

CASE: Maailma muuttuu, Kotipizzan kupongit pysyvät.

› Johanna Kuosmanen, Senior Business Data Strategist, Kotipizza Oyj

Christopher Fernandez, Founder and Managing Director, R3AL HKI

Kotipizzan kupongit

ENTTEN TENTTEN...ÄÄH, MAISTA VAIKKA JOKAISTA!

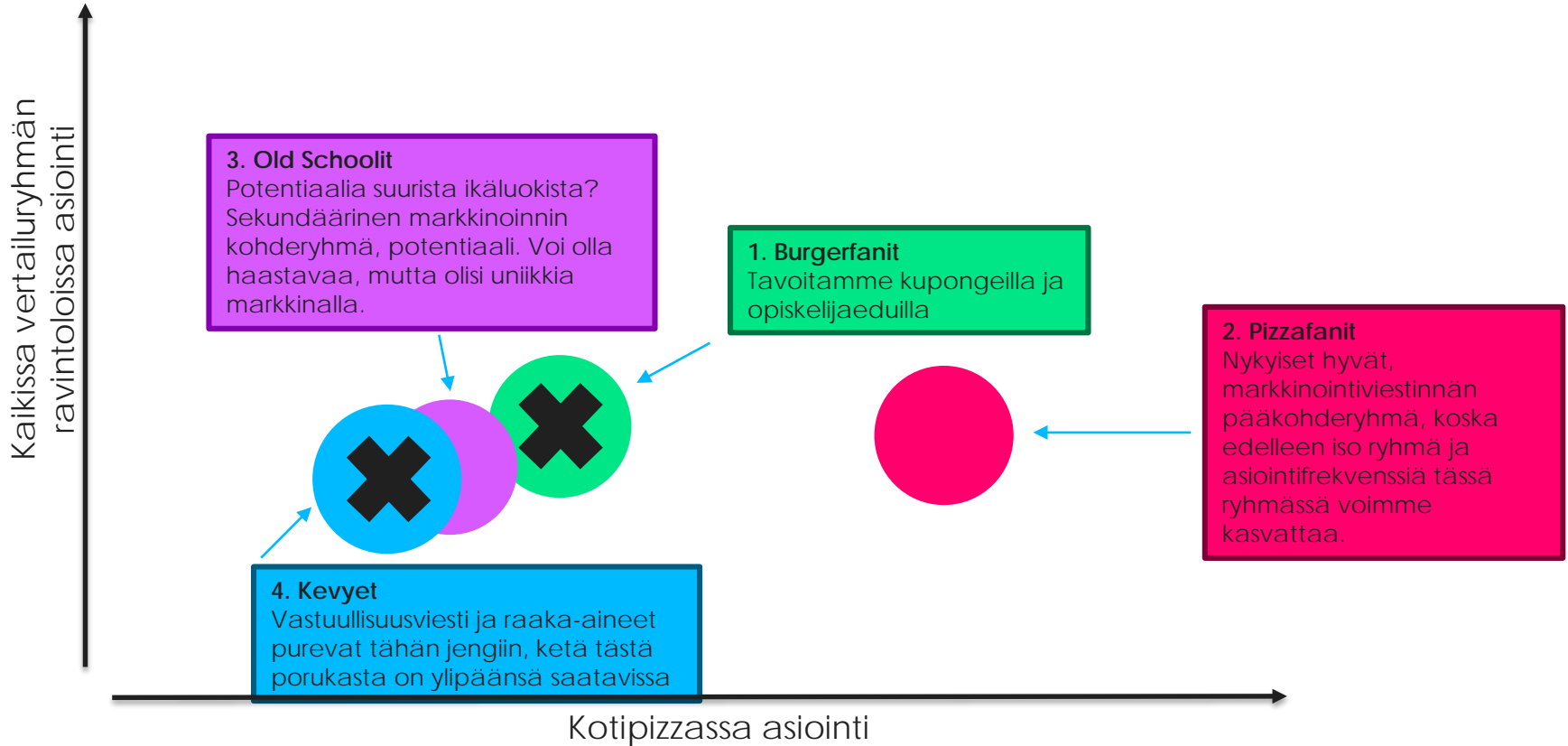
TARJOUKSET OVAT VOIMASSA 29.3.2017 SAAKKA.

