



# SAME SAME BUT DIFFERENT



SE NEM SEXY, SE NEM FANCY



KIROWSKI

[www.kirowski.hu](http://www.kirowski.hu)

Linked by Isobar



# IT'S ALL ABOUT NUMBERS



# A PROBLÉMA

ÜGYFÉL: OTTO

FELADAT: 2 HETES ONLINE  
ÉRTÉKESÍTÉS-NÖVELŐ KAMPÁNY

CÉLCSOPORT: NŐK

CÉL: A BEFEKTETÉS 2,5-2,7X  
MEGTÉRÜLÉSE

KORÁBBI NEGATÍV TAPASZTALATOK  
MIATT A MÉDIAPARTNEREK NEM  
VÁLLALTAK ÉRTÉKESÍTÉS-ALAPÚ  
KAMPÁNYT



# A MEGOLDÁS

CPA ALAPON VÁSÁROLT HELETT  
CPA ALAPON OPTIMALIZÁLT  
KAMPÁNY

FOLYAMATOS, NAPI MONITORING

2 PARTNER, AZ OPTIMALIZÁLÁS A  
PORTFOLIÓKON BELÜL TÖRTÉNT

INTENZÍV KERESŐMARKETING  
AKTIVITÁS A KAMPÁNYIDŐSZAKBAN



# 2 HÉT – 3 SZAKASZ, 3 KREATÍV



Március 7 - 13.  
**Streetwear - hét!**

Csak ezen a héten!

**-25%**

[www.otto.hu](http://www.otto.hu) **OTTO**



március

**-30%**  
mindenre!

**20**

**Csak 3 napig!**

Ajánlatunk csak március 18 - 20 -ig érvényes!

[www.otto.hu](http://www.otto.hu) **OTTO**



Március 14 - 20.  
**Party - hét!**

30% kedvezmény a party ruhákra, cipőkre és kiegészítőkre!

**-30%**

[www.otto.hu](http://www.otto.hu) **OTTO**

# A SZOKÁSOS EREDMÉNYEK...

| TÖBB MILLIÓ KONTAKTUS

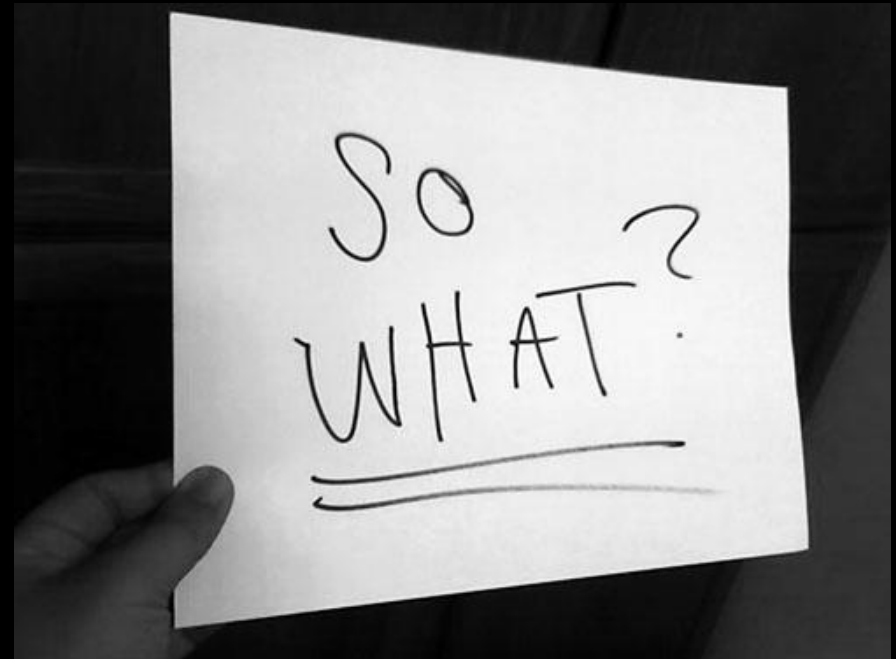
| TÖBB TÍZEZER ÁTKATTINTÁS

| TÖBB MILLIÓ ELÉRT INTERNETEZŐ

| TÖBB TÍZEZER AKTIVIZÁLT  
FELHASZNÁLÓ

| ÁTLAGOSNÁL LÉNYEGESEN JOBB  
CTR%

| ....



## ... ÉS AMI AZOKON TÚL VAN

13% POST-CLICK VS. 87% POST-IMPRESSION

HÉTVÉGÉK TAROLTAK – AKKOR VISZONT A POST-CLICK HATÁS IS KIEMELKEDŐ!

LEGTÖBB SALES AZ ELSŐ SZAKASZBAN, DE 1 NAPRA VETÍTVE AZ UTOLSÓ SZAKASZ DOMINÁLT

AZ ESZKÖZÖK HASZNÁLATÁBAN BÁR MUTATKOZOTT KÜLÖNBSÉG, DE ÁLTALÁNOS TANULSÁGOT NEM LEHETETT BELŐLÜK LEVONNI



HAPPY END

ROI: 3,55



KIROWSKI

[www.kirowski.hu](http://www.kirowski.hu)

Linked by Isobar

"Not everything that counts can  
be counted, and not everything  
that can be counted counts."

