, megváltozott online portfólióval

SALES HOUSE **HIRDETÉSI BEVÉTELEK***



TOP* ÜGYNÖKSÉGEK **PREFERÁLT** KIADÓI

Top ügynökségek preferált kiadói 2014 jan-szept



TOP* ÜGYNÖKSÉGEK ÉS HIRDETŐK

Ügynökségi csoportok	listaáras online költség
M csoport	4 932 765
OMG	2 627 680
IMG	1 981 799
Magna	1 773 584
Vivaki	1 361 936
Aegis	956 142
Havas	883 979

Hirdetők	listaáras online költség
Magyar Telekom	1 036 269
Ebből T-mobile	613 647
Telenor	757 032
Allegro Group	712 435
Magyar Nemzeti Bank	640 235
LIDL	593 016
OTP Bank	555 302
SCHIBSTED Classified Media Kft.	468 787
VODAFONE	390 599
SPAR	344 186

Közönségmérési adatok

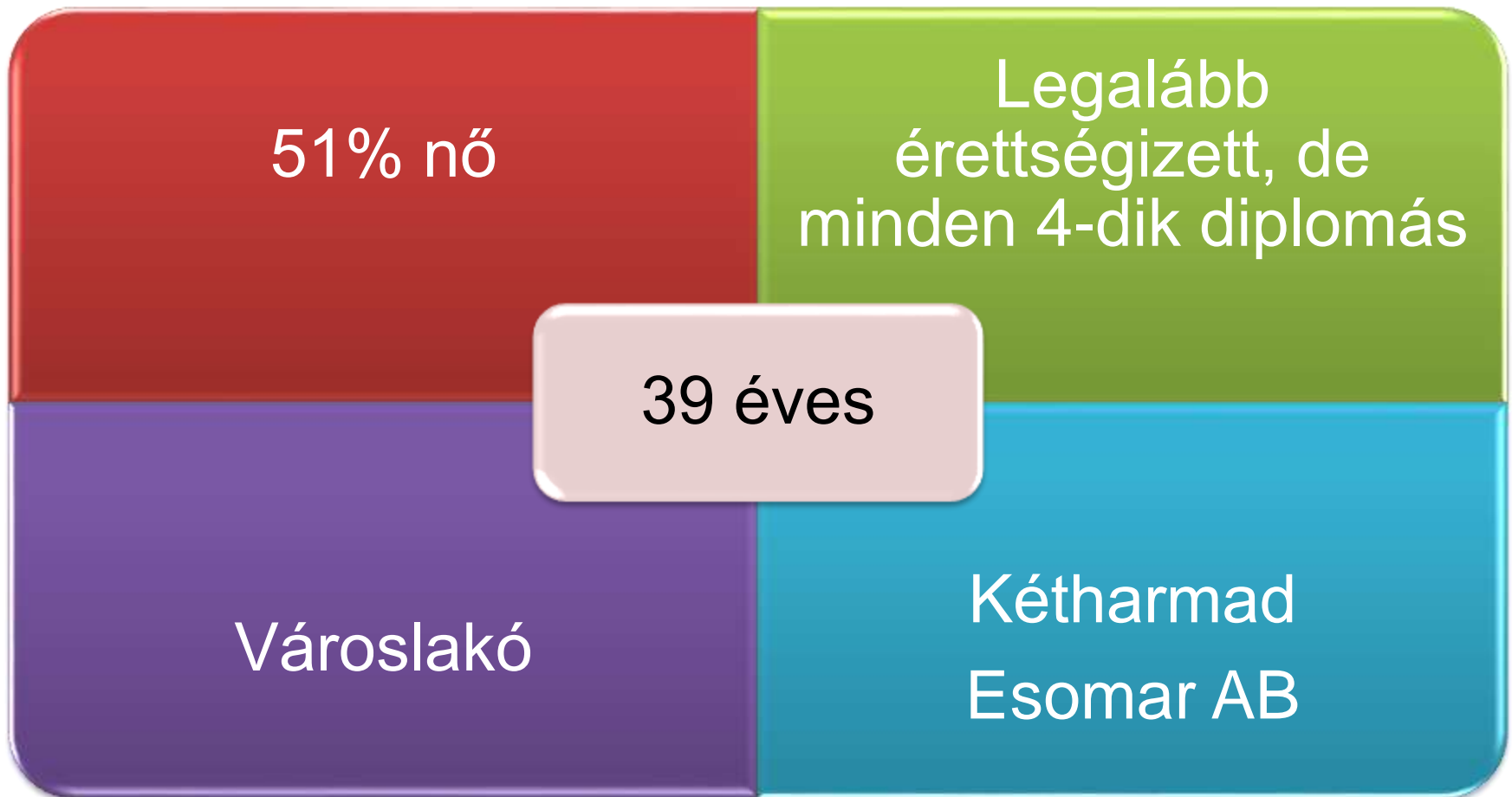
PIACI SZEGMENSEK LÁTOGATÓI

KÖZÖNSÉGMÉRÉS

Digitális Közönségmérési Tanács Kft.

- Ipsos-Gemius konzorcium
- Platformok:
 - Webanalitika – kiadónként eltérő
 - Auditált forgalmi adatok – dkt.hu/OLA
 - web, stream, mobilweb, mobil alkalmazások
 - Napi, heti, havi adatok
 - Közönségmérési adatok – DKT/gX (havi)
 - Web, stream
 - Mobilweb és mobil alkalmazások

