

POR'a mieć standardy

Siła standardów, siłą marketingu.

Model wskaźników efektywnościowych POR – 1.0.



MONIKA KOCHANOWSKA

PEPSICO/ POR



Efektywność Marketingu Co robimy?

Cross-media

Wypracowujemy standardy badania cross mediowego oraz przygotowujemy propozycje jego wdrożenia.

Standardy Współpracy

Tworzymy „Złote zasady” współpracy z agencjami i mediami.

Rola marketingu w biznesie

Wzmacniamy rolę marketera w biznesie.

Partnerstwa

Budujemy partnerstwa POR (aliance, współpraca, patronaty).

Skuteczność marketingu

Badamy efektywność działań marketingowych, uzgadniamy rynkowe KPI's.

ESG

Promujemy najlepsze praktyki, edukujemy i wspieramy firmy w implementacji odpowiedzialnych strategii.

**Na czym polega problem
z mierzeniem**

**Skuteczności
Marketingu?**



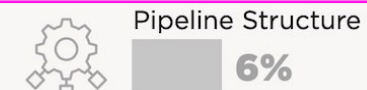
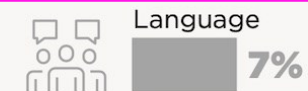
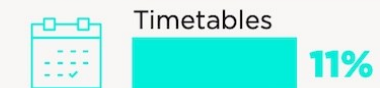
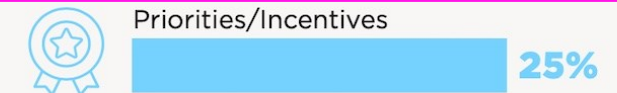
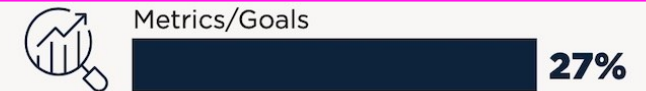
Jak obiektywnie udowodnić efektywność?

Wydała/eś miliony na kampanię...
A co my z tego mamy?

Przez Promocję „3za2” spadła nam marża jednostkowa...



WHAT FACTORS RESTRAIN BETTER MARKETING-FINANCE ALIGNMENT



Pomiar efektywności marketingu obecnie

Różne rozumienie

- *Różne zrozumienie roli marketingu na poziomie rynku, branży, organizacji*
- *Czy zawsze wiemy z czego wynika sukces czy porażka?*

Brak spójnych definicji

- *Czy zawsze to samo znaczy to samo w ramach jednej organizacji czy też w konkursach *Effie Awards, KTR, IAB Mixx Awards*?*

Zbyt wiele KPI

- *Efektywność vs Wydajność*
- *Brak równowagi między pomiarem efektów krótko i długoterminowych*