 <p>TROPICANA (MEDIUM, Ø 30 CM) 6,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>	 <p>SPECIAL OPERA (MEDIUM, Ø 30 CM) 7,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>
 <p>AMERICANA (MEDIUM, Ø 30 CM) 8,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>	 <p>PARHAIKIN KALAMPERIKKA TAI FALATELLI KOTZONE (MEDIUM, Ø 30 CM) 7,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>
 <p>HÄRKIS BURGERPIZZA (MEDIUM, Ø 30 CM) 8,90 €</p> <p><small>Kuusiärsä ruuokavälillä. Käytetään ja Long Island -ruuokavälillä.</small></p> <p>KOTI PIZZA</p>	 <p>BERLUSCONI (MEDIUM, Ø 30 CM) 9,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>
 <p>LIHAMESTARI (MEDIUM, Ø 30 CM) 10,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>	 <p>MONSTERIT (MEDIUM, Ø 30 CM) 11,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>
 <p>TROPICANA (LARGE, Ø 40 CM) 14,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>	 <p>SPECIAL OPERA (LARGE, Ø 40 CM) 16,90 €^{*)}</p> <p>KOTI PIZZA</p>

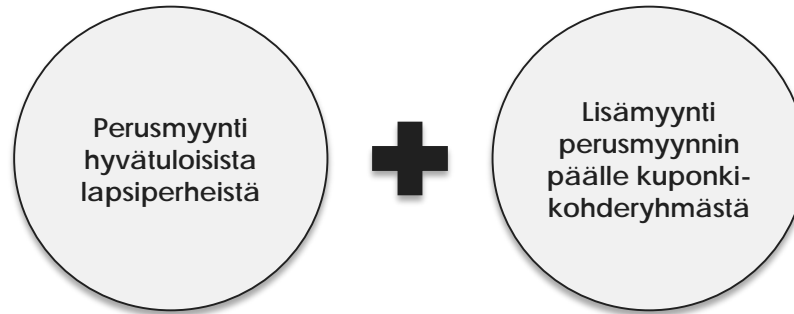
*) Voimassa 29.3.2017 saakka noudettuna tai paikalla nautittuna. Verkkokaupan kautta tilattuna myös kuljetettuna tuotokohteisella koodilla, arkisin vasta klo 14 jälkeen. Max 3 kpl/kupongi. Ei voi yhdistää lounastarjoukseen. Ei voimassa ymyymässä klo 22 jälkeen.

**) Voimassa 29.3.2017 saakka noudettuna tai paikalla nautittuna. Verkkokaupan kautta tilattuna myös kuljetettuna tuotokohteisella koodilla, arkisin vasta klo 14 jälkeen. Max 3 kpl/kupongi. Ei voi yhdistää lounastarjoukseen. Ei kaikkien ravintoloiden valikoimassa. Ei voimassa ymyymässä klo 22 jälkeen.

