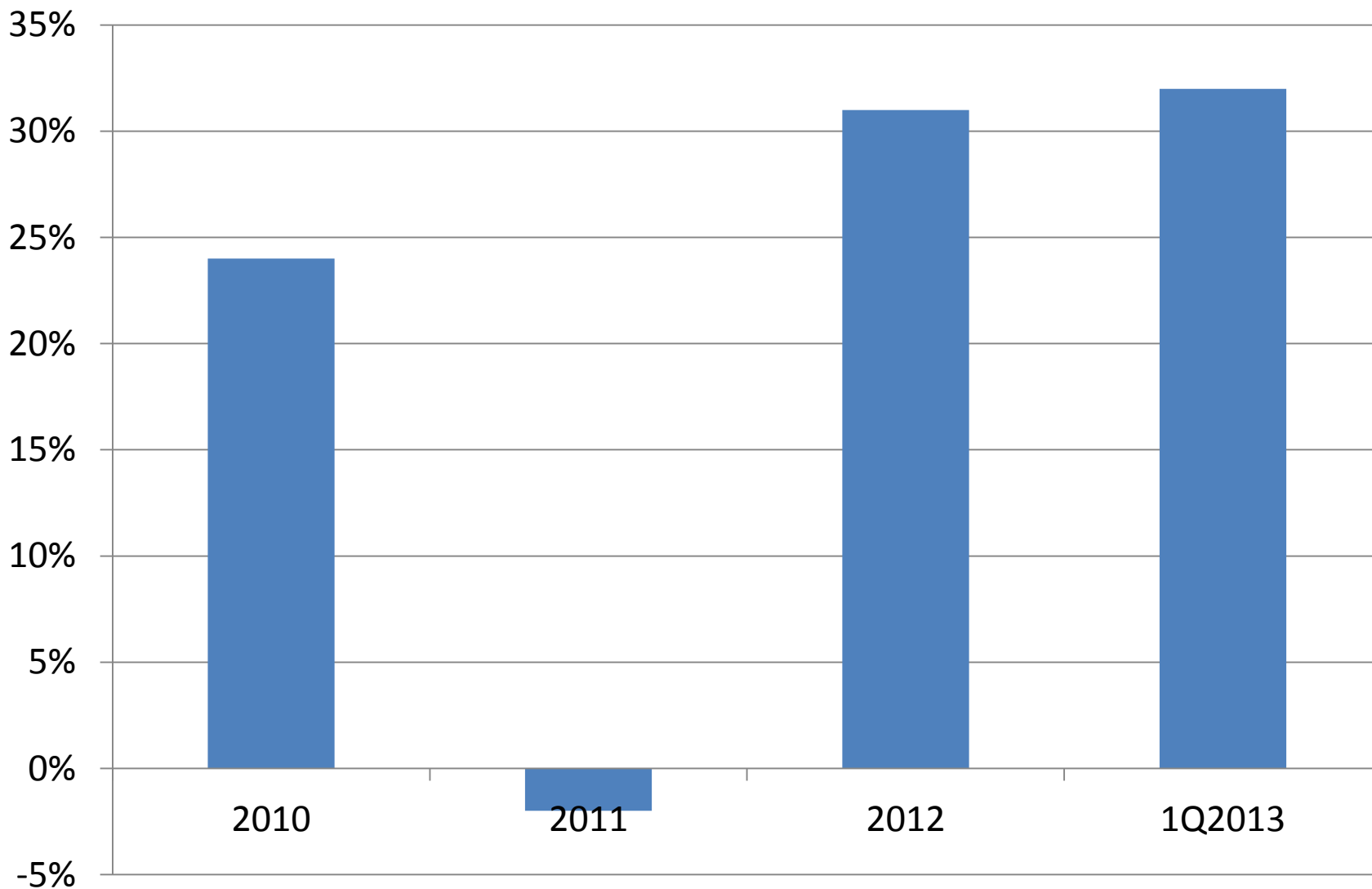


Realita trhu 2013 očima online vydavatele:

