

Vyplatí se ID Fusion?

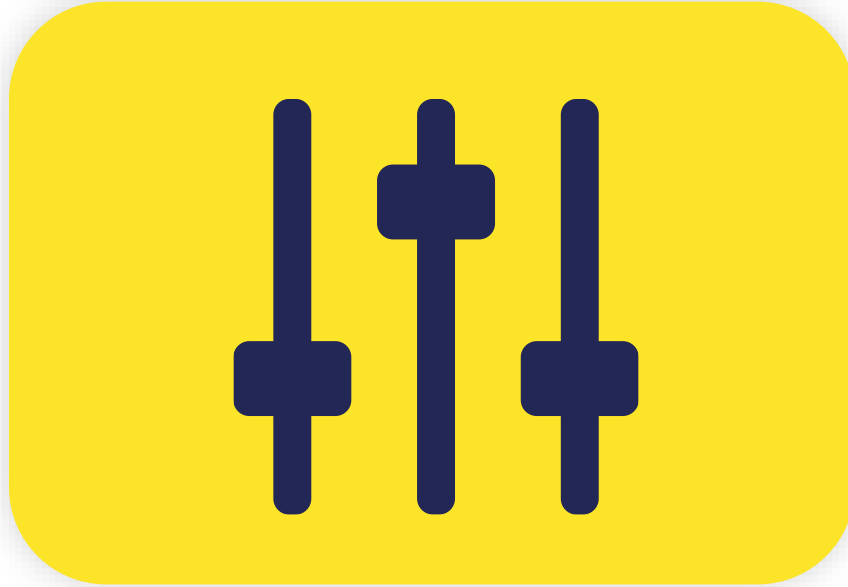
Lucie Polášková



Sazka - nejen Sportka



Proč vlastně ID Fusion?



lepší řízení
frekvence



zvýšení CPM



Testovací kampaň



- brandová Velikonoční kampaň stíracích losů
- KPIs
 - vizibilita nad 70%
 - frekvence 2-3
- necílená kampaň
- délka - 3 týdny, peak na Velikonoce



Nastavení kampaně

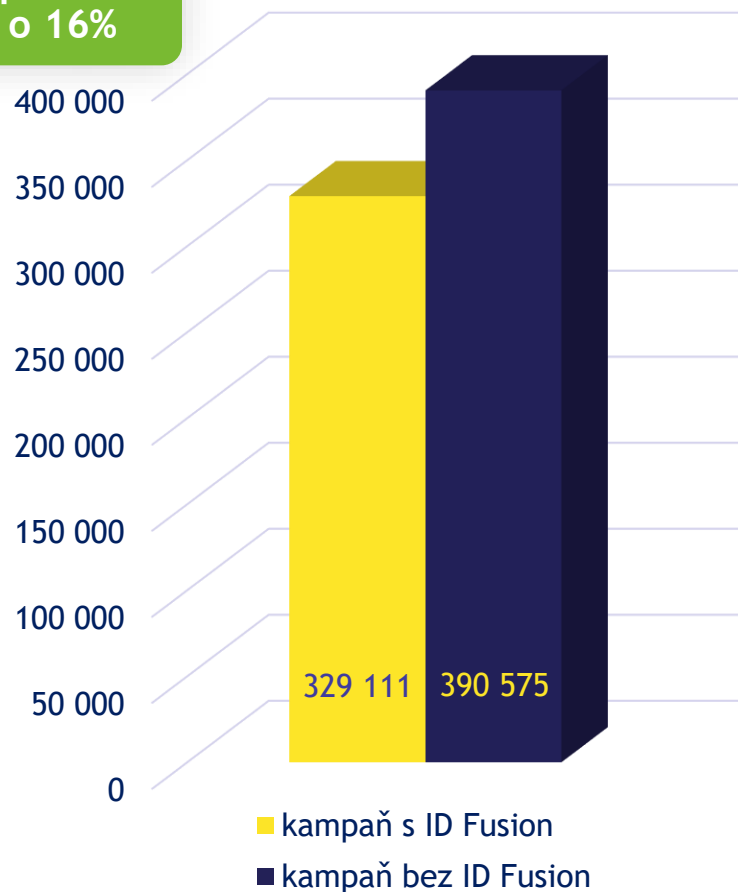
- A/B test: dvě identické kampaně - jedna s ID Fusion a druhá bez něj
- vzájemné vyloučení kampaní
- kampaň s ID Fusion - zvýšeno CPM o příplatek za technologii
- vyloučení uživatelů zasažených přímým nákupem