Kotipizzan strategia ja tunnistettu kohderyhmä ohjaa ajattelua

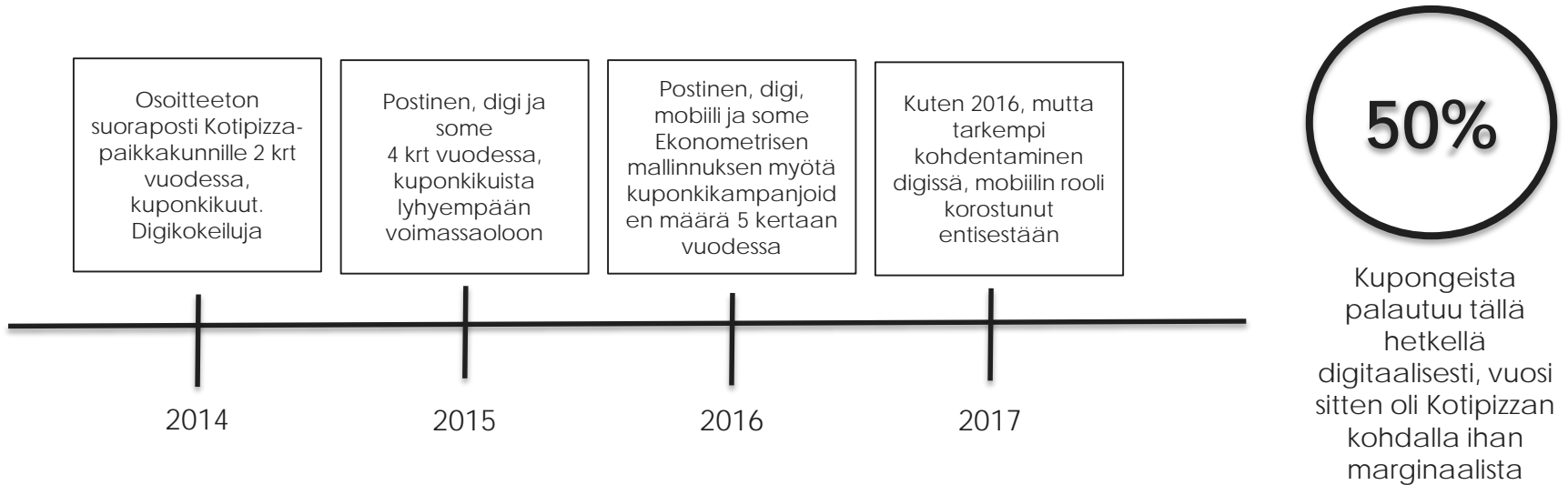


Kuponkikampanjan oma kohderyhmä

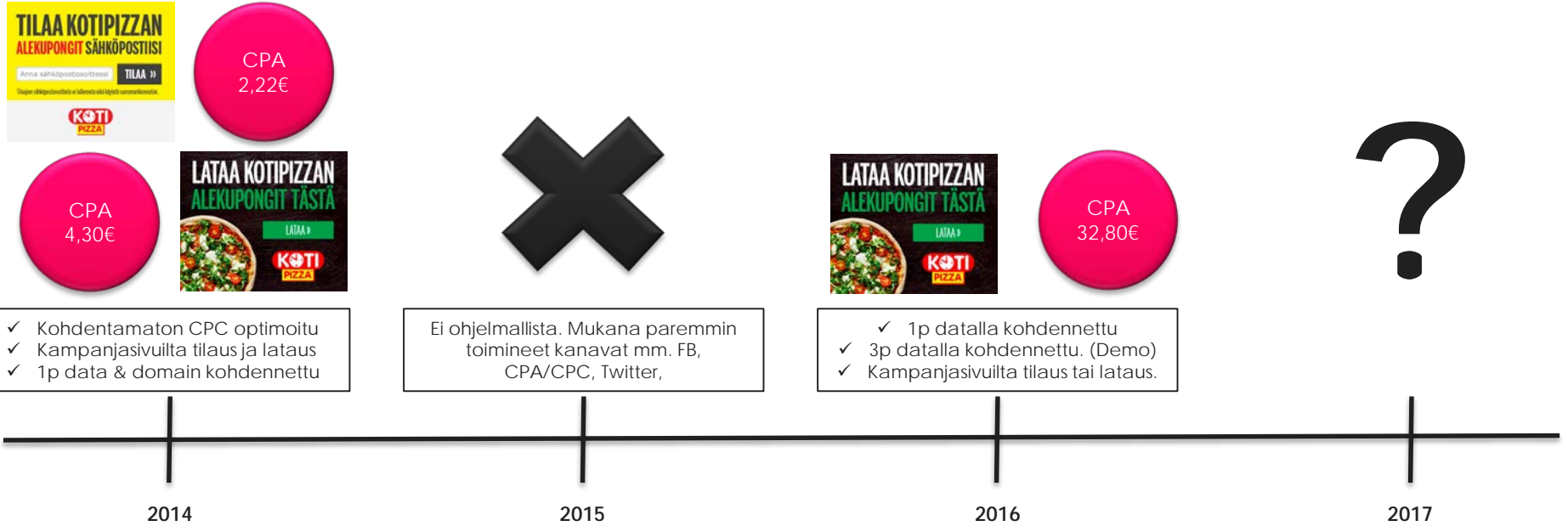


Ei merkittävää kannibalisaatiota, selkeä lisäkohderyhmä
kuponkikampanjoista perusmyynnin päälle

Kotipizzan kuponkievoluutio



Kotipizzan kuponkievoluutio ohjelmallisessa



Tavoite → <1,00€/CPA

2016 Datan hyödyntäminen kampanja suunnittelussa



Device Type	CTR	eCPC	COV (%)	eCPA
Desktop and Laptop	2,20 %	1,25	6,17 %	20,2
Mobile	10,20 %	0,5	1,19 %	42,13
Tablet	4,02 %	0,58	1,40 %	41,57

- ✓ Desktop vaatisi 500% tehon lisäyksen → 0,04€/CPC
- ✓ Mobiili & Tablet vaatisi 600% tehon lisäyksen → 0,01€/CPC



- ✓ Datatyyppien väliltä ei löytynyt merkittävää tehostamiskeinoa (1p & 3p)
- ✓ Datan tarjoajien väliltä ei löytynyt merkittävää tehostamiskeinoa (Data vendorit, julkaisijat & ulkomaiset data vendorit)
- ✓ Data segmenttien väliltä ei löytynyt merkittävää tehostamiskeinoa



NYKYINEN MEKANIikka EI TULE TOIMIMAAN DISPLAY MAINONNAN OSALTA.
TARVITAAN UUSI RATKAISU.

