



# iPROM Retail: celovita storitev za digitalno oglaševanje za trgovce



**iPROM Retail je storitev, prilagojena panogi trgovine in trendom, ki vplivajo nanjo. Združuje več kot 20-letne izkušnje iPROMa s področja krepitve blagovnih znamk na spletu in pospeševanja prodaje prek spleta. Vanjo smo vključili vse svoje rešitve, s katerimi lahko trgovci učinkoviteje nagovorijo potrošnike v vsaki fazi nakupnega procesa. Temelji na uporabi podatkov za prilagajanje oglaševanja na način, da trgovec kar najbolje izkoristi svoja oglaševalska sredstva in ima nadzor nad lastnimi podatki.**

## Vsepovezan potrošnik pred nakupom raziskuje na spletu

Po podatkih raziskave Shopper's Mind (Valicon, iPROM, Ceneje.si, 2021) potrošniki ne glede na to, ali kupujejo v fizični trgovini ali na spletu, pri raziskovanju in odločanju za nakup pretežno uporabljajo digitalne medije. Vsepovezan potrošnik, ki je danes večkanalen, pred nakupom vse pogosteje raziskuje prek spleta, nakupe pa potem opravi bodisi v spletni trgovini bodisi na prodajnem mestu.

iPROM Retail je iPROMova edinstvena kombinacija naprednih tehnoloških rešitev za trgovce, namenjena tako tradicionalnim trgovcem s fizičnimi prodajalnami (Spar, Mercator, mömax, ...) kot tudi spletnim trgovinam.

## Kombinacija tehnologije za avtomatizirano izgradnjo kreativ in digitalnih katalogov

iPROM Retail kot celovita storitev vključuje najsodobnejše tehnologije za avtomatizirano izgradnjo oglasnih kreativ (iPROM Spider Ad) in digitalizacijo prodajnih katalogov (iPROM Katalogi).

iPROM Spider Ad avtomatizira pripravo oglasnih gradiv, omogoča enostavno tehnološko upravljanje in potrošnika spodbudi k nakupu glede na fazo nakupnega procesa, v kateri se trenutno na-

*"iPROM Retail trgovcem prinaša celovit nabor rešitev za krepitev blagovne znamke na spletu ter pospeševanje prodaje v spletnih in predvsem fizičnih trgovinah. Združuje napredne tehnologije za digitalizacijo prodajnih katalogov, podatkovno gnano oglaševanje in učinkovitejše doseganje potrošnikov. V iPROMu smo jih povezali v svežnju storitev, ki trgovcem omogočajo pospeševanje prodaje v fizičnih in spletnih trgovinah,"* storitev opisuje **Andrej Ivanec**, direktor medijskega načrtovanja v iPROMu.



iPROM Private DMP - vaš zasebni podatkovni silos

haja. V kombinaciji z iPROM Katalogi pa je iPROM Retail nepogrešljiv za pospeševanje prodaje tako na spletu kot v fizični trgovini prek neposrednih in asistiranih konverzij.

Dodatno se storitev odlično dopolnjuje z iPROM Private DMP-jem, saj lahko trgovci med oglaševanjem zajamejo podatke v lastne podatkovne silose skladno z najvišjimi zakonskimi standardi zasebnosti spletnih uporabnikov ter izvajajo zakonsko skladno in učinkovito podatkovno gnano oglaševanje.

## Oglaševanje, podprto z lastnimi podatki in umetno inteligenco

iPROM Retail kot celovita storitev za pospeševanje prodaje temelji na uporabi iPROMovih avtorskih tehnoloških rešitev za podatkovno gnano oglaševanje, optimizacijo oglaševalskih akcij v realnem času, razporejanje oglaševalskih proračunov ter samodejno prilagajanje oglasnih kreativ z uporabo globokega učenja in umetne inteligence. Z naprednimi oblikami ciljanja prek inovativnih, v realnem času prilagodljivih oglasnih formatov, umeščenih v digitalnih medijih in spletnih trgovinah, zagotavlja najboljšo izpostavitve trgovca na spletnih prodajnih polih.

