

Kampaňová data v RTB

Co jsou kampaňová data a jak je získáváme

Kampaňová data jsou informace o uživateli, kteří se setkali s vybranou kampaní. Interakcí může být například **vizibilní imprese, frekvence, zhlédnutí videa do určitého procenta, přeskočení videa nebo navštívení určitého tracking pointu**. Využíváním kampaňových dat lze velmi efektivně pracovat s těmito uživateli a znovu je oslovovat. Lze tak snadno řídit výdej reklamy a pracovat s frekvencí. Vedle klasického remarketingu se jedná o velmi sofistikovaný způsob **zvyšování výkonu celé kampaně**.



„Kampaňová data jsou vlastnictvím klienta – měl by je využívat.“

Příklad využití kampaňových dat v rámci Outstream kampaně pro klienta v automobilovém odvětví pro zvýšení míry zhlédnutí videa.

Stopáž a zařízení	Broad – míra zhlédnutí	Kampaňová data – míra zhlédnutí	Kampaňová data – % nárůst míry zhlédnutí
20 s – desktop	35 %	41 %	17 %
20 s – mobile	22 %	26 %	18 %
30 s – desktop	25 %	32 %	28 %

Tabulka porovnává míru zhlédnutí broad cílení a kampaňových dat složených z uživatelů, kteří dané video zhlédli do 50 a 75 procent.

Proč využívat kampaňová data

Práce s těmito daty zvyšuje výkonnost kampaně – ať už se jedná o CTR, konverze nebo míru zhlédnutí videa.

Zjistíme, koho vaše kampaň oslovuje. Reagují nám lépe muži, ženy, v jakém věku, jaké bonitě...

Maximalizujte efektivitu kampaně díky správné frekvenci a šetřete peníze.

Neplaťte za cílení. Kampaňová data jsou vaše data. Jsou tedy skoro zdarma.



Podle zadaných KPIs vám připravíme scénáře na míru.



V případě dotazů se neváhejte obracet na své konzultanty.