

# effie awards

Kategoria Performance /  
e-commerce

**Jak stworzyć  
i napisać  
zwycięskie  
zgłoszenie?**



# Obowiązkowo poznać zwycięzców EFFIE i MIXX 2017



**effie**  
awards

[www.effie.pl](http://www.effie.pl)



Kategoria konkursowa  
dynamicznego  
segmentu z uśpionym  
potencjałem.





Obszary  
performance  
marketing  
i e-commerce  
notują Y2Y  
dwucyfrową  
dynamikę  
wzrostu.



Dane i wiedza  
często stanowią  
przewagę  
rynkową  
klientów  
i agencji.





Zgłoszenia zbyt ogólnie opisują rezultaty, co decyduje o jakości prac i ocenie jurorów.



Z perspektywy jury najważniejsze jest pokazanie konkretnych, popartych przykładami, wyników.





Jednocześnie  
chcemy  
ulepszać  
brzmienie  
i konstrukcję  
definicji dla  
kategorii.





# Wyzwania kategorii Performance marketing / e-commerce 2017

Brak materiałów  
kreatywnych lub nikły  
wpływ kreacji na  
wyniki

Zgłaszane działania  
są jedynie fragmentem  
całej komunikacji  
marki lub kampanii

Różna skala działań  
powodująca trudność  
w ocenie prac jako  
kampanii

Słabe zrozumienie  
definicji przez  
zgłaszających

Brak informacji na ile  
to Performance miał  
wpływ na wyniki, a nie  
uprzednie działania  
komunikacyjne



# Zrozumienie kategorii

## Performance marketing / e-commerce 2017

- Marketing efektywnościowy lub reklama efektywnościowa (ang. *performance marketing*) – model reklamy i/lub komunikacji [najczęściej digital] nastawiony na uzyskanie pożądanego efektu w postaci konkretnych aktywności odbiorców.
- Celem performance marketing jest wykorzystanie wypracowanego już wizerunku w połączeniu z działaniami/narzędziami, na pożądane działania odbiorców.
- Celem performance marketing nie jest zaś budowa lub rozwój wizerunku marki, choć takowe działania mogą i wspierają wizerunek jako efekt drugoplanowy.
- W performance marketingu klient płaci za konkretne czynności wykonane przez użytkowników, takie jak np. wejście na stronę, rejestracja w serwisie czy zakup produktu.
- Reklama efektywnościowa nie ogranicza się do wybranych narzędzi i technologii, a do określonego modelu działania.



# Definicja kategorii

## Performance marketing / e-commerce 2018

Kategoria przeznaczona dla aktywności marketingowych, których podstawowym celem było zdobycie leadów lub wsparcie sprzedaży z wykorzystaniem kanału online. Zgłoszenie w tej kategorii może obejmować rozwiązania spośród następujących obszarów:

- Komunikacja / content,
- Kanały dotarcia np. CRM+mailing, serwisy lub aplikacje retailerów etc.,
- Rozwiązania technologiczne (serwowanie i personalizacja reklam, retargeting, działania i technologie on-site, włączając modyfikacje platform partnerskich np. e-retailera),
- Modyfikacje oferty i/lub wewnętrznych procesów Klienta,
- Wykorzystanie danych i analityki do targetowania i/lub pomiaru efektywności i/lub atrybucji działań.

**Należy przy tym jasno wykazać, że zastosowane rozwiązania przyczyniły się do osiągnięcia przez markę mierzalnych celów potwierdzających migrację użytkownika pomiędzy fazami zakupowego procesu decyzyjnego przy pomocy działań o charakterze direct response.**



# Historia w 3 krokach

## Performance marketing / e-commerce 2017



## 3 kroki dobrze podane

# Performance marketing / e-commerce 2017

- Stwórz interesującą opowieść, a nie napisz zgłoszenie – story telling
- Wesprzyj ją konkretnymi rezultatami
- Zadbaj o spójną i tworzącą logiczny ciąg wniosków treść zgłoszenia
- Zaprezentuj kontekst, konsumentów i otoczenie Twoich działań
- Powiedz 3 słowa o konkurencji oraz czym się wyróżnia Twój projekt
- Stosuj tabele i wykresy dla liczb, wyników i trendów
- Pokazuj, jeśli to możliwe wyniki Y2Y oraz wykorzystaj referencję sezonowości
- Zadbaj o poprawność działania hiperlinków i nazewnictwo dokumentów
- Celuj w jakość, a nie ilość, szanuj czas jurorów :]
- Sprawdź 2x wersję finalną, daj do przeczytania komuś spoza grona tworzących zgłoszenie lub/i z większym stażem w branży
- Odpowiedz „Dlaczego?” osiągnięte wyniki zasługują na EFFIE



# Metryki kategorii Performance marketing / e-commerce 2017



Wzrost potwierdzonych zamówień produktów w e-commerce



Wzrost lub spadek konkretnych aktywności na stronach WWW



Obniżenie kontaktów telefonicznych z infolinią marki



# Gdzie szukać dodatkowej inspiracji?



<https://performancemarketingawards.co.uk/2017/winners/>

**effie**  
awards

www.effie.pl





# effie awards

Życzę powalających wyników  
i sukcesu w konkursie

W przypadku pytań pozostaję  
do Państwa dyspozycji.

[z.nowicki@bluerank.pl](mailto:z.nowicki@bluerank.pl)

502 593 293