Výsledky - imprese, CPM

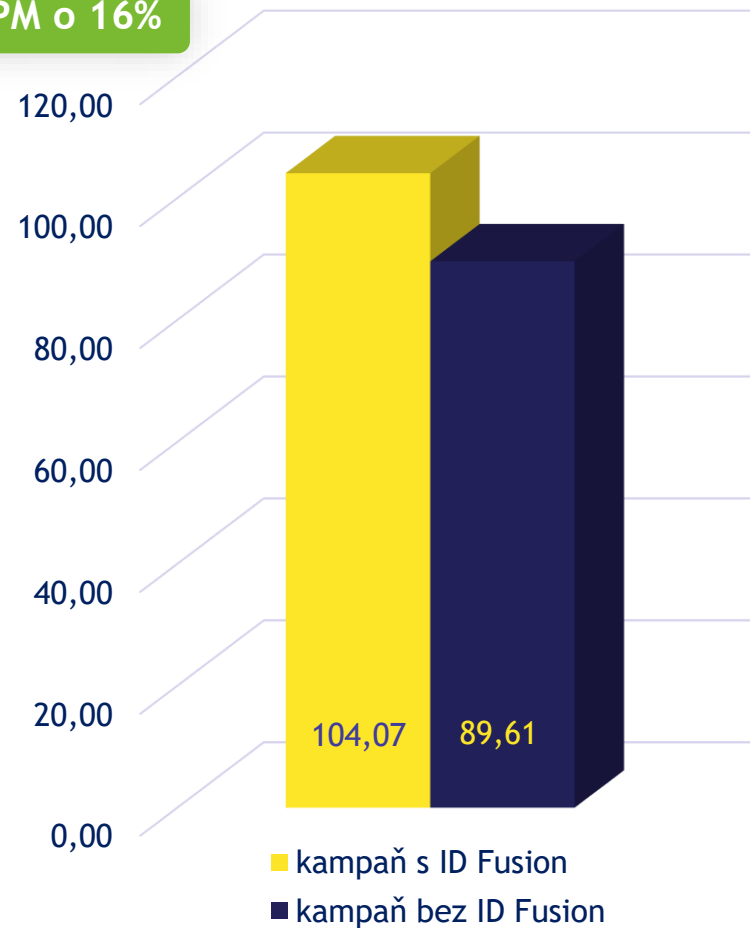
CELKOVÉ IMPRESE

Pokles počtu impresí o 16%



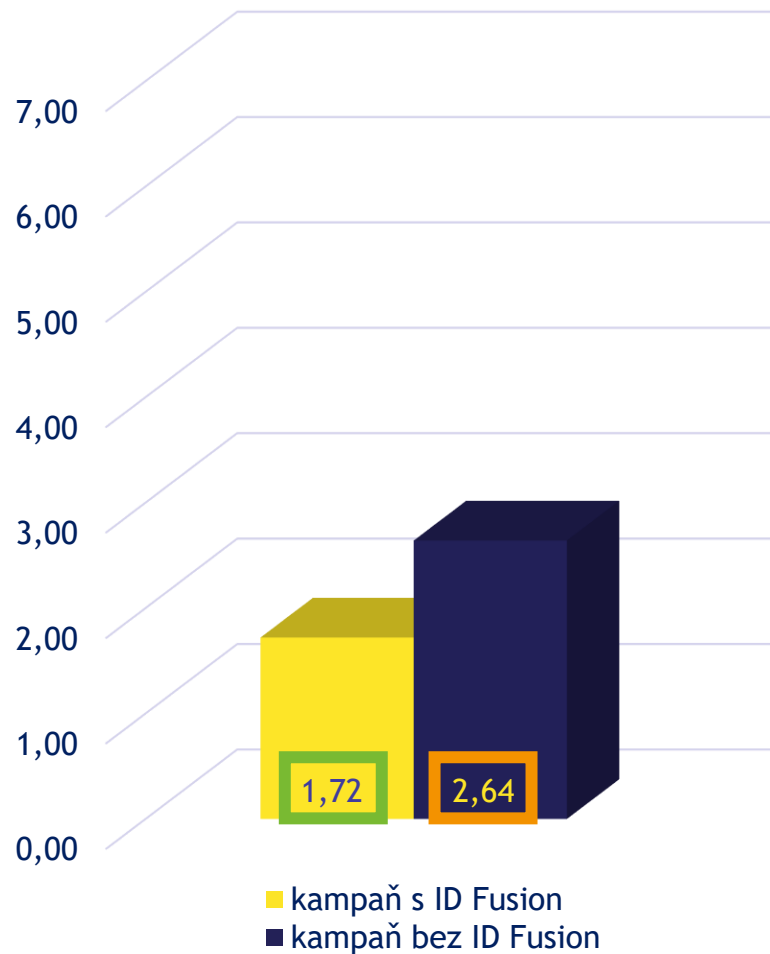
CPM

Nárůst CPM o 16%



Výsledky - frekvence