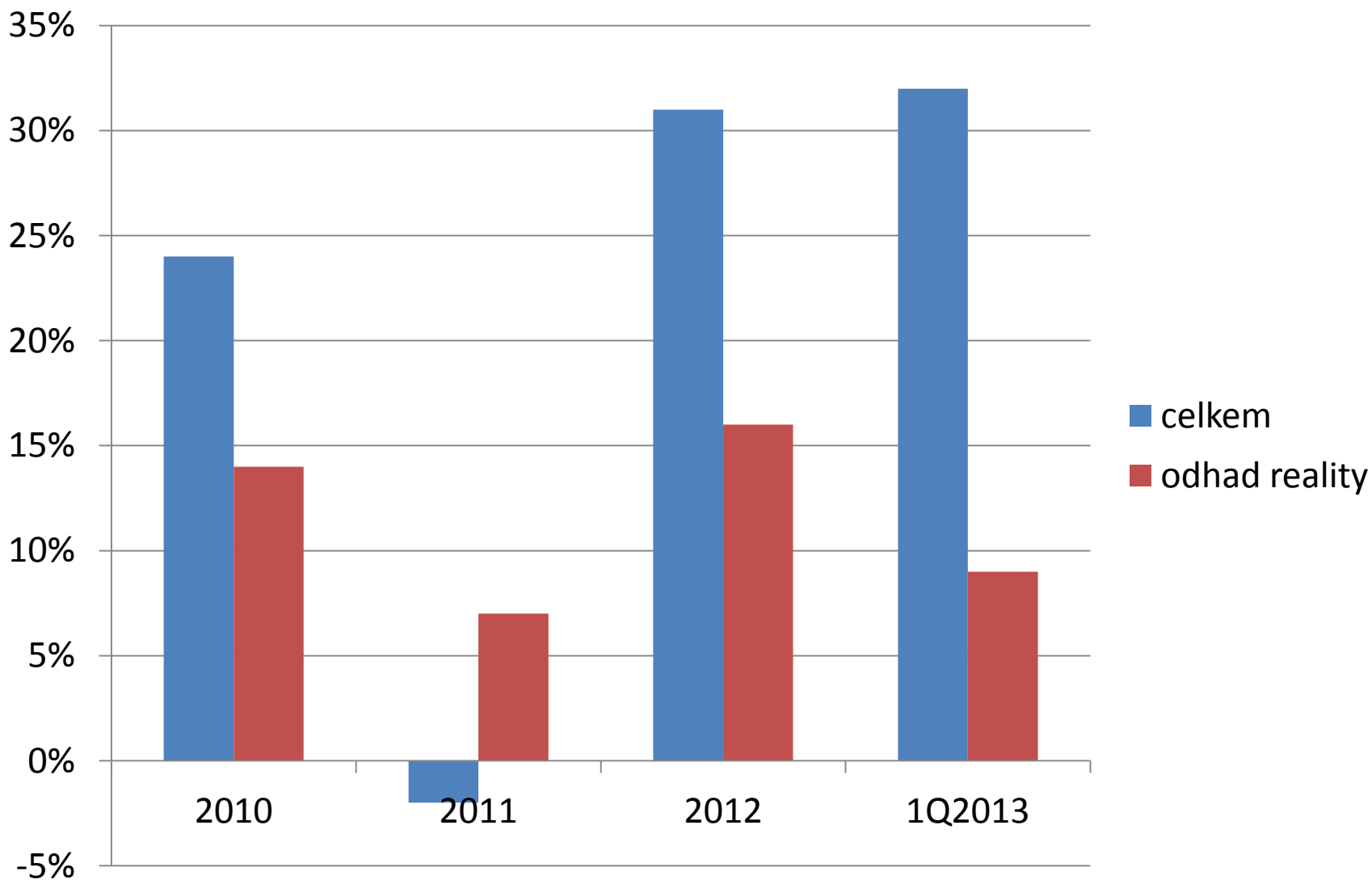
jak růst a nezbláznit se z toho

Petr Bednář, Mladá fronta

Admonitor oficiálně – meziroční tempa růstu



Admonitor pod pultem – meziroční tempa růstu (interní odhad)



