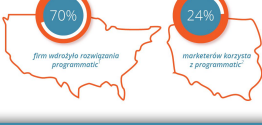




## PROGRAMMATIC TO NISZA Z 3-CYFROWĄ DYNAMIKĄ ROZWOJU W POLSCE!



## ISTOTA PROGRAMMATIC

<h3>EFEKTYWNOŚĆ</h3> <p>Reklamodawca płaci za wyświetlenie oczekiwanej liczby odsłon konkretnemu użytkownikowi, a nie za 1000 odsłon konkretnej strony internetowej.</p>	<h3>AUTOMATYZACJA</h3> <p>Transakcja dokonuje się na platformie aukcyjnej. Wydawcy udostępniają swoje powierzchnie, a reklamodawcy cenowo konkurują o odsłony kampanii dla danego użytkownika.</p>
<h3>PERSONALIZACJA</h3> <p>Dzięki dokładnej analizie zachowania użytkowników w Internecie jesteśmy w stanie wyświetlać im spersonalizowaną ofertę.</p>	<h3>DANE</h3> <p>Im więcej danych, tym lepiej. Dane możemy podzielić na trzy kategorie: First-party data (dane zbierane samodzielnie przez firmy), Second-party data (dane z kampanii reklamowych), Third-party data (dane w drodze zakupu).</p>

## SKUTECZNOŚĆ PROGRAMMATIC W POLSCE



92% marketerów ocenia pozytywnie rezultaty kampanii wykorzystującej model programmatic, a 33% zamierza zwiększyć wydatki związane z zastosowaniem tej technologii<sup>3</sup>

## ŚWIATOWE WYDATKI NA PROGRAMMATIC

W 2014 r. firmy z całego świata wydały na programmatic prawie 17 mld USD. Dynamika wzrostu jest bardzo duża i już w 2017 będzie to prawie 33 mld USD. USA wciąż będzie przeważać, choć różnica do reszty świata będzie się zmniejszać.



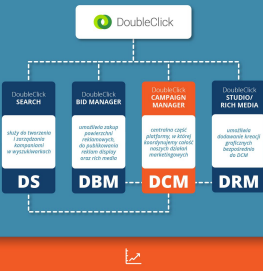
## PRZEWAGA PROGRAMMATIC NAD „ZWYKŁĄ” REKLAMĄ NA PRZYKŁADZIE GOOGLE DOUBLETICK

DoubleClick można porównać do AdWords z 10-krotnie większymi możliwościami.

# 10x

- pełna kontrola nad emisją
- natychmiastowe podmiany kreacji
- skrócony czas raportowania

## JAK TO DZIAŁA?



## DOUBLECLICK TO LEPSZE WYNIKI



## KONCENTRACJA NA INDYWIDUALNYM KLIENTE

Automatyzacja nie oznacza, że możemy pozwolić żyć kampanii swoim życiem. Konieczna jest ciągła kontrola, analiza i optymalizacja.

Jeśli tego zabraknie, to możemy do siebie zniechęcić najbardziej wartościowych obecnych lub przyszłych klientów. Nasze reklamy nie mogą męczyć użytkowników, **muszą im pomagać.**