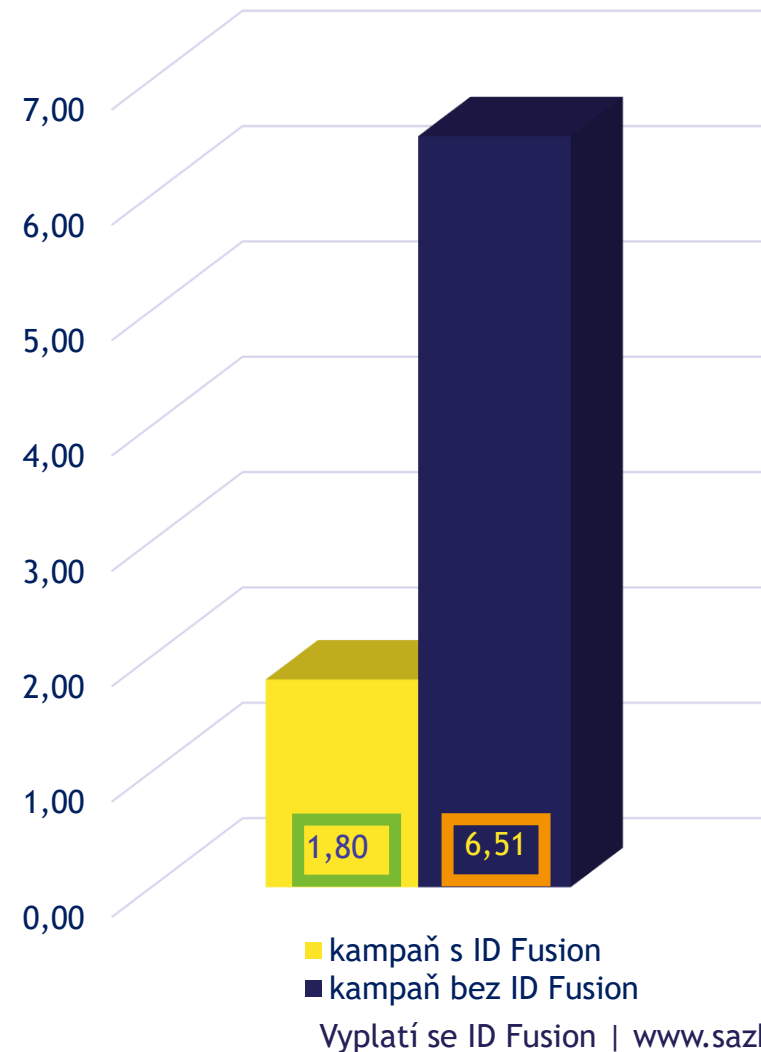
FREKVENCE



Rozdíl 4% pro kampaň s ID Fusion

Rozdíl 60% pro kampaň bez ID Fusion

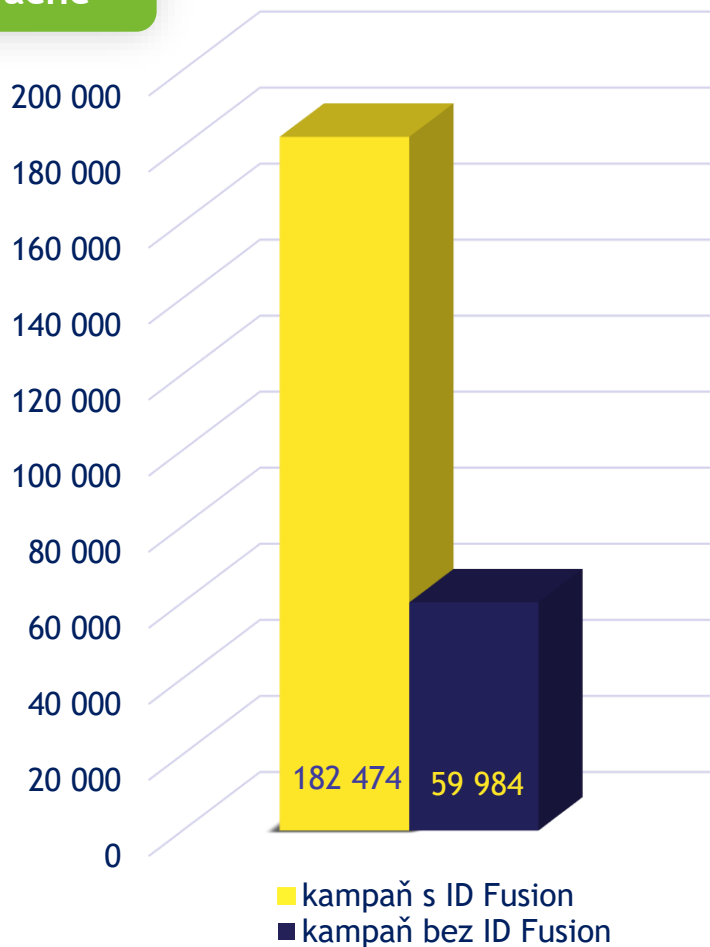
FREKVENCE IDF



Výsledky - unikátní imprese, CPUU