ETAP 1



Certyfikacja wg Modelu Szwedzkiego WFA

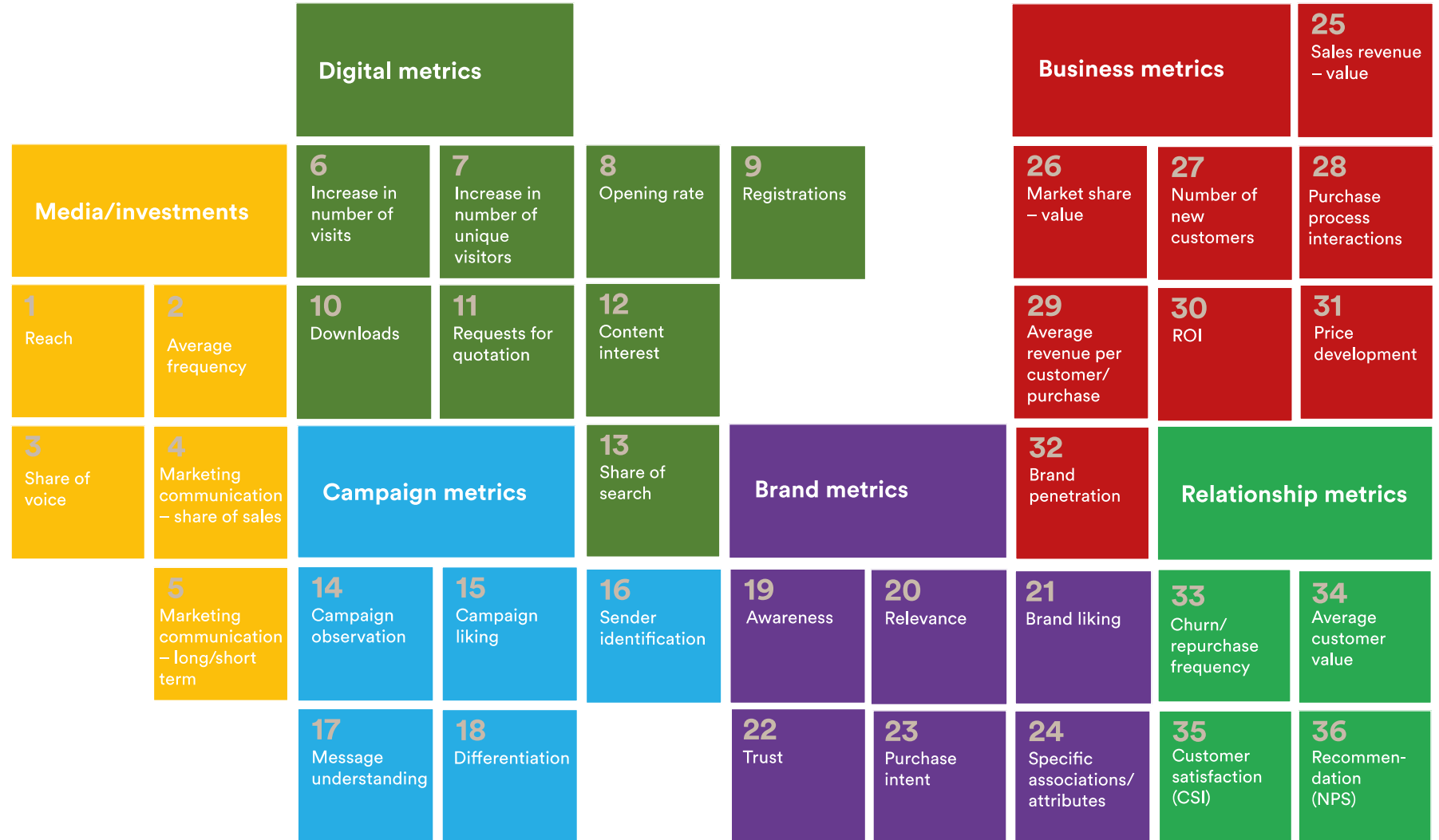
ETAP 2

Warsztaty pod auspicjami Kantar Polska



The Effectiveness System

Collection of metrics



Model szwedzki WFA, 36 wskaźników

Sveriges Annonsörer



The Effectiveness System

A Swedish industry standard for measuring the effects of marketing communication

Mats Rönne



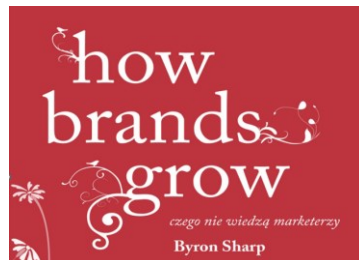
- **Top36KPIs:**
Model z dojrzałego rynku, z dłuższą historią reklamową, będący tam standardem z programem certyfikacji
- **Podejście Procesowe:**
Ustrukturyzowane, holistyczne, dobrze osadzone w biznesie, z widocznymi przepływami w pionie i w poziomie
- **Jak myśleć?**
- **Uniwersalny:**
Wskaźniki: jak mierzyć i co mierzyć, ale nie sugerują, jaki powinien być wynik



Polska
Organizacja
Reklamodawców

- Konieczność **aktualizacji** i przystosowania do **polskiego rynku** – usójnienie, uaktualnienie terminów i definicji oraz uzupełnienie o **nowe wskaźniki** [np. PoS, e-commerce]

Co robić?