Nestandardní reklamní formáty

- Co bylo včera nestandardem,
 - je dnes normální
 - a zítra to bude zastaralé

Videoreklama

- situace na TV trhu
- inzerenti
- pre-roll (YouTube)
- Videoreklama bez vazby na videoobsah

Videoreklama



VideoAd_Mercedes_Euro.m4v

<http://youtu.be/960eJ979yvc>



VideoAd_Mcdonalds_MF_E15.m4v

<http://youtu.be/dpW7zwyHXv8>

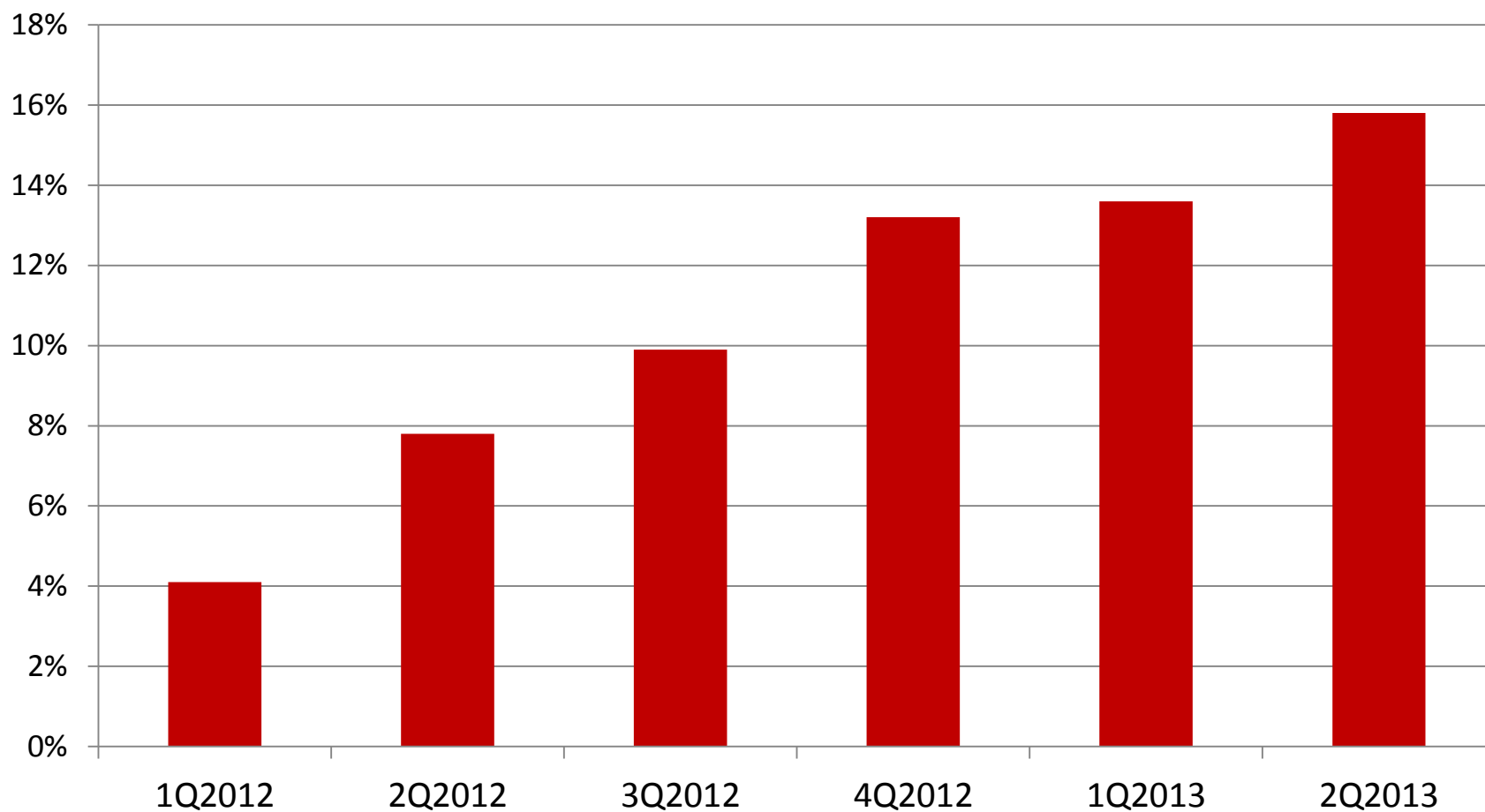
<http://grapemedia.cz/reklama/rollband/>