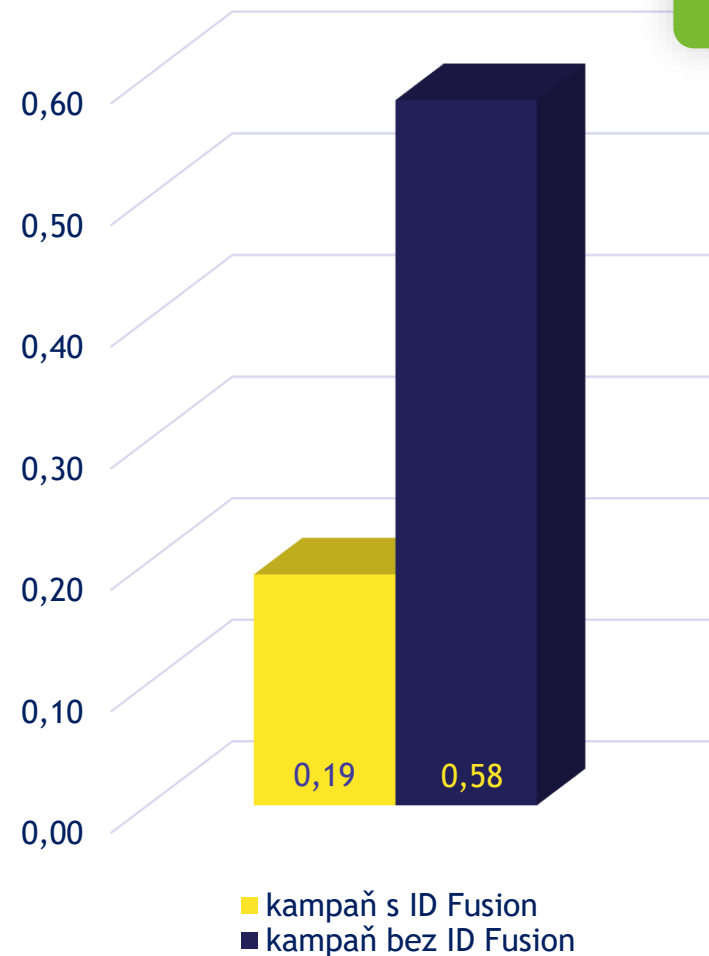
Trojnásobný
nárůst reache

UNIKÁTNÍ IMPRESE IDF



CPUU (Kč)

Trojnásobné snížení
CPUU



Vyplatí se ID Fusion?

-



+



+



Stejný rozpočet -
větší reach

ANO!



Děkuji za pozornost