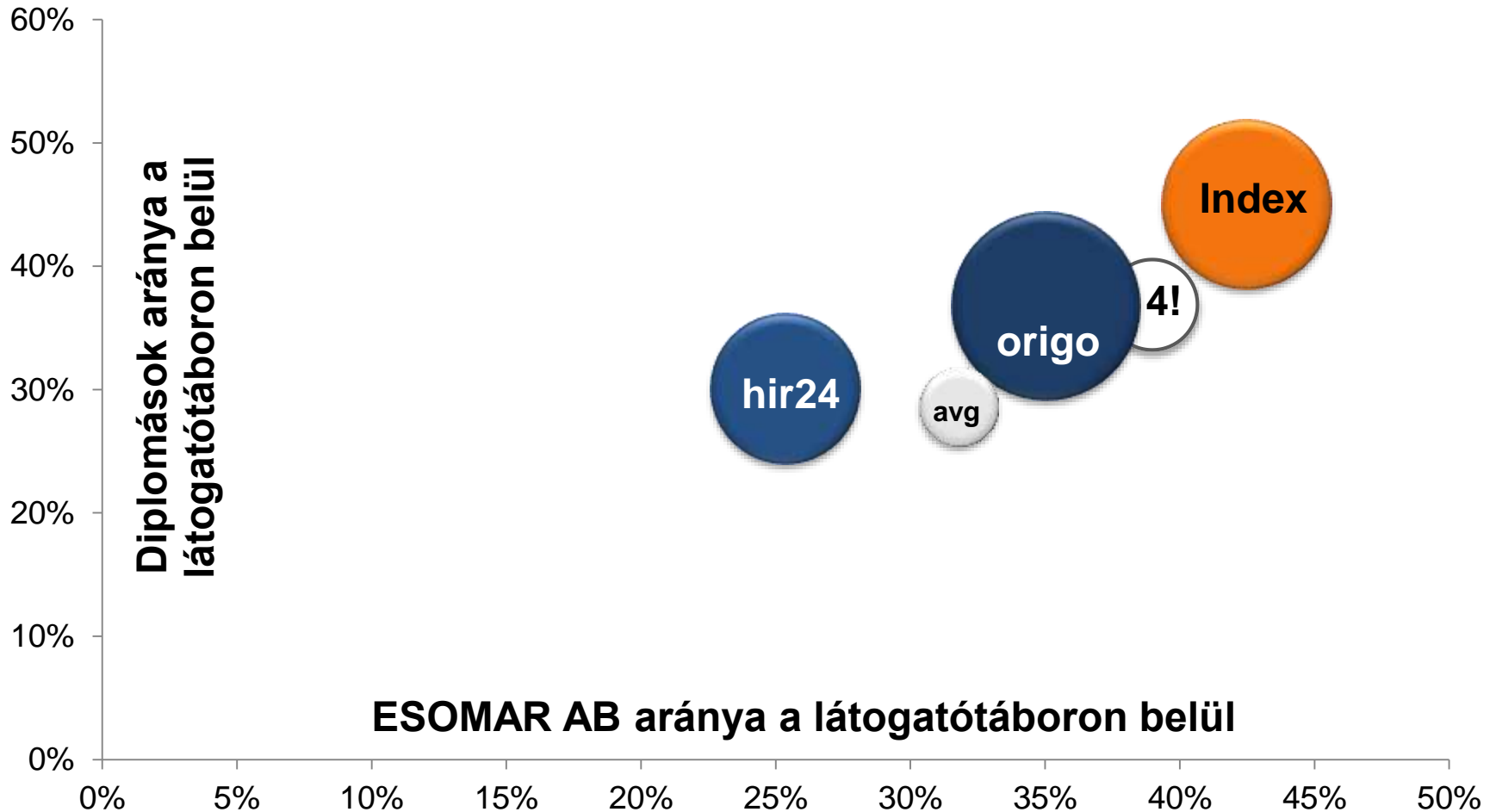
STATISZTIKAI ÁTLAG RU



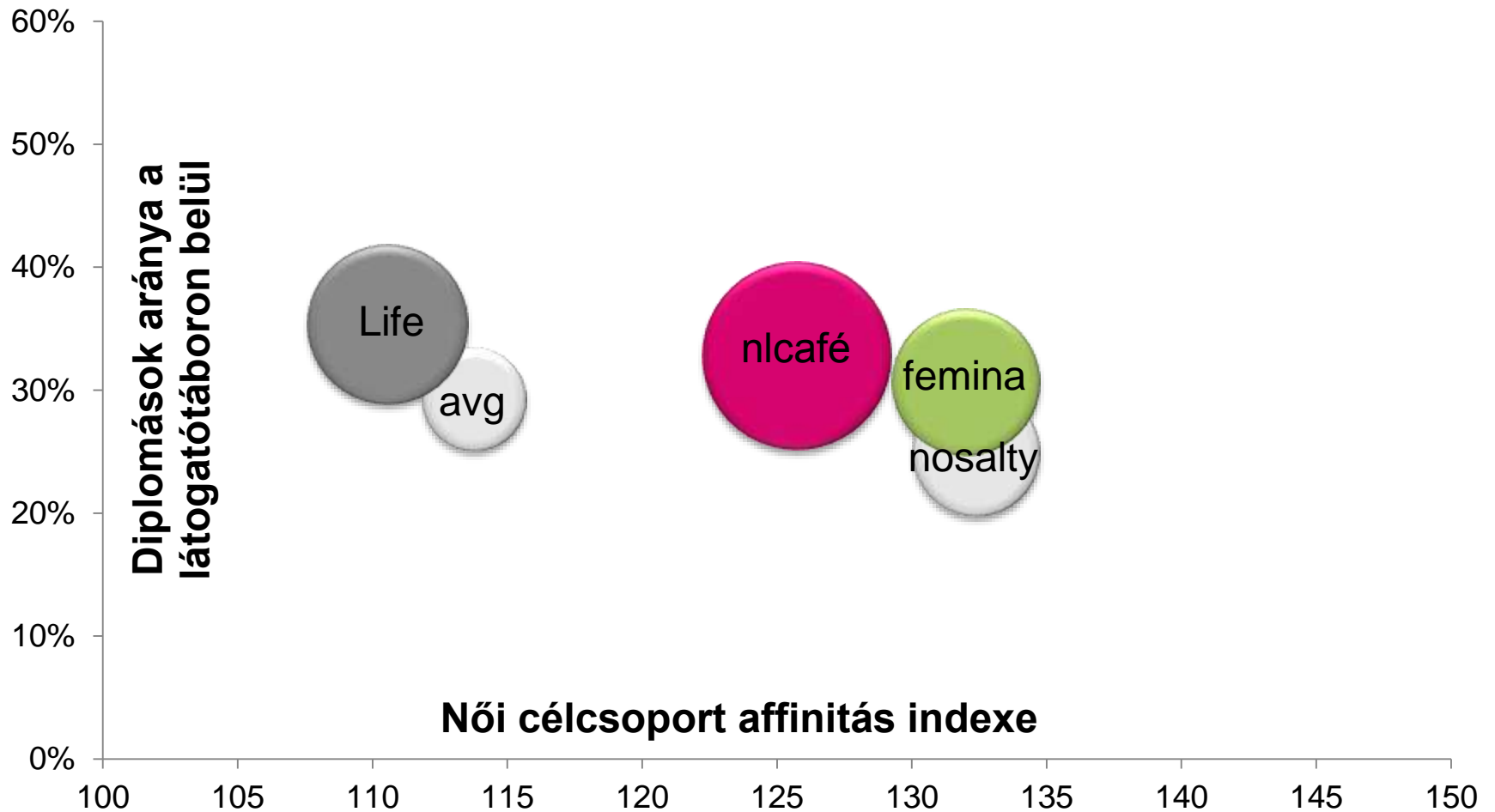
HÍRPORTÁLOK



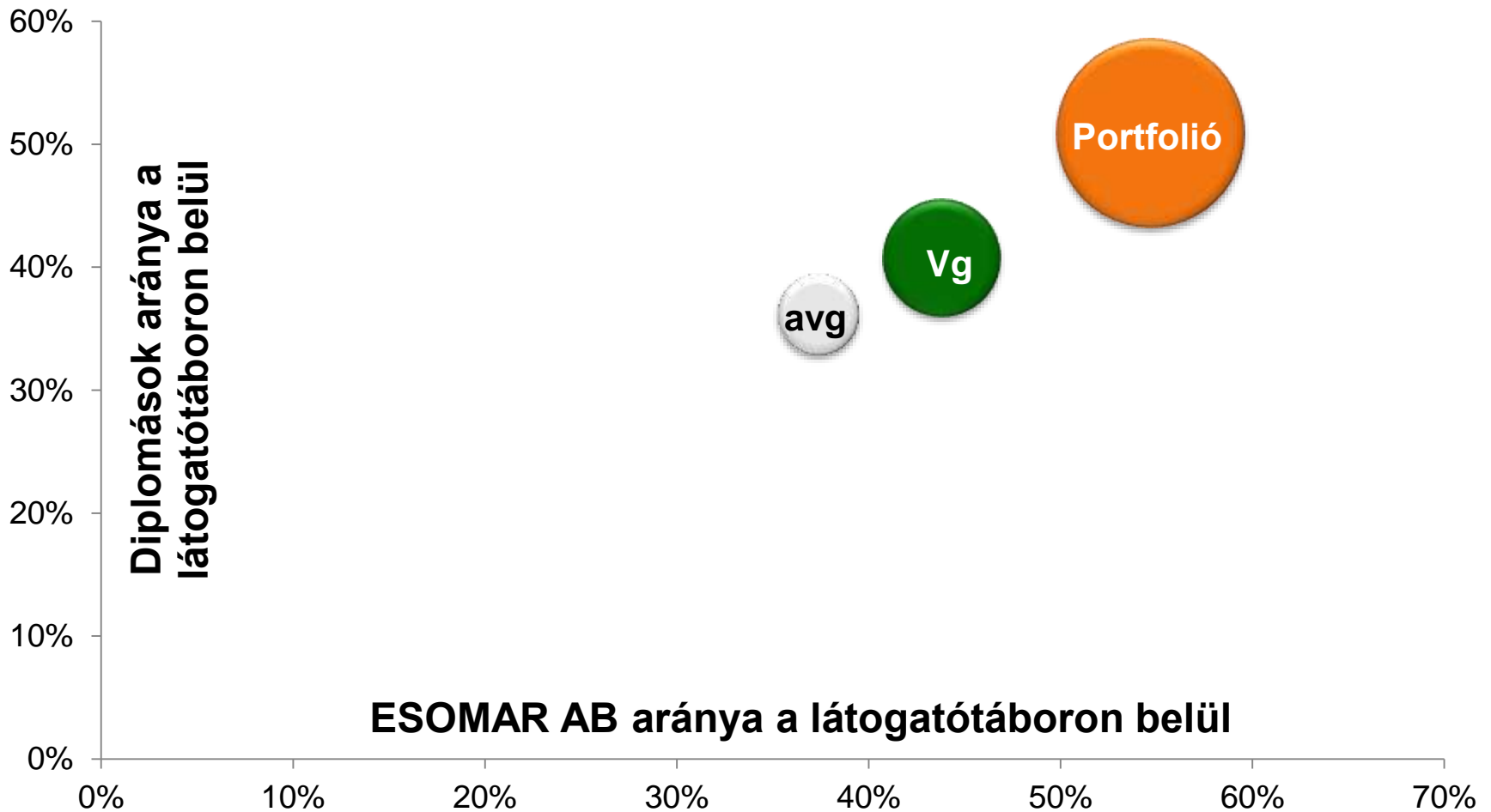
HÍRPORTÁLOK



NŐI PORTÁLOK

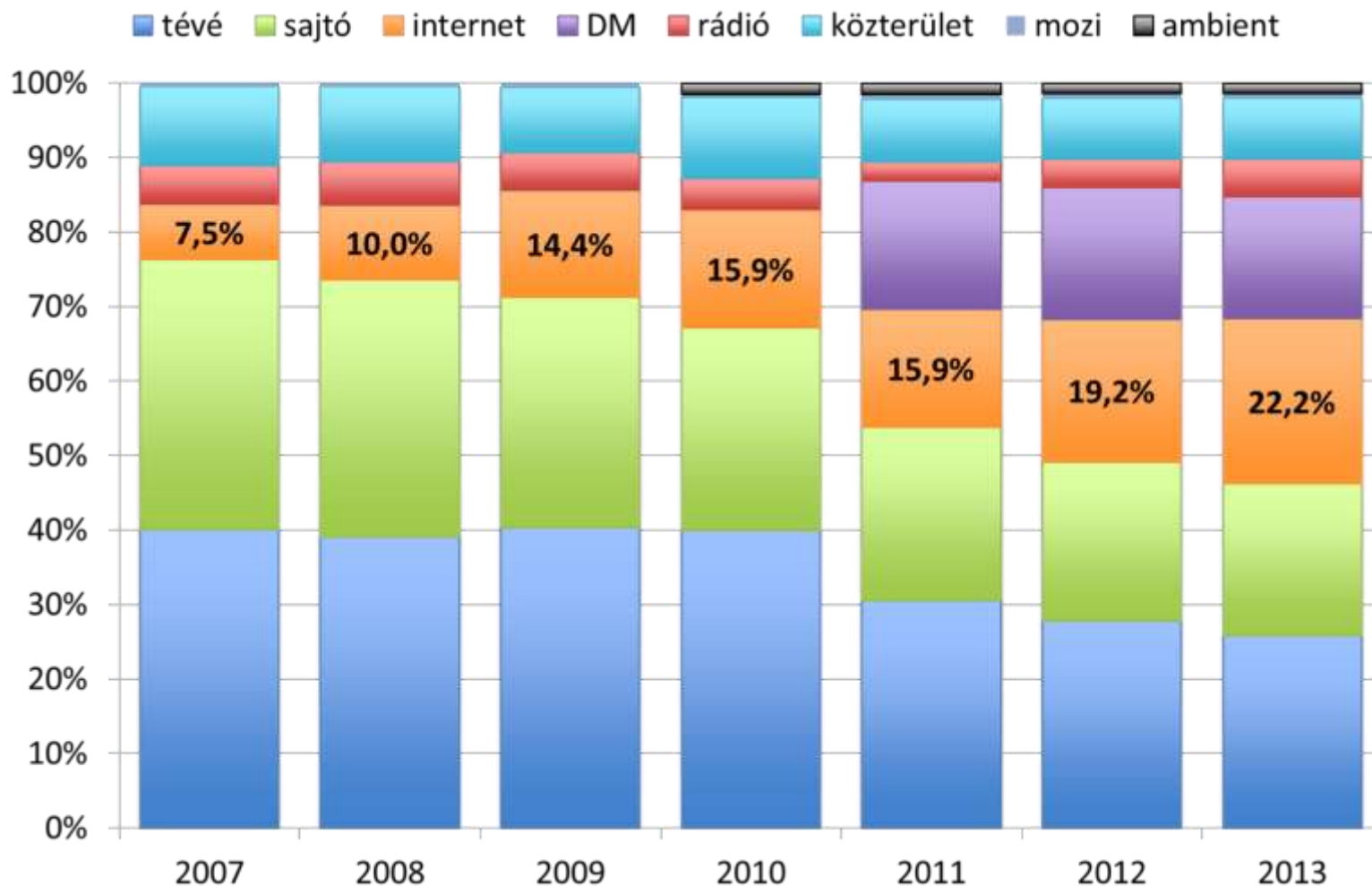


GAZDASÁGI PORTÁLOK

