

# STRATEGIE KAMPANĚ

Správné namyšlení strategie kampaně je zásadní pro její hladké a úspěšné odbavení. Strategie kampaně je obsažena v briefu, který slouží ke shrnutí veškerých informací a požadavků ke kampani ze strany klienta (vstupy), tak RTB týmů (výstupy). Ve všech bodech strategie musí mezi jednotlivými stranami panovat shoda. Těmito informacemi se následně řídí RTB specialisté při nastavení a optimalizaci kampaní.

## PROCES NÁVRHU STRATEGIE:

- Informace/požadavky ze strany klienta = **vstupy**
- Návrh strategie od RTB specialistů = **výstupy**
- Případné úpravy/změny
- Schválení klientem

## HLAVNÍ VSTUPY:

**Název a typ** – záměr kampaně a typ (brand, performance nebo consideration)

**Timing** – délka kampaně, fáze

**Cílová skupina** – požadavky a specifikace na cílovou skupinu

**KPI** – specifikace jednoho hlavního cíle kampaně

**Omezení** – geolokace, jazyk, operační systém, zařízení aj.

**Akce měřené na webu, dodatečné měření výkonu** – např. specifikace konverzního bodu, mLift, DAR

**Budget a podklady** – výše alokovaného budgetu, informace o kreativě (formát, počet kreativ, délka videa aj.)

**Požadavky na Brandsafety** – např. moat, double verify, IAS, custom negative context

**Požadavky na reporting** – kromě standardních metrik požadavek custom reportu např. rozpad po dnech, kreativách atd.

## HLAVNÍ VÝSTUPY:

**Skladba formátů** – banner, video, audio aj.

**Cena, budget** – ceníková cena dle vybraného produktu a nákupního modelu, rozložení budgetu mezi formáty

**Strategie kampaně** – popis cílení, velikosti segmentů, vybrané DSP, tracking webu, schválení KPI aj.