Videoreklama – efektivita

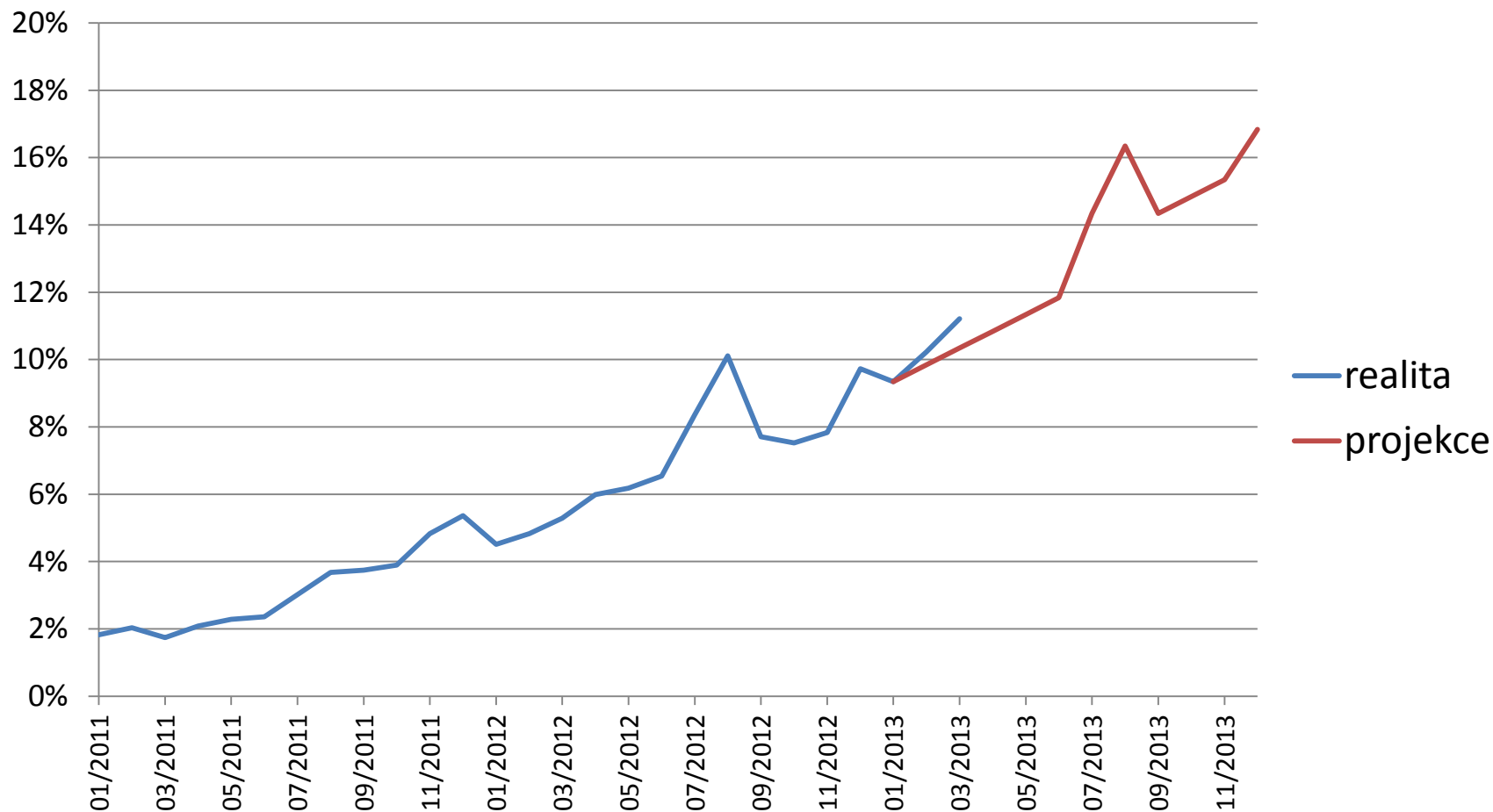
- Brand
- Image
- Konverze?