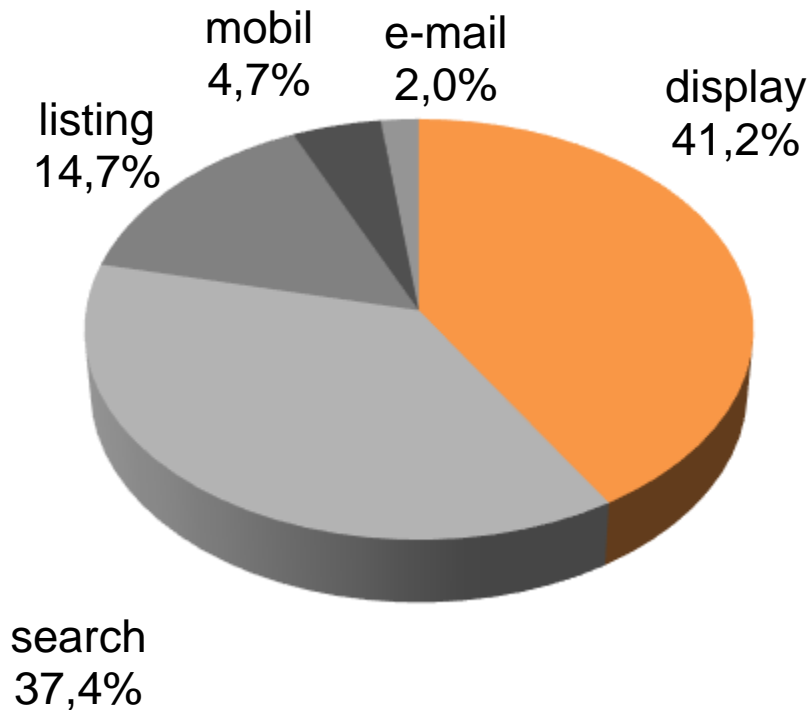


ÁRAZÁSI MODELLEK

ONLINE REKLÁMKÖLTÉS NÖVEKEDÉSE



ONLINE REKLÁMTORTA 2013



+15%

Net 41,17 mrd
(net-net 39,1 mrd)

ÁRAZÁS ÉS TERMÉKSTRATÉGIA

- Bevételi célok
- Termék- és piaci adottságok
- Árstratégia:
 - Teljes kihasználtság
 - Elvárt minimális árszint elérése



Árazási modellek

ÁRAZÁSI MODELLEK

Hagyományos

- AV
- CT, konverzió alapú
- Idő

Programmatic buying

- RTB csak egy része
- eCPM alapú elszámolás!
- Elvállik a vásárlási lehetőség és a médiatulajdonos felé az elszámolás
- Sokszereplős „tápláléklánc”

