



Data Driven Creatives (DDC)

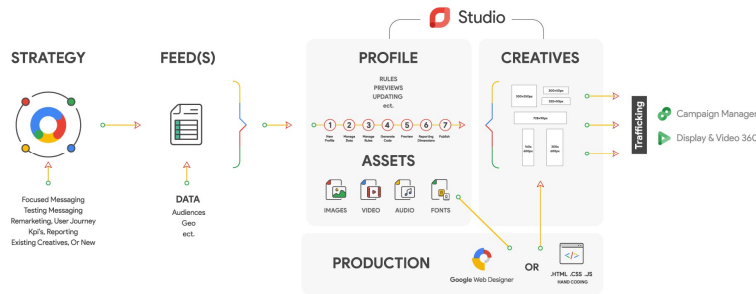
Google Media Lab'ın araştırmasına göre, kampanya performansının %70'i kreative bağlı. Bu, veriye dayalı bir yaklaşımla yürütülen reklamların hem daha iyi reklam deneyimleri hem de rekabet avantajı sağlayacağı anlamına geliyor.

Data Driven Creatives (DDC), bir reklam öğesinin görünümünü farklı müşteri segmentleri için kişiselleştirmek ve daha etkili dijital reklam kampanyaları sunmak için müşteri içgörülerinden yararlanır.

Nasıl Çalışır?

DDC, farklı içgörü ve kitle analizlerinden faydalanarak, programatik veya medya satın alımlarında kişiselleştirilmiş bir reklam öğesi sunar.

Veriler toplanır ve daha iyi performans gösteren reklamlara göre optimize edilir. Bu süreç, seçilen medya kuralları ve hedef kitle stratejisi tarafından sürekli olarak desteklenerek, veriler, kampanyalar ve devam eden kreatifler için kişiselleştirmeyi destekler.



Neden Kullanılır?

Kreatif Verimliliği: Bir kampanyada DDC kullanarak kreatifleri ölçümlenebilir, kural ve strateji bazlı olarak rotasyonlu bir şekilde gösterilebilir. Bu eş zamanlı uygulama; kampanya kurulumu, kreatif oluşturma ve optimizasyon gibi başlıklarda zaman tasarrufu sağlar.

Daha Fazla Dönüşüm: Google'ın bir araştırmasına göre, karlılığın %90'lık bir kısmını kişiselleştirilmiş iletişim oluşturmaktadır. Doğru kreatifi doğru kitleye, doğru zamanda göstererek medya bütçesi en efektif şekilde harcanabilir. Satın almaya ya da dönüşüm

vermeye yakın kullanıcıları tespit edip onlara kişiselleştirilmiş reklamlar göstermek, medya harcamasının dönüşüm oranını maksimize eder.

Trafik Verimliliği ve Kullanıcı Sadakati: Kullanıcıya sunulan deneyim, en az ürün ya da hizmet kadar önemlidir. Bu kişiselleştirilmiş teknolojinin doğru kullanımı ile birlikte bu verimlilik kullanıcı sadakatine ve ilişkilerin güçlenmesine yardımcı olur. DDC ile bu deneyim kişiselleştirebilir, daha odaklı bir iletişim ile marka sadakati yükseltilebilir.

Nasıl Kullanılır?

Verileri ve İçgörülerini İnceleme: Güncel analitik veriler ve kitleler arasındaki etkileşim incelenir. Kampanya süresi boyunca kişiselleştirilmiş bir deneyim sağlamak adına sürecin en başında bu çıkarımlarla bir plan oluşturulur.

DDC Taslağı Oluşturma: Stüdyo kullanılarak oluşturulacak bir şablon sayesinde önemli ölçüde zaman tasarrufu ve iş kolaylığı sağlanabilir. Bu aşamada, DDC'in aktif olacağı segment stratejisini ve kuralları entegre etmek gerekir.

Kampanya Aktivasyonu: Kampanya, doğru metriklerin toplanacağına emin olduktan sonra DV360 panelinde aktif hale getirilir ve trafik sağlanır.

Sonuçlar ve Öğretiler: Kampanya süresince ve tamamlandıktan sonra raporlanan sonuçlardan çıkarılan öğretiler, gelecekteki optimizasyonlarda kullanılır. Dinamik teknoloji burada iş kolaylığı sağlar, kreatifleri rotasyonlu olarak yayınlarken, yayıncının tekrar kreatif üretim aşamasına dönmesine gerek kalmadan kendi teknolojisi ile güncellemeleri ve optimizasyonları sağlar.

<https://www.iprospect.com/news-and-insights/news/what-are-data-driven-creatives/>

<https://fivestones.net/blog/creative/data-driven-creative/data-driven-creative-studio-dv360/>

<https://www.makethunder.com/difference-dynamic-creative-data-driven-creative/>