- Cena – dvojnásobná
- CR – v průměru desetinásobné
- BR – asi o polovinu vyšší, protože se přivádí více lidí, které zaujalo video a ne produkt
- Když to posčítáte, vychází videoad **dvakrát efektivnější** než kampaň bez videa

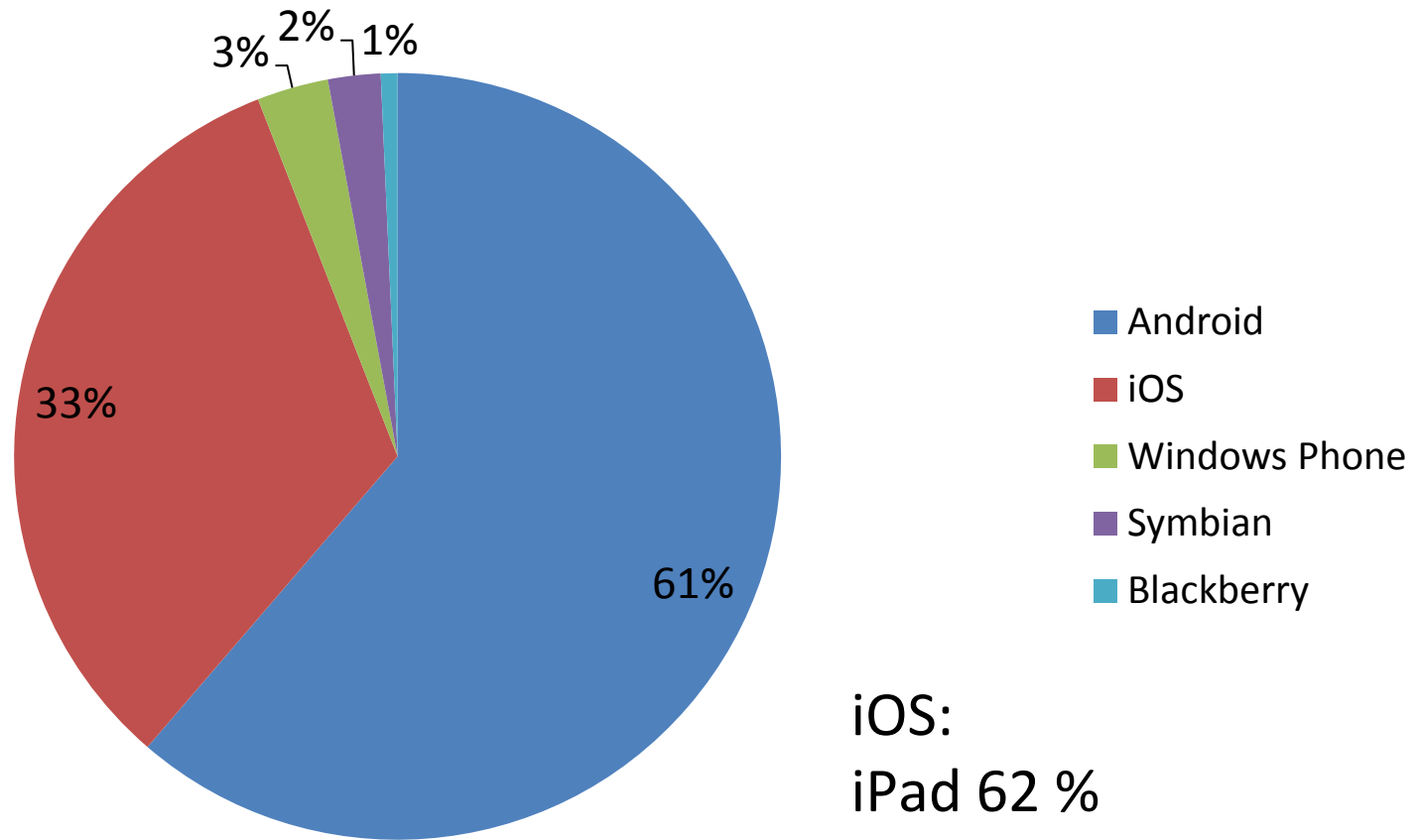
Podíl videoreklamy na reklamních výnosech