DISPLAY FORMÁTUMOK

DISPLAY KATEGÓRIÁK



STANDARD
BANNER

RICH MEDIA
BANNER

VIDEO

MOBIL DISPLAY

PR CIKK

SZPONZORÁCIÓ

PROMÓCIÓ

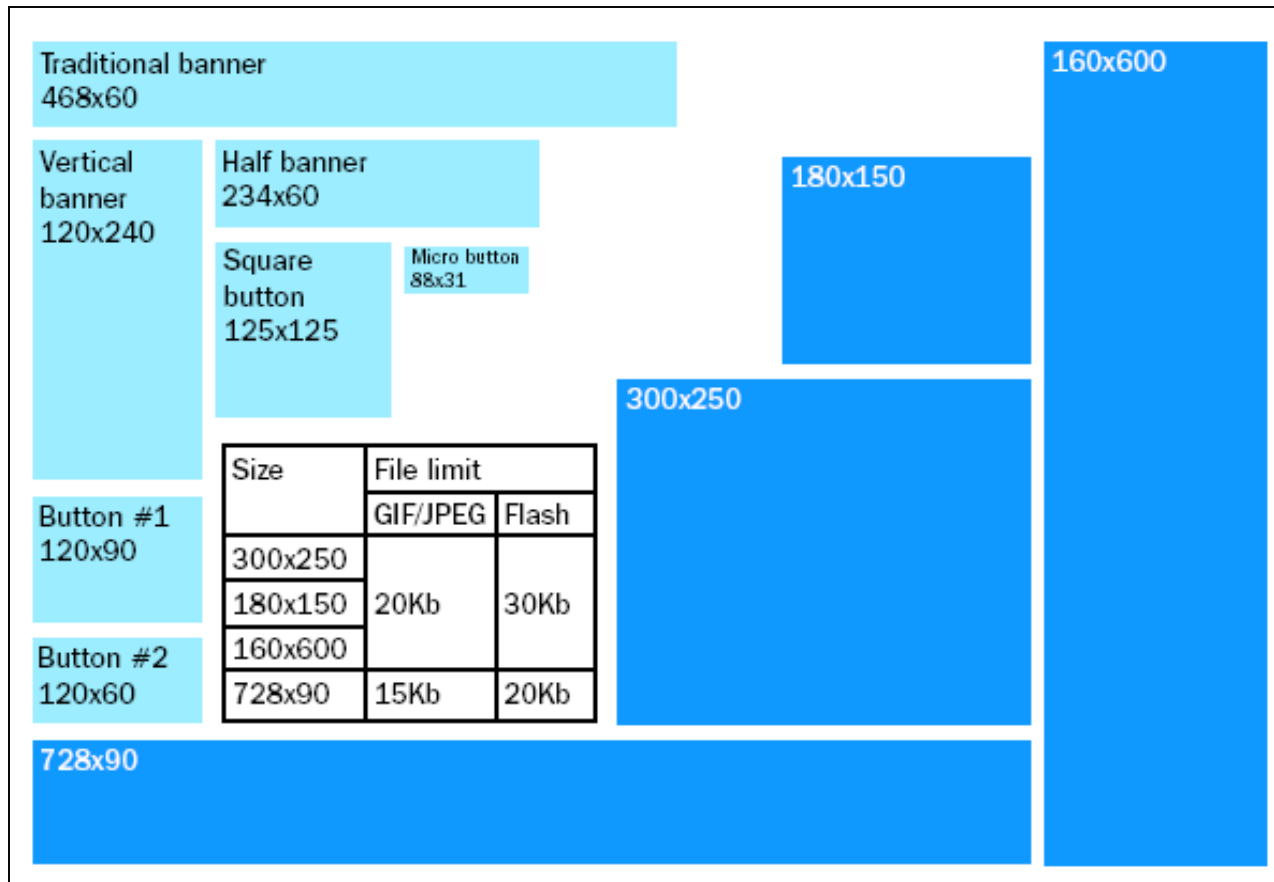
NATÍV HIRDETÉS

DISPLAY BANNER FORMÁTUMOK



STANDARD

DISPLAY FORMÁTUMOK



RICH MEDIA JELLEMZŐI

- Interakció (kinyílás, elmozdulás)
- Nagyobb méret
- Többféle funkció (tartalmazhat videót is)

RICH MEDIA ERŐSSÉGEI

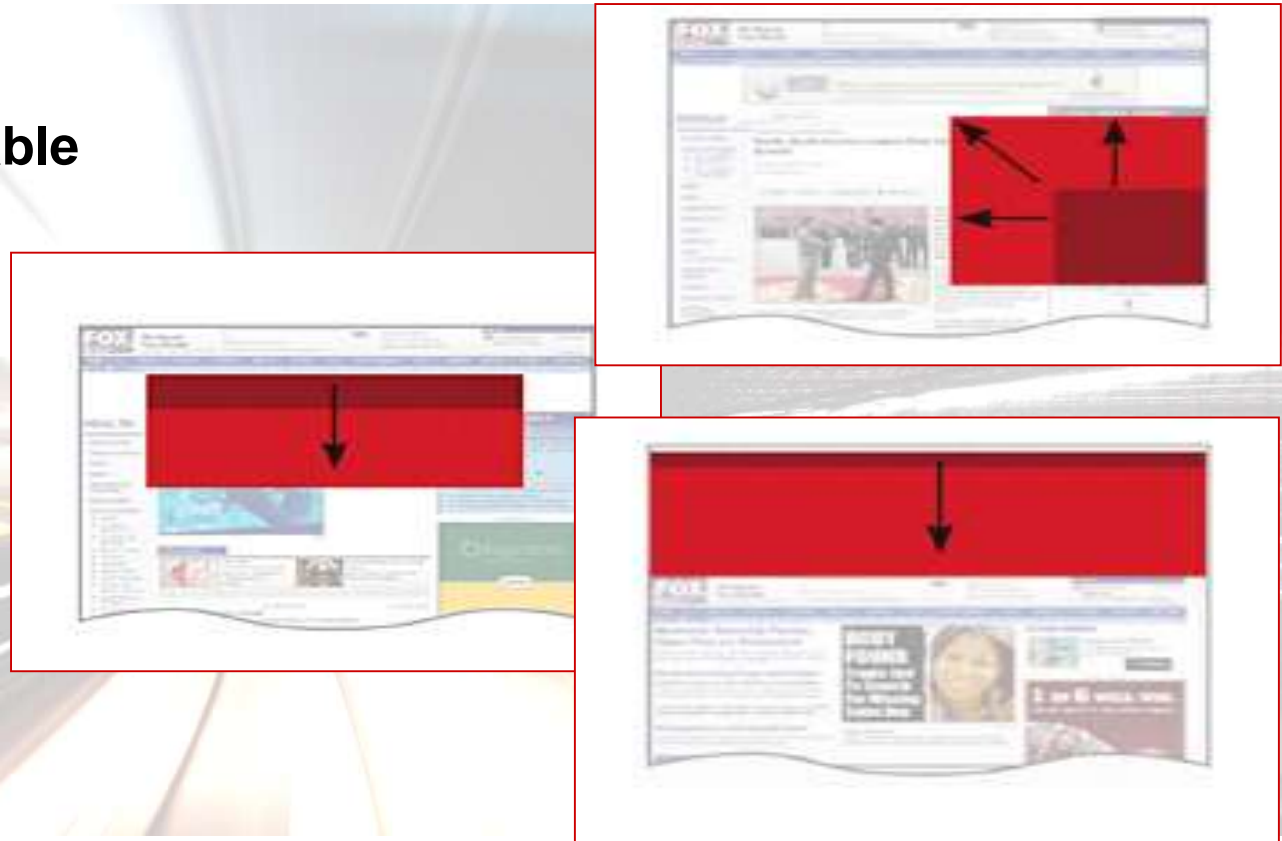
Advantage

1. *Brand építésre alkalmas*
2. *Nagyobb márkaismertség/kedveltség*
3. *Nagyobb bevonódás*
4. *Több látogatás (post-click/view)*

RICH MEDIA FORMÁTUM PÉLDÁK

Expandable / retractable
units

Floating units



RICH MEDIA FORMÁTUM PÉLDÁK

Overlay



Pop-up



Expandable / retractable
units

Floating units

A MÉRET A LÉNYEG, HA TÚL SOK VAN BELŐLE



HAP – HUNGARIAN ADVERTISING PACKAGE (IAB 2012)

medium rectangle 300x250 (IAB US UAP méret)



half page 300x600 (IAB US OAU méret)



leaderboard 728x90 (IAB US UAP méret)



super leaderboard 970x90 (IAB US OAU méret)



RMBU – RICH MEDIA BRANDING UNITS (IAB 2012)

billboard 970x250



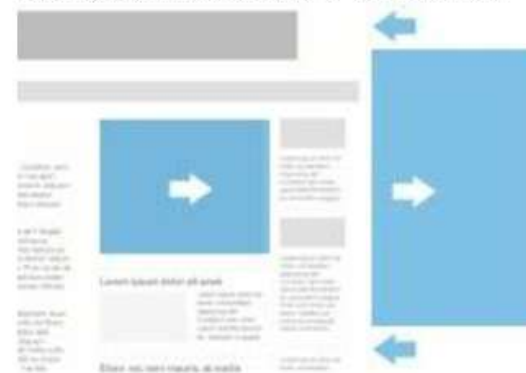
pushdown 970x90 > 970x415



filmstrip 300x600



sidekick 300x250 > 850x700



MOBIL DISPLAY

Mobile Rising Stars The Full Range

Filmstrip



Slider



Adhesion Banner



Push



Full Page



iab.

