

RTB House z nowym, inteligentnym produktem. Zwiększy świadomość marki i zaangażowanie użytkowników

RTB House, globalna firma dostarczająca innowacyjne rozwiązania marketingowe dla największych marek z całego świata, wprowadza kreacje Streaming Video Ads, nowy produkt oparty o technologię Deep Learning i first party data. Narzędzie służy do targetowania użytkowników znajdujących się na wczesnym etapie lejka sprzedażowego. Dynamiczne kreacje wideo oferują użytkownikom spersonalizowane doświadczenie na podstawie danych, unikatowych elementów kontekstowych i storytellingu.

Format wideo to istotny element strategii marketingowej, który umożliwia skupienie uwagi odbiorcy na przekazie, pogłębianie interakcji z użytkownikami oraz budowanie spójnego i atrakcyjnego wizerunku marki. Z najnowszego badania [Wyzowl](#) wynika, iż 2/3 respondentów (66 proc.) deklaruje, że krótkie filmy wideo są ich preferowanym sposobem dowiadywania się informacji o danym produkcie czy usłudze. Ponadto, 84 proc. twierdzi, że zdecydowało się na zakup właśnie po obejrzeniu filmu.

Aby dodatkowo zwiększyć efektywność działania, kreacje Streaming Video Ads są stale rozwijane, co pozwala reklamodawcom na realizację wyjątkowych i spójnych kampanii. Wykorzystanie nowoczesnego algorytmu rekomendacji opartego o technologię Deep Learning sprawia, że kreacje Streaming Video Ads odpowiadają faktycznym preferencjom użytkownika i prezentują markę w najbardziej przemawiający do niego sposób.

Zgodnie z opiniami klientów RTB House, kreacje wideo są szczególnie efektywne w docieraniu do użytkowników znajdujących się na wczesnym etapie lejka sprzedażowego. Algorytmy Deep Learning przetwarzają tysiące danych, tworząc zaawansowane analizy, dzięki którym kreacje Streaming Video Ads są wyświetlane użytkownikom, wśród których znajdują się również niezaangażowani wcześniej odbiorcy

– Zbudowanie trwałej relacji z konsumentami wymaga dogłębnego zrozumienia ich zachowań. Każda ścieżka zakupowa jest wyjątkowa, tak jak wyjątkowy jest każdy klient – wraz ze swoimi zindywidualizowanymi potrzebami, okolicznościami zakupu, preferencjami i nawykami. Właśnie dlatego personalizowane kreacje Streaming Video Ads są tak skuteczne i sprawdzają się w każdej strategii marketingowej skoncentrowanej na kliencie – tłumaczy Łukasz Abgarowicz, Head of New Products w RTB House.

Dzięki współpracy RTB House z kluczowymi partnerami reklamowymi, kreacje Streaming Video Ads są dostępne we wszystkich popularnych formatach wideo, dla różnych typów urządzeń. Aby zapewnić pełne bezpieczeństwo marki, powierzchnie reklamowe są analizowane przez mechanizmy targetowania kontekstowego oraz filtry Brand Safety, które wykorzystują przetwarzanie języka naturalnego do analizy zawartości danej witryny. Możliwość połączenia kreacji Streaming Video Ads z innymi formatami oferowanymi przez



RTB House, jak np. Social Banners, Interactive Display Banners, Snippet Ads, czy kampaniami w aplikacjach, zapewnia spójną komunikację.

Wszystkie formaty kreacji Streaming Video Ads zakładają własne cele KPI, co pozwala mierzyć realny wpływ reklamy na promocję marki. Ponadto, zaawansowana analityka RTB House monitoruje interakcje użytkowników z marką, dostarczając cenne informacje, dzięki którym marketerzy mogą na bieżąco dostosowywać strategię i tworzyć najbardziej optymalną ścieżkę konsumentów.

Zobacz, jak działają kreacje Streaming Video Ads: videoads.rtbhouse.com/showcase. Więcej informacji: <https://videoads.rtbhouse.com/>

Informacje dla redaktorów

RTB House to globalna firma dostarczająca innowacyjne rozwiązania marketingowe dla największych marek z całego świata. Autorski mechanizm zakupu reklam, oparty w stu procentach o algorytmy Deep Learning, umożliwia reklamodawcom osiągnięcie znaczących wyników oraz realizację celów krótko-, średnio- i długoterminowych.

Spółka RTB House została założona w 2012 roku i posiada biura w ponad 30 lokalizacjach na całym świecie, m.in. w Nowym Jorku, Londynie, Tokio, Singapurze, São Paulo, Moskwie, Stambule, Dubaju i Warszawie. Zespół składa się z ponad 500 specjalistów i obsługuje ponad 2000 kampanii dla klientów w krajach Europy, Bliskiego Wschodu, Afryki, Azji, Pacyfiku oraz Ameryki Północnej i Południowej.

Od 2018 roku, po pomyślnym wdrożeniu technologii Deep Learning w 100 procentach algorytmów, RTB House uruchomiła dwa, niezależne od głównego działu R&D, zespoły koncentrujące się na rozwiązaniach z zakresu marketingu i technologii. AI Marketing Lab jest ukierunkowany na badania i rozwój w szeroko pojętym obszarze marketingu. Z kolei celem Creatives Lab jest rozwój kreacji, zwiększanie ich efektywności, jak również poszerzanie oferty w zakresie dostępnych formatów, jak np. kreacje dynamiczne czy wideo, precyzyjnie dopasowanych do potrzeb brandingowych klientów.

Więcej informacji na stronie www.rtbhouse.com.