Mobilní weby, responsive design podíl návštěv z mobilních zařízení



Mobilní platformy

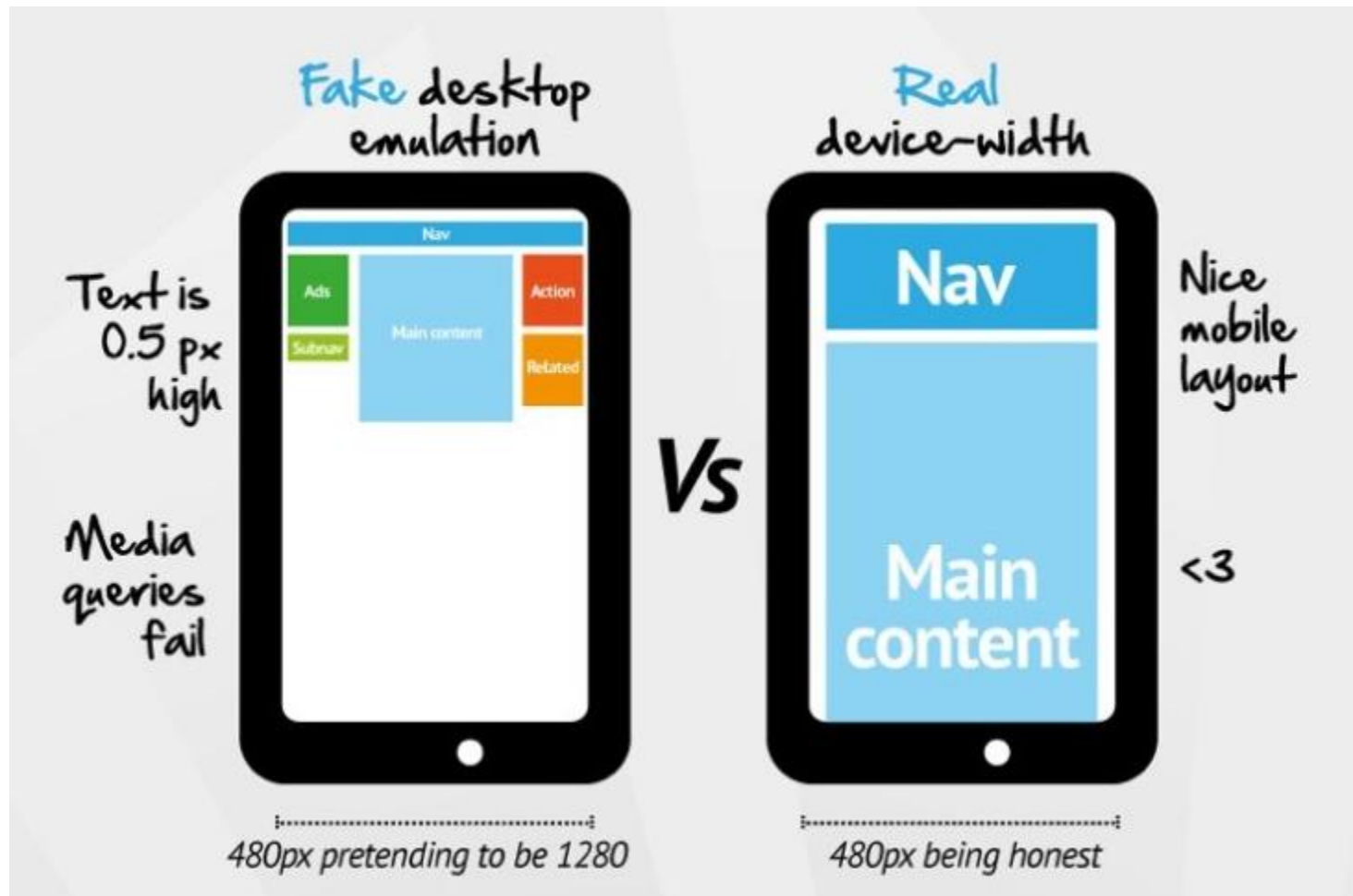


iOS:
iPad 62 %
iPhone 38 %

Mobilní a responsive weby: proč to vadí?

- Ovládání (UX)

Mobilní a responsive weby: proč to vadí?



Mobilní a responsive weby: proč to vadí?

- Ovládání (UX)
- Přeposílání odkazů
- Flash
- Výnosy z inzerce

Katarze?

- trvalá vývojářská laboratoř:
 - mobilní verze webů
 - responsive design
 - nativní aplikace
 - HTML5
 - převod flashe na iOS
 - agresivní formáty na malém displeji telefonu
 - možnost cílit reklamu buď na platformu, nebo na brand (bez ohledu na platformu)
 - všichni kdo k nám přijdou z iPadu
 - všichni kdo čtou obsah E15 bez ohledu na zařízení

Direct mail, kontakt s uživateli

- efektivní obchodní kanál pro inzerenty
- kontaktní kanál k vlastním návštěvníkům
 - selfpromo na vlastní (nové i existující) produkty
 - cesta jak se o návštěvnících dozvědět víc než socdem z NM
 - e-commerce aktivity

Kontakt s uživateli

- znalost o registracích
- re-emailing
- reakce lidí, míru odhlašování, frekvence zasílání