MÉRÉS ÉS CÉLZÁS



CÉLZÁSI LEHETŐSÉGEK

1. **Idő alapú**
Nap, hét, napszak
2. **Tartalom (kontextus) alapú**
Tematika, címke, kulcsszó
3. **Technológia alapú célzások**
Geotargeting, OS,
Gyakoriság (frequency capping)
4. **Viselkedés alapú célzások**
Retargeting, ajánlórendszerek



MÉRÉSEK CSOPORTOSÍTÁSA

- Alap kampányadatok
- Számított értékek
- Időtartam mérés
- Interakció és konverzió mérés



ALAP KAMPÁNYADATOK

- **AV (AdView), CT (ClickThrough), UU (UniqueUser)**
- Az adott kampány, banner alapinformációit adja:
 - **AV:** megjelenésszám
 - **CT:** kattintások száma
 - **UU:** hány felhasználó látta



SZÁMÍTOTT ÉRTÉKEK

- **CTR (ClickThroughRate)**

 - átkattintás vs megjelenésszám

- **RR (Response Rate) – válaszadási ráta**

 - átkattintás vs elért felhasználók száma

- **Frequency/OTS – gyakoriság**

 - Egy felhasználó átlagosan hányszor találkozott a hirdetéssel



IDŐTARTAM MÉRÉSEK

Dwell Time, Average interaction time, Expansion time

- bevonódás mérése
- mennyi időt töltött a hirdetéssel



KONVERZIÓ MÉRÉS

PUA (Post User Action), Post Click, Post View

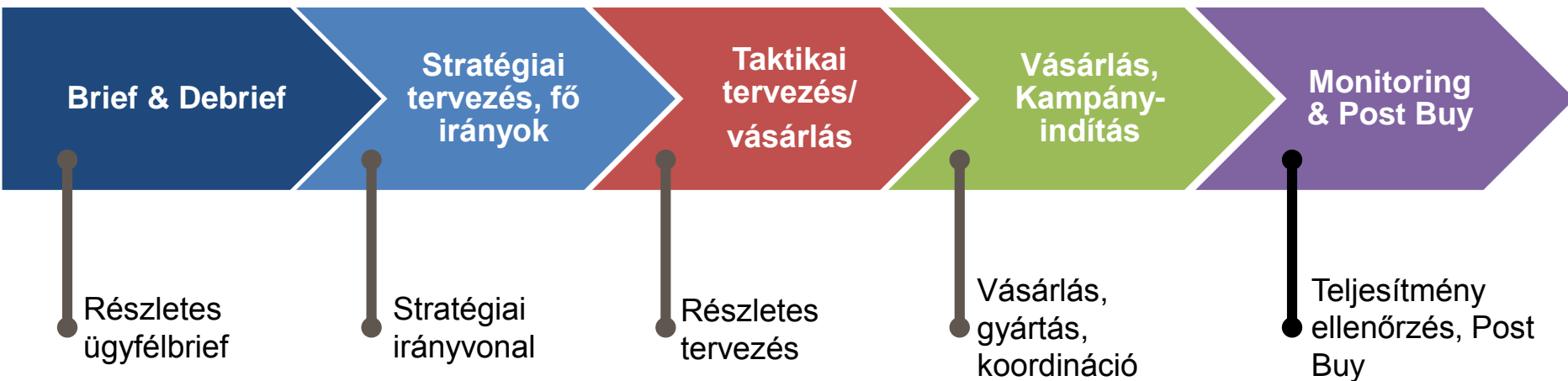
- A felhasználó által a céloldalon kifejtett aktivitás mérése
- A kampány adataiból ez display kampány esetén nem látható, ehhez a céloldalba is kódokat kell befűzni