CTR= Klikit/uniikit viewable näytöt
COV=Kuponkilataukset/Klikit
CPA=Kustannus/kuponkilataukset

Parempi toteutus



Mekaniikan korjaus



Click to Download



Asiakasymmärrys

3p data



Perheenisät



Opiskelijat



Pikaruoka fanit



Penkkiurheilijat

1p data



Vierailijat



Verkkokaupasta ostaneeet



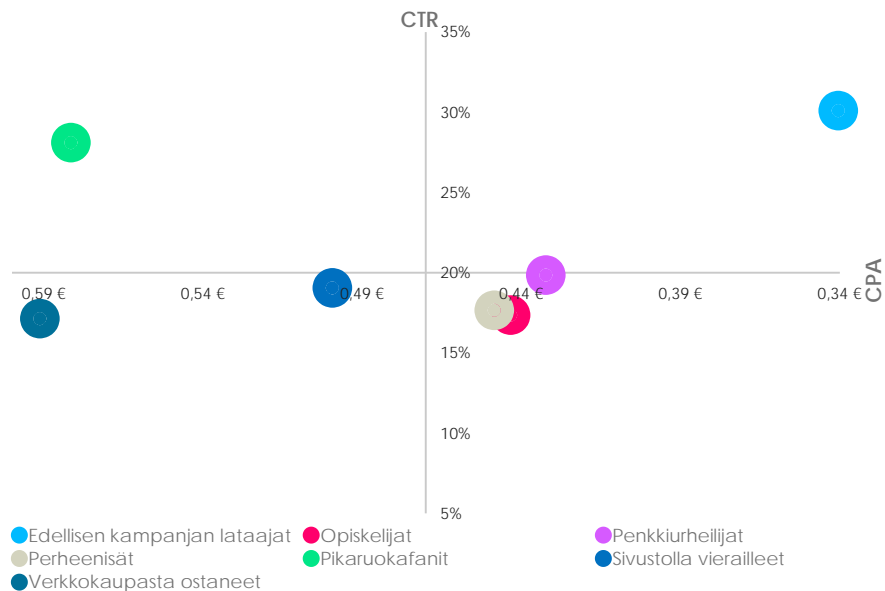
Edellisen kampanjan lataajat



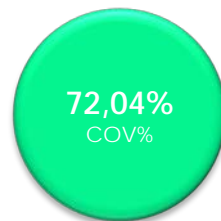
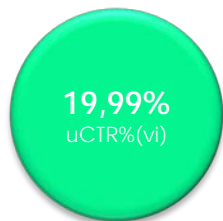
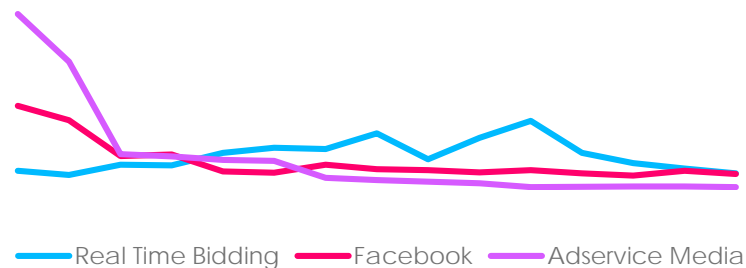
Edellisen kampanjan data

- ✓ Toimivimmat sivustot
- ✓ **High viewability mediat**
- ✓ **Low "fraud" mediat**
- ✓ Toimivat formaatit
- ✓ **Ajoitus**
- ✓ Alueellinen kohdennus

Tulokset 2017



MEDIA	HINTA/KLIKKI	HINTA/LATAUS	CONVERSIONS
Facebook	0,39	0,77	5 534
Real Time Bidding	0,34	0,59	6 756
Adservice Media	0,28	0,42	6 343
TOTAL	0,34	0,59	18 633



CTR= Klikit/uniikit viewable näytöt
 COV=Kuponkilataukset/Klikit
 CPA=Kustannus/kuponkilataukset



- ✓ Selkeät tavoitteet ja niiden mittaus mahdollistaa oppimisen
- ✓ Tuloksien analysointi useamman ulottuvuuden kautta auttaa löytämään tehostamiskeinot
 - ✓ Asiakasymmärrys parantaa mahdollisuuksia huomattavasti
- ✓ LAADUKAS YLEISÖ DATA on subjektiivinen käsite yhtä lailla kuin LAADUKAS MEDIA
 - ✓ LAADUKAS ≠ TOIMIVA tai KUSTANNUSTEHOKAS

TEST OR DIE

KIITOS!

R3ALHKI  