- propojení registrovaného uživatele a online návštěvníka

Direct mailly v MF

- Návštěvnost: 2,2 milionů reálných návštěvníků
- DM databáze: přes jeden milion kontaktů
- Výnosy: před dvěma lety DM nenesily ani korunu, dnes to dělá asi deset procent obratu

Transakční projekty

- cenové srovnávače
- slevové weby a jejich agregátory
- přímý prodej všeho od jídla přes energie a módu až po zájezdy

RTB

- RTB
- DSP
- SSP
- PMP
- DMP
- trading desks
- adexchange
- price floors
- retargeting
- openRTB
- chery picking
- privat x public

WTF?

RTB

rizika

- další kolo cenové eroze
- vyzobávání návštěvníků za lowcostovou cenu
- náklady na technologii

příležitosti

- výnos z „klickových“ klientů
- zahraniční inzerenti
- pokles nákladů na (automaticky probíhající) obchod

Speciální projekty

- Dítě roku
- Sedm statečných / hubneme do plavek na Fitwebu.cz
- Inzertní soutěže na Recepty.cz
- Velikonoce / Léto / Zpátky do školy / Vánoce
- placené služby jako euro24, iPad speciály
- ...

Stručný závěr?

- Business as usual – zajistí maximálně stagnaci
- Růst musíte na něčem unikátním, co konkurence dnes ještě nemá