KAMPÁNYTERVEZÉS & TÍPUSOK



DISPLAY TERVEZÉS ÉS VÁSÁRLÁS



EGY JÓ TAKTIKAI BRIEF ELEMEI

Célcsoport

Időzítés

Budget

Kreatív

- Formátum
- Elérhetősége

Termék,
ajánlat

Targetálás

Kampánycél,
elvárás

Speciális
ügyfél igény

Versenytársak
elemzése

Célcsoport -
kutatások,
elemzések

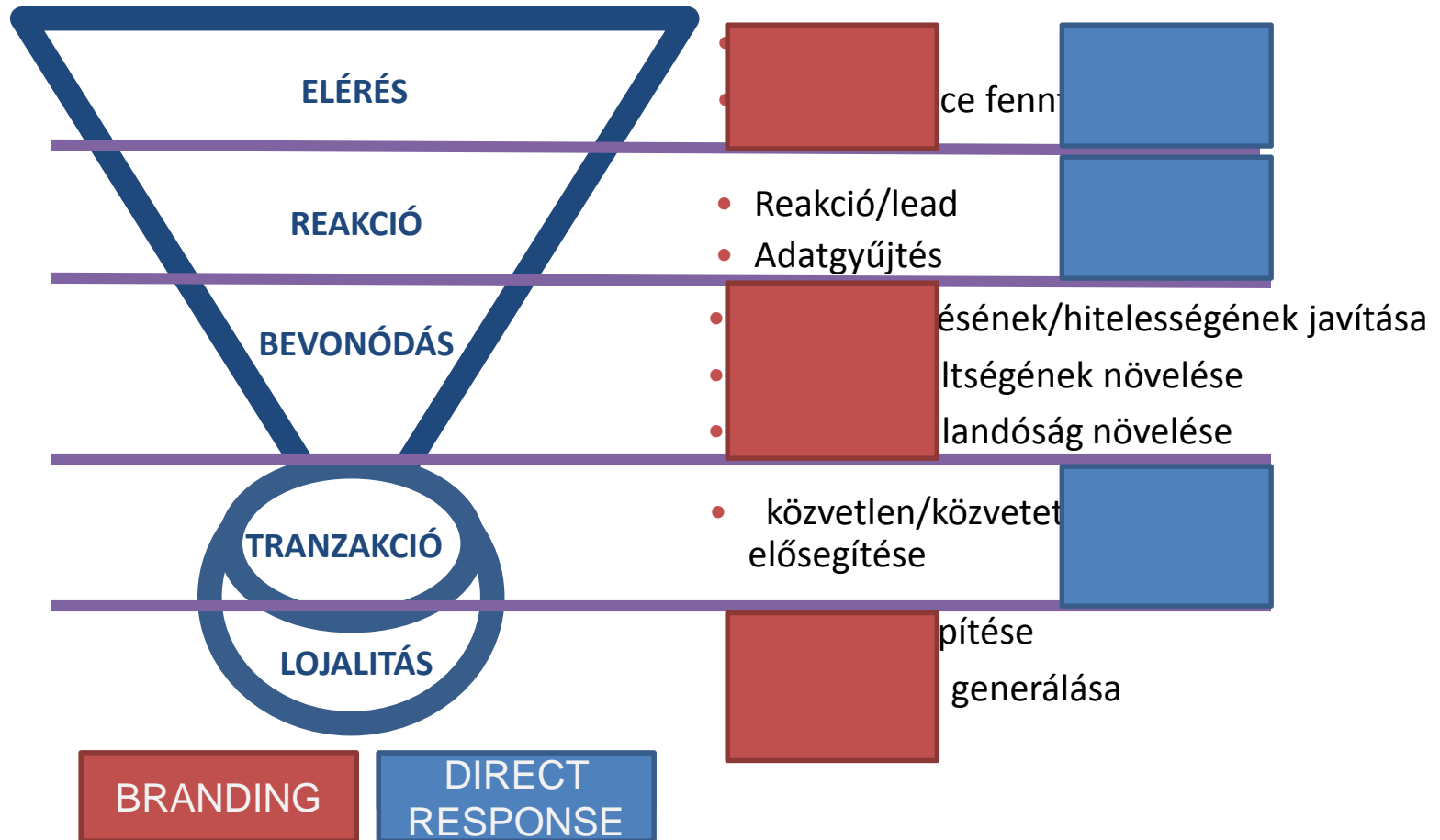
Célok
meghatározása

Média-mix
meghatározása

A KOMMUNIKÁCIÓ BRANDING ÉS DIRECT RESPONSE CÉLOKAT IS SZOLGÁLHAT



A KOMMUNIKÁCIÓ BRANDING ÉS DIRECT RESPONSE CÉLOKAT IS SZOLGÁLHAT



BRAND ÉS DIRECT RESPONSE TÍPUSÚ KAMPÁNYOK KÖZÖTTI KÜLÖNBSÉG



Tartalmi környezet	Minőségi tartalom	Relevancia, költséghatékonyság
Fókusz	Vizuális hatás	Call-to-action
Cél	Érzelmi reakció	Valós reakció
Vásárlási típus	CPM/TB/CPV/UU	CPC/CPL/CPA
Elvárt hatás	Hozzáállásbeli változás	Üzleti eredmény

A MEGFELELŐ KPI-OK MEGHATÁROZÁSA KULCSFONTOSÁGÚ



Brand kampány

Branding célok

MINŐSÉGI KPI

Láthatóság
(in-screen)

Interakció a márkával

Banneren eltöltött idő
(dwell)