Byron Sharp



- **Wzrost marki** jest wynikiem bardzo **efektywnego** pozyskania **nowych klientów**
- **Ogromna liczba** typowych **nabywców** kupuje markę tylko od czasu do czasu
- Dotarcie do **użytkowników kategorii** – od okazjonalnych po częstych
- Poprawa dostępności tak, by **markę** można **łatwo kupić**



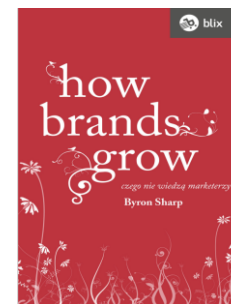
Koncentracja na zasobach marki

Budowa
Mental Availability

Budowa
Physical Availability

Model Wskaźników Efektywnościowych

POLSKI STANDARD RYNKOWY



REPOZYTORIUM WSKAŹNIKÓW:

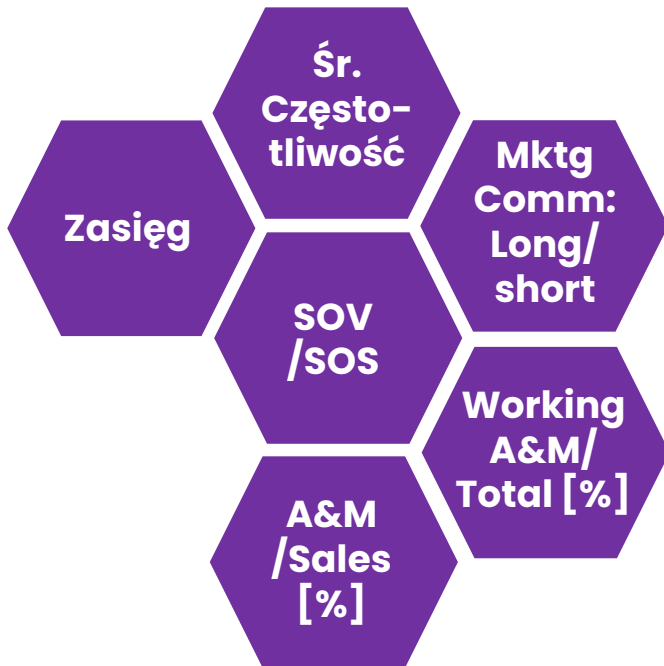
- 1** Ujednolicone definicje, pojęcia i język
- 2** Spójne kryteria oceny efektywności działań marketingowych
- 3** Obiektywne zasady oceny w konkursach branżowych, przetargach

KPI:

- 1** Użyteczne
- 2** Istotne
- 3** Mierzalne
- 4** Wpływ Marketingu na Biznes [*Business Impact, Efektywność*]

Przykład 1: Media i Kampanie

Inwestycje

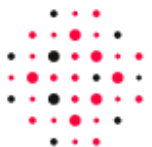


- Czy wiesz, jaki jest Twój udział wydatków Working Media vs Total A&M? A jaki jest benchmark w Twojej branży?
- Czy wiesz, jaka jest średnia miesięczna częstość komunikacji Twojej marki z grupą docelową?
 - Relacja Śr. Częstość a WoA
- Czy wiesz, w jaki sposób wydatki na media + kreacja budują Twoją markę w długim okresie czasu?

Przykład 2: Marka i Biznes



- Który z poniższych wskaźników jest najważniejszy z punktu widzenia podejmowanych działań marketingowych?
- ROAS i ROCE: co ważniejsze?
- Świadomość marki – czemu cały czas musimy o niej pamiętać?



Co dalej?

- Konsultacje rynkowe [cd]
- Nowe standardy:
 - Model Wskaźników Efektywnościowych 1.0 PL
 - Słownik marketingowych pojęć i definicji
- Promocja Programu
- Program szkoleniowy + Certyfikacje



Zapraszamy do

Polska
Organizacja
Reklamodawców

Będiesz w doborowym towarzystwie

- ✓ Realny wpływ na rozwój rynku
- ✓ Społeczność praktyków marketingu z różnych branż
- ✓ Platforma dzielenia się wiedzą
- ✓ Szkolenia, eventy i warsztaty
- ✓ Możliwość certyfikacji
- ✓ Networking



POR'a mieć standardy

Siła standardów, siłą marketingu.

Model wskaźników efektywnościowych POR – 1.0.

Dziękuję za uwagę