

Tele-giganten 3 og deres mediabureau Mindshare udnytter styrken ved Google Display Network for mobil



Altid med



Mål

- At udvikle "best practices" inden for mobil annoncering
- At fange de mobile internetbrugeres opmærksomhed
- At stimulere muligheden for offlinesalg

Tilgang

- Har brugt Google Display Network til at levere platform-specifik annoncering på mobile websites og apps
- Har målrettet specifikke grupper af mobile brugere med skræddersyede budskaber afhængigt af mobiltype og nuværende operatør

Resultater

- Har opnået værdifuld indsigt i mobil displayannoncering
- Har fanget mobiltrafik og har genereret værdifulde marketing leads
- Har brugt "Research Online, Purchase Offline" (ROPO) effekten til at drive besøgende til de fysiske butikker

Fakta om netværk

Lokale netværk kan fx være samarbejder mellem forskellige mediers platforme, såsom Berlingske Media eller JP/Politiken. Eksempler på netværk i Danmark:

- Mobnet (lokalt)
- Balleby og Grumsen (lokalt)
- Microsoft (internationalt)
- Advertising.com/AOL
- Google Display Network (internationalt)
- AdMob (internationalt)

Oversigt

3 er et teleselskab, der har fokus på at gøre internettet tilgængeligt via det mobile netværk. Målet er at give sine 28 millioner brugere verden over størst mulig valgfrihed i den måde, de ønsker at være forbundet til nettet på. De udbyder bredbåndsløsninger og et enormt udvalg af telefoner inklusive alle de nyeste smartphones. For at få budskabet kommunikeret bredest muligt arbejder 3 sammen med Mindshare, et globalt medienetværk, på en mission om at gøre 3 i Danmark så bredt kendt og så profitabelt som muligt. Sammen er både 3 og Mindshare i den helt rigtige position til at forstå den eksponentielle vækst i internetbrug på mobile platforme, og hvilke muligheder, det giver virksomheder.

Tag telefonen

De seneste tal forudsiger, at brugen af mobilt internet vil vokse til 39% blandt europæiske forbrugere i 2014¹, og at mobilt internetbrug vil vokse til mindst dobbelt størrelse i forhold til brug med computer². I Danmark forudsiger de store medieorganisationer, at den mobile trafik vil udgøre 50% af al internetbrug i landet i 2015.

Selvom 3 kun har en 5% markedsandel af danske SIM-kort, leverer de 40% af den danske datatrafik. Mobil datatrafik på 3s netværk er øget med 1000% på kun ét år. Trafik fra smartphones til 3s hjemmeside www.3.dk er, ved organisk og betalt søgning, ligeledes øget kraftigt med et spring på op til 700% fra sidst i 2009 til slutningen af 2010. Mindshare bemærkede, at der var svage konverteringsrater, når mobile brugere besøgte 3s webshop. Med en konverteringsrate på kun 1/8 af den generelle konverteringsrate på webshoppens computerudgave, var bureauet klar over, at der måtte findes på en bedre måde at kommunikere med den stadigt større gruppe af mobil-kyndige brugere.

"Lige nu er penetrationen af smartphones og mobile enheder med fuld web-kapacitet simpelthen enorm", siger Per Jensen, Search Planner hos Mindshare. Bureauet kunne se vigtigheden i at starte læringsprocessen allerede i disse tidlige stadier af en udvikling, der forudses en så lovende fremtid og var derefter ivrig efter at udvikle en struktureret plan for, hvordan man kunne udforske mulighederne for mobil markedsføring for 3.

Google Display Network var det oplagte sted at begynde for Per. "Det samme system, som vi kender så godt, giver os nem adgang til fremtidens mobile markedsføring", noterer han. Netværket indeholder alle de sider, hvorpå du kan købe Google-annoncer, inklusive YouTube, Google sider, såsom Google Finance, Gmail, Google Maps og Blogger, så vel som over én million web, video, spil- og mobile display partnere.

På farten

Per forklarer, at deres indledende anstrengelser primært gik ud på at udvide Mindshares og 3s forståelse af, hvordan man bedst kan anvende mobil markedsføring til at opnå sine mål. "I dette tilfælde havde vi brug for noget grundlæggende viden om, hvilke formater, vi skulle bruge, hvor vi skulle have annoncerne og hvordan rapporteringen fungerer. Og Googles platform er yderst velegnet til dette."