Elérés

Forgalom

A brand site-on
eltöltött idő



Direct Response kampány

Teljesítmény célok

MENNYISÉGI KPI

Eladás

Lemorzsolódási ráta

Regisztráció

CTR

TAKTIKAI IRÁNYVONALAKRÓL DÖNTÉS

Formátumjavaslatok
meghatározása

Site-szelekció

Vásárlási típus
megválasztása

- benchmark
- kreatív ötlet

- benchmark
- site ranking

- benchmark
- költséghatékonyság

DISPLAY TERVEZÉST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

CÉLOK

Kampánycél

Benchmark/
KPI

KREATÍV

Üzenet
komplexitása

Rendelkezésre
álló kreatív
minősége,
mennyisége

MÉDIA

Időzítés

Média mix

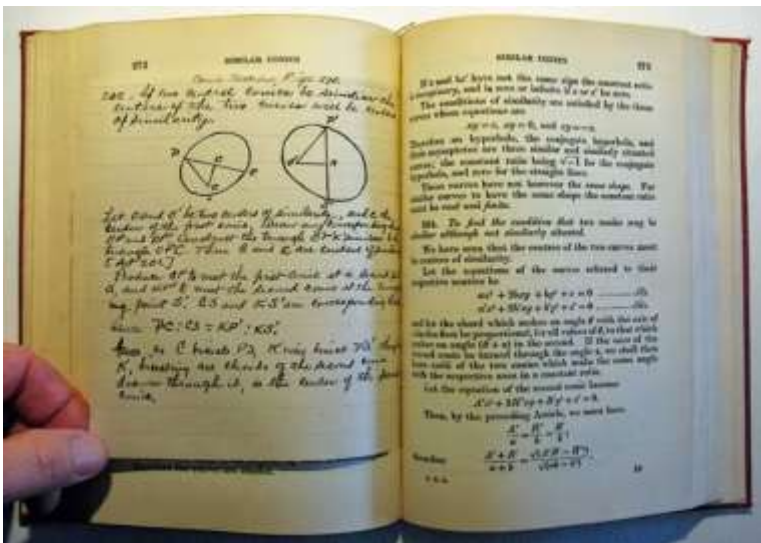
Site-mix

BÜDZSÉ

Rendelkezésre
álló költség

Vásárlási
metódus

MEGFELELŐ SITE-MIX MEGHATÁROZÁSA

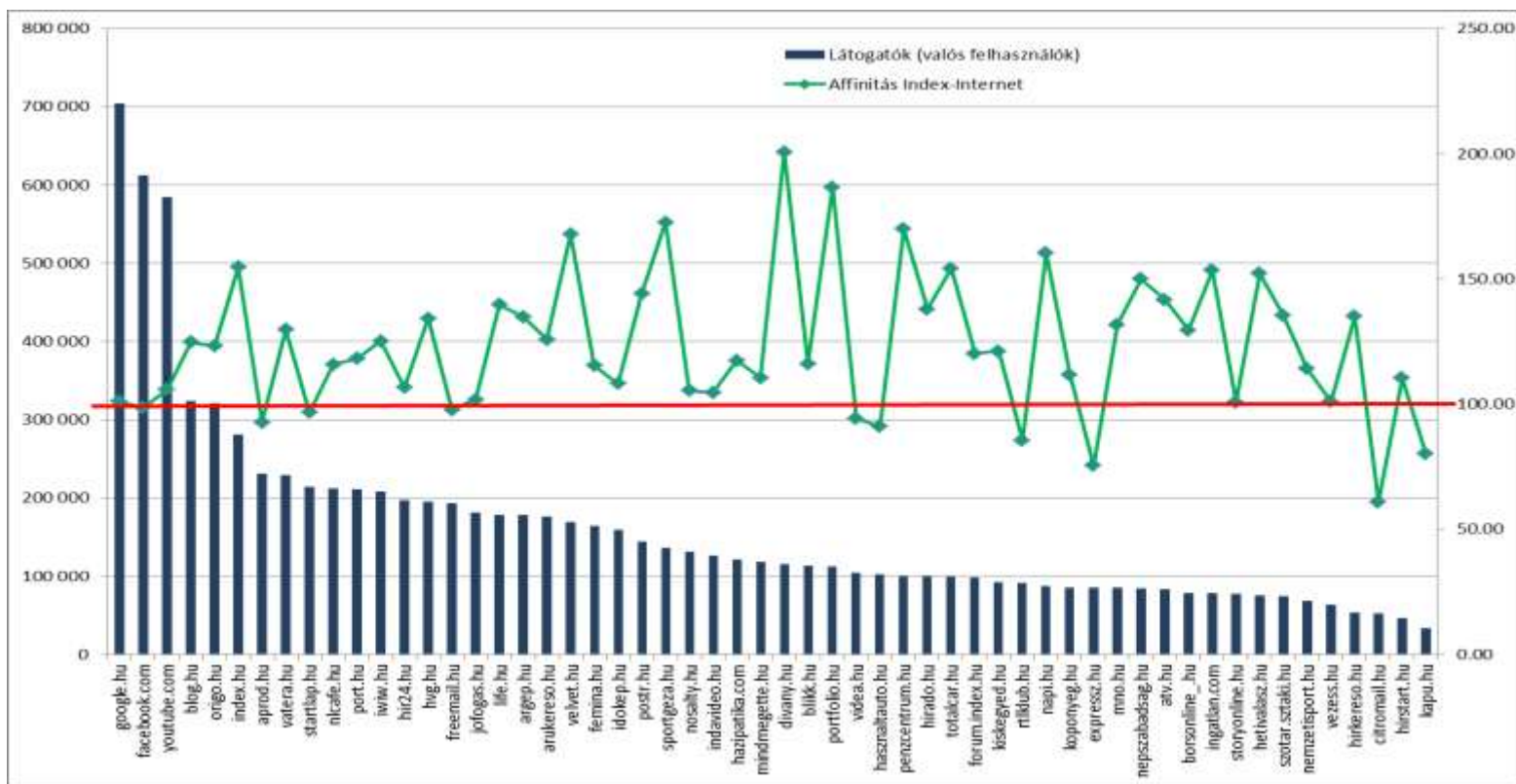


Category	Rank	Value 1	Value 2	Value 3	Value 4	Value 5
Google	1	2 997 706	380 000	0,13	90,14%	2 997 706
Google.com	2	2 734 282	400 304	0,0252	88,18%	2 734 282
Google.co.uk	3	2 241 205	1 522 709	0,0726	62,20%	2 241 205
Google.de	4	2 142 706	788 244	0,15	69,17%	2 142 706
Google.fr	5	2 205 288	71 208	1,27	53,51%	2 205 288
Google.es	6	2 826 906	313 207	0,07	64,84%	2 826 906
Google.it	7	1 896 248	51 048	1,94	61,43%	1 896 248
Google.nl	8	2 822 922	87 580	0,07	78,64%	2 822 922
Google.com.au	9	1 908 474	17 972	0,01	68,11%	1 908 474
Google.se	10	2 405 048	67 211	0,03	66,20%	2 405 048
Google.pl	11	1 405 934	12 818	0,00	64,24%	1 405 934
Google.ro	12	1 202 384	121 412	0,28	50,77%	1 202 384
Google.pt	13	1 506 587	91 408	0,07	50,63%	1 506 587
Google.in	14	1 222 147	72 748	0,10	58,54%	1 222 147
Google.jp	15	2 202 474	8 918	0,01	67,76%	2 202 474
Google.kr	16	1 905 938	14 018	0,01	67,19%	1 905 938
Google.com.hk	17	1 299 242	39 417	0,03	58,21%	1 299 242
Google.ca	18	1 905 048	28 788	0,01	67,57%	1 905 048
Google.com.sg	19	887 248	34 848	0,04	64,07%	887 248
Google.com.tw	20	817 922	82 864	0,01	62,04%	817 922
Google.com.br	21	800 706	56 274	0,07	62,28%	800 706
Google.com.au	22	836 494	24 274	0,01	64,73%	836 494
Google.com.mx	23	874 934	9 488	0,01	61,28%	874 934
Google.com.co	24	888 787	24 208	0,01	62,04%	888 787
Google.com.ve	25	804 934	14 712	0,01	62,54%	804 934
Google.com.eg	26	888 488	8 888	0,01	60,00%	888 488
Google.com.tr	27	827 922	88 488	0,11	61,17%	827 922
Google.com.ph	28	818 987	8 188	0,01	60,88%	818 987
Google.com.pk	29	788 988	7 278	0,01	62,28%	788 988
Google.com.ua	30	788 922	8 488	0,01	61,17%	788 922
Google.com.vn	31	778 922	17 278	0,02	61,17%	778 922
Google.com.th	32	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.id	33	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.my	34	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.hk	35	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.sg	36	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.tw	37	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.br	38	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.mx	39	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922
Google.com.co	40	778 922	8 488	0,01	61,17%	778 922

Korábbi eredmények & Benchmark

Célcsoport specifikus ranking

MEGFELELŐ SITE-MIX MEGHATÁROZÁSA



Forrás: gemius Ipsos Audience, TA: 25-60 ABC

Vásárlás,
Kampány-
indítás

EGYEZTETÉS A MÉDIÁVAL, TERV VÉGLLEGESÍTÉS

Inventory
ellenőrzés

Teljesülés becslés

Technikai
specifikáció
bekérése

Produktós
terv készítés,
kiküldés

TERV ELFOGADÁS UTÁN: EGYEZTETÉS A MÉDIÁVAL, TERV VÉGGLEGESÍTÉS

Monitoring
& Post Buy

Bannerek fogadása, ellenőrzés

Kampány feltöltés az adserverbe, kódok kiküldése

Kampány monitoring

Teljesülés ellenőrzés,
Post Buy

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

Bognár Vera,
Head of Digital
MediaCom

vera.bognar@mediacom.com

mobil: + 36 30 740 2000

@digitalcoholic

Ziegler Gábor,
ügyvezető igazgató,
CEMP SH

gabor.ziegler@cemp.hu

mobil: + 36 20 219-4650