

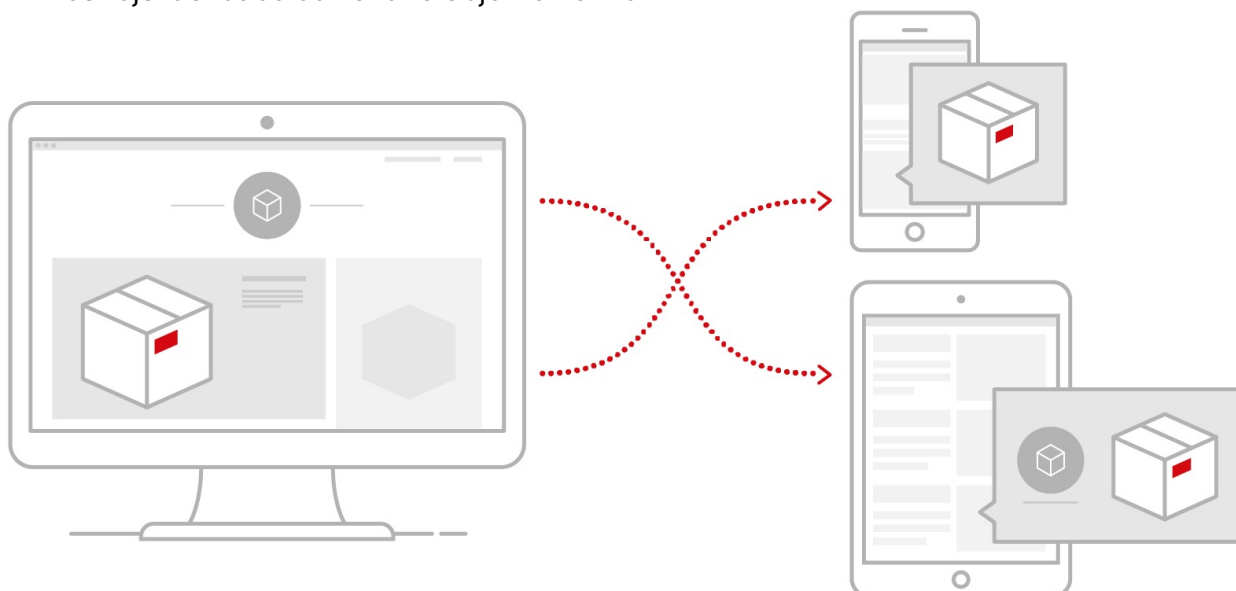
Jak zvýšit výkon RTB kampaně pomocí Cross device



Řešení cross device umožňuje zefektivnit výdej reklamy napříč všemi zařízeními daného uživatele. Děje se tak na základě technologií umožňujících identifikaci a spárování uživatele napříč zařízeními, které využívá.

Výhody využívání Cross device

- Retargeting na jiných zařízeních
- Efektivní řízení frekvence
- Efektivní distribuce investic při výdeji reklamy
- Přesnější atribuce celkového objemu konverzí



O Cross device



Navržení kampaňové strategie s cross device je vhodné zejména pro klienty, kteří jsou více edukovaní v oblasti RTB. Je to z toho důvodu, že pozitivní dopad zapojení technologie cross device se sice projeví v DSP statistikách RTB kampaně, v Google Analytics však klient žádné zlepšení nevidí. Je to z toho důvodu, že v Google Analytics vidí klienti pouze to, co se dělo po prokliku uživatele na banner. Jak je známo, Google Analytics nedoměří vliv zobrazení reklamy - zákazník viděl reklamu, ale nekliknul.

Příklad

Uživateli zobrazíte 2x reklamu na jeho notebooku a on později přijde na stránky klienta napřímo ze svého mobilního telefonu. V Google Analytics se tato návštěva připíše přímému vyhledávání a jeho následná akce na webu klienta bude připsána Google vyhledávání, Seznam vyhledání nebo například přímé návštěvě. Díky cross device technologii však v DSP statistikách bude tato akce provedená na mobilním telefonu atribuována také naší RTB kampani.

Cíle kampaně



Primárním cílem kampaně je maximalizace objednávek. Sekundárním cílem je doručení PNO pod 5 %. Sledovanými metrikami jsou proto konverze, hodnota objednávek, a také podíl nákladů na obratu.

Výsledky



Výsledky kampaní klienta se zaměřením na prodej a servis bílé techniky. Klient provozuje kamenné i internetové obchody.

	Kampaň bez zapojení technologie cross device	Kampaň se zapojením technologie cross device
Cost	80 000 Kč	48 000 Kč
Post click i impres. konverze	133	418
Sales	861 tis. Kč	3 mil. Kč
PNO	9 %	2 %
CPA	601 Kč	115 Kč
Průměrná denní frekvence	8	2

Tabulka zobrazuje výsledky dvou kampaní téhož klienta. Strategie, nastavení i délka těchto kampaní byla stejná. Jediným rozdílem bylo zapojení technologie Adform Cross Device (součást ID Fusion), schopné identifikovat uživatele přes více zařízení. ID Fusion je dostupné za příplatek k CPT.

Řešení cross device zvýšilo výkonnost celé RTB kampaně. Díky zapojení této technologie bylo vygenerováno 418 objednávek v celkové hodnotě 3 mil. Kč. Stejně tak bylo doručeno PNO 2 %, a tedy byl splněn i sekundární cíl kampaně. Dále došlo k výraznému snížení CPA, a to na 115 Kč.

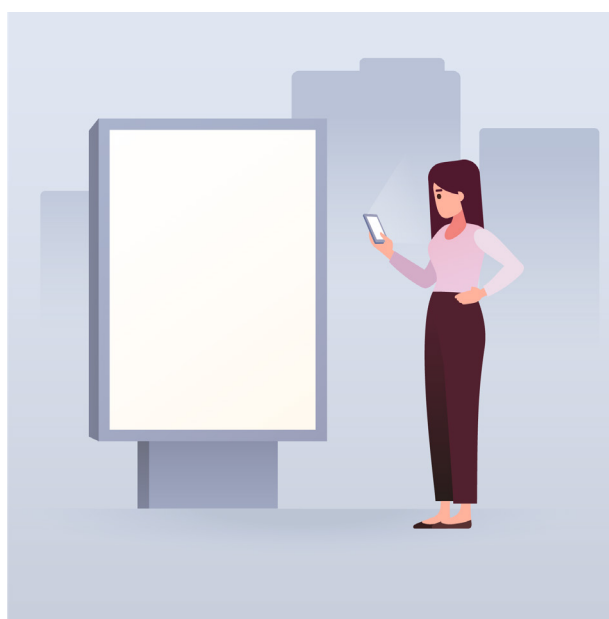
Nakonec, přínos technologie cross device se také pozitivně promítl do průměrné denní frekvence.

Závěr



Zapojení řešení cross device do RTB kampaní má rozhodně svůj význam a hodí se nejen pro výkonnostní typ kampaní. Velkou roli zde však hraje edukace klienta o těchto možnostech, neboť klasickým přístupem k vyhodnocení kampaní skrz Google Analytics je zisk z cross device kampaní v RTB jen těžko uchopitelný. Vzhledem k rostoucí konkurenci na trhu se přístupy inzerentů pomalu mění a objevují se již i velmi pokročilí zákazníci, kteří chtějí maximalizovat efekt svojí investice.

Vysoká konkurence a současná situace na trhu vede zároveň k motivaci posilovat vnímání značky dlouhodobě i pomocí offline kanálů, které se na výsledné konverzi mohou také podílet.



Pro více informací kontaktujte [Violu Vongrejovou](#).