



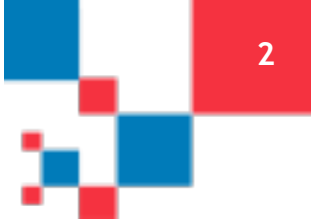
digitalmind

## KĀ PAAUGSTINĀT MĀRKETINGA KAMPAŅU ATDEVI?

---

Rinalds Sluckis

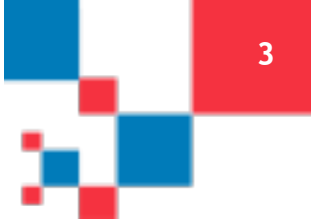
BiSMART, Feb 2017



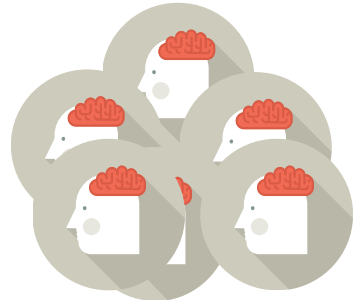
## KAS ĻAUJ PAAUGSTINĀT MĀRKETINGA KAMPAŅU ATDEVI?

---

- AKTUĀLS VĒSTĪJUMS,
- RĪKOTIES GATAVAM KLIENTAM,
- PAREIZAJĀ KANĀLĀ.



# KĀDĒĻ PAR ŠIEM JAUTĀJUMIEM DOMĀT?



Liels klientu skaits



Plašs produktu  
piedāvājums



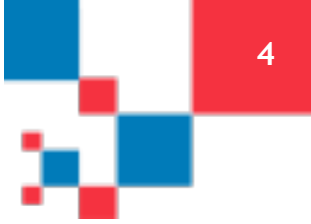
Klienta uzmanība un  
pieejamais laiks samazinās



Komunikācijas  
kanālu  
daudzveidība



Kontakta vērtībai (klientam) un  
atdevei (kompānijai) ir  
jāpalielinās



# MĀRKETINGS MASĀM, 'FOKUSĒJOTIES UZ SEVI'

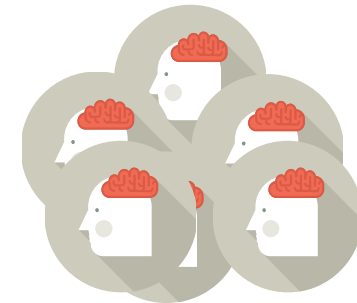
---



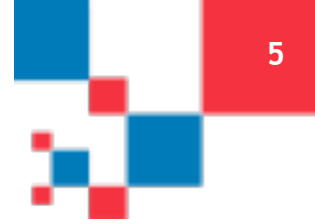
Mums ir produkti..



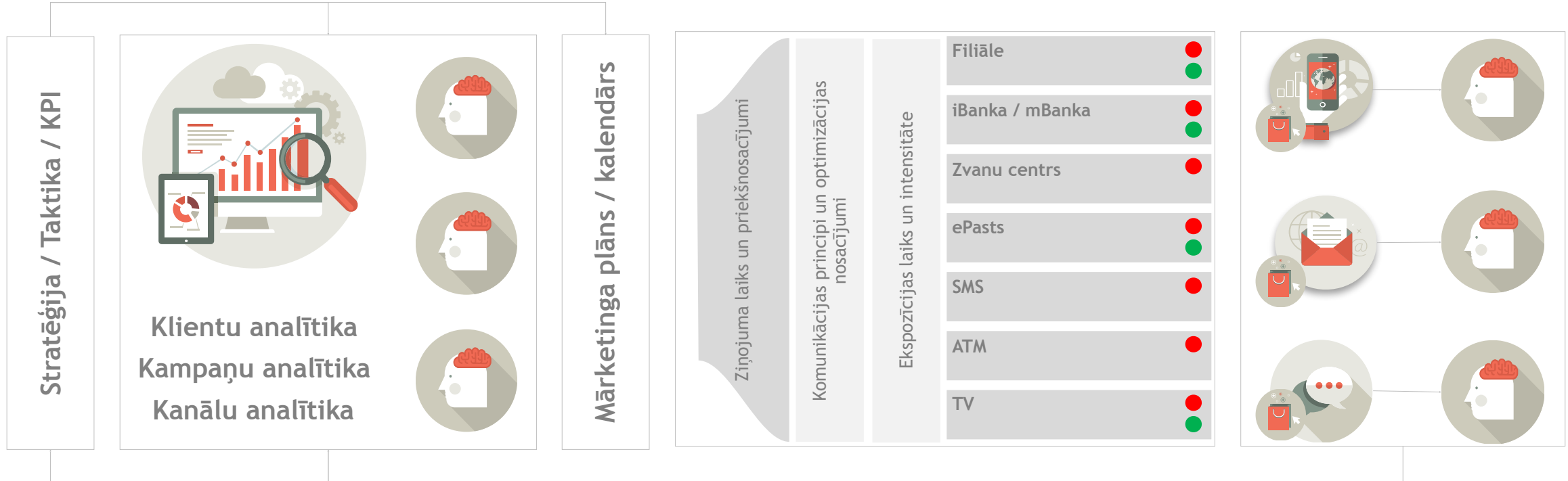
..kurus vēlamies pārdot /  
reklamēt noteiktos kanālos..



..noteiktam klientu  
segmentam.



# PERSONALIZĒTS MĀRKETINGS UN AUTOMATIZĒTA KAMPAŅU VADĪBA



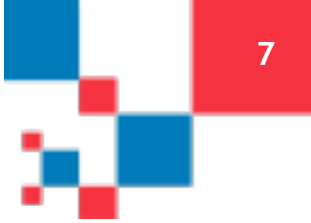
- Agresīva, personalizēta komunikācija, pārdošana (tieša uzruna, pop-up u.c)
- Pasīva, vispārēja komunikācija (brand awareness, viedokļa veidošana)



## PRIEKŠNOSACĪJUMI

---

- FOKUSS UZ KLIENTU (NEVIS PRODUKTU VAI KAMPAŅU).
  - MĀRKETINGA VADĪTĀJS - *BUSINESS BUILDER, EXPERIENCE ARCHITECT, INSIGHT ACTIVIST.*
  - DATOS UN ANALĪTIKĀ BALSTĪTA LĒMUMU PIENĒMŠANA (UZTICĒŠANĀS).
  - IESPĒJAMAJAI ATDEVEI ATBILSTOŠU TEHNOLOĢIJU IZVĒLE.
-



## KOPSAVILKUMS

---

KAMPAŅU AUTOMATIZĀCIJAS RISINĀJUMS ĻAUJ KOMUNICĒT:

- AKTUĀLU VĒSTĪJUMU,
- RĪKOTIES GATAVAM KLIENTAM,
- PAREIZAJĀ KANĀLĀ,

PAAUGSTINOT KLIENTA VĒRTĪBU UN KAMPAŅU ATDEVI.

---



digitalmind