



Speciális programmatic adatok

Érzelmektől a lokális adatokig

Speciális programmatic adatok



**Hol, miért és mire
használjuk?**



**Felhasználói
adatok típusai**



**Mit jelent a
gyakorlatban?**

A virtuális “piactér”

Nem minden megjelenés egyformán értékes...

... legalábbis nem mindenkinek ér ugyanannyit

Az adat teszi értékessé



Mire, hogyan és hol használjuk fel az adatokat?



Milyen adatfajták vannak?



Milyen adatfajták vannak?

1st
party

Saját adataink

- Weboldalunk látogatói
- Korábbi vásárlások
- CRM adatbázis
- ...



Milyen adatfajták vannak?



Saját adataink

- Weboldalunk látogatói
- Korábbi vásárlások
- CRM adatbázis
- ...



Kiadói adatok

- Sales House-ok látogatói témakörök szerint
- Geo adatok
- Korábbi vásárlások

Milyen adatfajták vannak?



**1st
party**

Saját adataink

- Weboldalunk látogatói
- Korábbi vásárlások
- CRM adatbázis
- ...



**2nd
party**

Kiadói adatok

- Sales House-ok látogatói témakörök szerint
- Geo adatok
- Korábbi vásárlások
- ...



**3rd
party**

Adat “brókerek”

- Független adatszolgáltatók
- Főként nemzetközi szereplők

Milyen adatfajták vannak?



Saját adataink

- Weboldalunk látogatói
- Korábbi vásárlások
- CRM adatbázis
- ...



Kiadói adatok

- Sales House-ok látogatói témakörök szerint
- Geo adatok
- Korábbi vásárlások
- ...



Google

- Saját felhasználói adatok
- Nem kizárólag saját platformon



Adat "brókerek"

- Független adatszolgáltatók
- Főként nemzetközi szereplők

Mit jelent a gyakorlatban?



Járjunk utána az adatok forrásának

- Tényleg demográfia?
- Milyen régi?
- Mennyire releváns?
- Look-a-like?



Platformra szabott információk

Egyedi
Releváns
Friss

3rd
party

Ahol a határ a csillagos ég

Máshogy meg nem fogható
Részletes
"Nemzetközi"

2nd
party

A személyes aranybányánk

Költséghatékony
Konvertáló
Lojális

1st
party

Köszönöm a figyelmet!



Beluscsák Márk

Head of display

Omnicom Media Group