“Vi prøver at finde den bedste måde at kommunikere med potentielle kunder, som besøger vores site fra en 3.5” skærm, når de er på farten. Ved at bruge Google Display Network har Mindshare og 3 fået en værdifuld viden omkring fremtiden for mobil marketing”
—Mikkel Torsting, Vice President Consumer Sales & Marketing, 3 Danmark

“Det er nemt og billigt at få konkret erfaring med målrettet mobil annoncering på en stor skala med Google Display Network.”
—Per Jensen, Search Planner, Mindshare

Ved hjælp af mobil markedsføring på Googles Display Network, var Mindshare i stand til at vise en serie bannerreklamer målrettet mod en meget specifik målgruppe. Den segmentering, som netværket tillader, gør det muligt for 3 at vise én besked til eksisterende kunder med bestemte telefoner for at facilitere mersalg til disse kunder og en anden besked til kunder på rivaliserende netværk for at vinde markedsandele. “Med Google platformen kan vi målrette kampagner mod Android, Palm eller iPhone brugere, så vi kan skabe annoncer og bannere for hver enkelt type af mobil platform,” forklarer Per. “Og vi kan anbringe bannere og beskeder på smartphones på konkurrerende netværk, hvor vi siger, “Kom over til os, vi har en bedre løsning.” Vi kan næsten ikke få bedre markedsføring end denne, og per klik er der er god økonomi i at få fat i disse kunder.”

Bannerne var linket til specialfremstillede mobile sites, hvor man, udover at registrere sine data, kunne se en video, der øger engagementet i brandet 3. Pga. de begrænsninger, der i øjeblikket er på at gennemføre økonomiske transaktioner via mobilen, var formålet med disse sites at konvertere trafikken til leads, der kan bruges i fremtidig kommunikation og markedsføring. Per forklarer, “Vi indså, at folk, der sidder i bussen eller toget eller lige fordriver tiden i fem minutter inden et møde, ikke tager deres kreditkort op af lommen og gennemgår fem trin for at købe noget, men vi skal bare have fat i dem, så vi kan igangsætte en dialog. Det er derfor, vi fokuserer på at generere leads, så vi kan kontakte dem, når de sidder ved computeren og på det tidspunkt konvertere kontakten til et salg.”

Nye vinde blæser

Resultaterne af de seks mobile display kampagner, som Mindshare har lanceret for 3, er mere end lovende. For eksempel førte en kampagne for Nokias N8 telefon til en betragtelig mængde trafik. “Jeg kan få næsten 10 gange mere trafik fra Googles Display Network end hos de lokale netværk for de samme penge”, siger Per. Reklamerne genererede også højere klikrate sammenlignet med computer og display markedsføring. Mindshare kunne se, hvilke sites der bidrog med den største klikrate, og denne viden kan bruges i fremtidige kampagner.

Samtidig var en kampagne for HTC's Desire HD telefon ligeså afslørende. Igen genererede reklamerne meget trafik, og Mindshare opdagede, at når annoncerne lå på apps, fik de en mere end dobbelt så høj klikrate og en 36% højere konverteringsrate end reklamer på WAP og andre sites. “Hvis du ser på et normalt site med en 2” skærm, kan banner-reklamer let forsvinde; men i apps er nogle af placeringerne yderst gunstige og meget værdifulde”, siger Per.

Mindshare og 3 har også gjort store fremskridt i at forstå, hvordan “research online, køb offline” effekten er på det mobile område. Ved hjælp af tracking kan Per se, at smartphone-trafik ikke konverteres til salg på traditionel vis, “men vi kan se et øget antal kunder i vores fysiske butikker, og vi ved, at søgninger på mobiltelefoner ofte kombineres med forskellige former for geografiske forespørgsler.” I fremtiden ser det ud, som om brugen af det mobile internet faciliterer et tættere forhold mellem webbutikken, den fysiske butik og 3s call centre. Per udbryder, “Vi kan se, hvordan barriererne falder!”

Mikkel Torsten, Vice president Consumer Sales & Marketing hos 3 i Danmark siger, “Mobile annoncer vil spille en stor rolle i vores fremtidige marketingplaner. Vi kommer til at have fuldt optimerede mobile sites og vil blive de bedste i markedet til at kombinere mobil annoncering med vores offline butikker.”

1. Forrester Research
2. Morgan Stanley