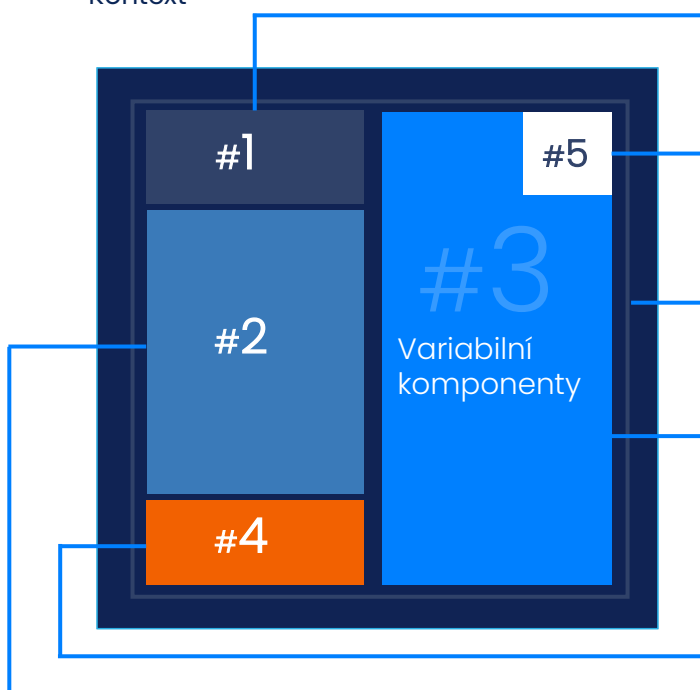


DYNAMICKÁ OPTIMALIZACE KREATIV

Personalizované sdělení je vhodné pro brandové i výkonnostní kampaně. Zaručuje vysokou relevanci sdělení každému uživateli dle předem nastavených podmínek a kritérií. Možností, jak pojmout dynamickou optimalizaci, je mnoho. Je možné zapojit nejrůznější datové zdroje, vytvořit sofistikované grafické podklady (bannery i videobannery) s větším množstvím komponentů. Zaručená je vyšší míra interakce uživatelů s bannery i výkonnost.

DATOVÉ ZDROJE DYNAMIKY ROZHODOVACÍ KRITÉRIA

- Datum
- Čas
- Geolokace
- Počasí
- Behaviorální i sociodemografická charakteristika uživatele
- Kontext



HLAVNÍ PŘÍNOSY:

VYŠŠÍ MÍRA INTERAKCE

Obsah přizpůsobený konkrétnímu uživateli a okolním podmínkám má vždy větší pravděpodobnost interakce. Vysoká míra relevance je zásadní i z hlediska výkonnosti kampaně nebo z hlediska zapamatování si značky/produktu u brandových kampaní.

ÚSPORA ČASU PŘI MANAGEMENTU KREATIV

V případě komplexních kampaní s velkým množstvím kreativ je významná i úspora a zjednodušení tvorby grafických podkladů. V mnoha případech jsou i celkové produkční náklady nižší ve srovnání s klasickým přístupem a tvorbou stovek bannerů. Významným přínosem je i pozitivní vliv na optimalizaci výkonnostních metrik.

PERSONALIZOVANÉ SDĚLENÍ

Každému uživateli se zobrazuje relevantní obsah s přihlédnutím k aktuálním podmínkám, preferencím nebo fázi jeho nákupního úmyslu.

• LOGO

• SLEVA

• POZADÍ

• OBRÁZEK

• TEXT

• CALL TO ACTION