Temelji na tehnološki platformi iPROM Programmatic Platform, ki je največja in najbolj dovršena platforma za programatični zakup oglasnega prostora v regiji Adriatik. Združuje bogato znanje in več kot 20-letne izkušnje ter odgovarja na potrebe oglaševalcev v tako imenovanem spletu 3.0, kjer je lastništvo podatkov postalo nova nafta.

## iPROM Katalogi: učinkovita digitalizacija tiskanega kataloga in trajnostna različica tiskanega prodajnega kataloga

Po besedah Andreja Ivanca so tiskani prodajni katalogi še vedno ključen element pospeševanja prodaje v fizičnih trgovinah. Predstavljajo gonilo prodaje za tradicionalne trgovce, ki jih s pošto dostavljajo v nabiralnike gospodinjstev po Sloveniji. Z njim komunicirajo aktualno akcijsko ponudbo, cilj pa je pospeševanje prodaje v fizičnih trgovinah.

Tiskan katalog je stara, a preverjeno učinkovita rešitev, ki pa se v zadnjem času sooča z izzivi digitalizacije in trajnostnega razvoja. Glavni izzivi so predvsem:

- zasičenost gospodinjstev (prejmejo tudi več kot 40 katalogov na mesec na gospodinjstvo);
- negativen vpliv na okolje z vidika ekologije in izrabe papirja;
- ne omogoča naprednega ciljanja – samo geolokacijsko ciljanje, ni digitalnih statistik;
- vse dražja izvedba (najnovejša podražitev surovin in tudi sama dobava, recimo papirja, močno vpliva na ceno tiska);
- velik delež gospodinjstev, predvsem v

večjih mestih, preprečuje njihov prejem z rumeno nalepko na nabiralniku.

Kot odgovor na težave je iPROM pripravil rešitev – digitalni katalog, ki prvenstveno še vedno podpira pospeševanje prodaje tudi v fizičnih trgovinah, na voljo pa je vsem uporabnikom spleta, ki jih je v Sloveniji že več kot 1,8 milijona. Tako odlično služi kot podaljšek, v nekaterih primerih pa kot alternativa tiskanemu katalogu. Slednje velja predvsem za vsa tista gospodinjstva, ki ga sedaj zaradi rumene nalepke na nabiralniku ne prejemajo.

Doseg digitaliziranega kataloga lahko še dodatno podpremo s podatkovno gnanim oglaševanjem ter uporabo omenjene tehnološke rešitve za avtomatizirano izgradnjo oglasnih kreativ iPROM Spider Ad. Z dodatno oglaševalsko podporo prek lastne tehnološke rešitve iPROM Programmatic Platform je tako katalog distribuiran slovenskim uporabnikom, ki jih dosežemo že okoli 1,5 milijona oziroma več kot 90 % vse slovenske spletne populacije. Storitev je na voljo tudi na Hrvaškem, v Srbiji ter Bosni in Hercegovini.

Oglaševalcem tehnološka rešitev iPROM Katalogi omogoča, da:

- dosega tudi gospodinjstva, ki imajo rumeno nalepko;
- potrošnika dosežejo z oglasnimi sporočili z omejeno frekvenco;
- svoj e-poštni seznam oplemenitijo tudi z digitaliziranim katalogom ter tako pospešijo prodajo v fizični trgovini;
- napredno ciljajo uporabnike glede na zaznana zanimanja in nakupno vedenje;
- krepijo lasten brezogljčni odtis (ogljčni odtis digitalnega kataloga je 0);
- in najpomembnejše, zagotovijo si transparentno merljivost na strani distribucije in učinkov oglaševanja.



iPROM Spider Ad - tehnološka rešitev za avtomatizirano izgradnjo oglasnih kreativ

## Nadgradnja digitalnega kataloga s tehnološko rešitvijo iPROM Spider Ad

V podjetju prepletamo tehnologijo, znanje, izkušnje in lasten programatičen ekosistem, ki vsem trgovcem omogoča učinkovit in dovršen digitalni nastop. Vse to učinkovito prepletamo tudi v tehnološki rešitvi iPROM Spider Ad, ki na podlagi podatkov o uporabniku zgradi oglas po njegovi meri. Kot celovita tehnološka rešitev omogoča:

- interaktivno predstavitev akcijske ponudbe prek prilagojenih oglasov v digitalnih medijih;
- ciljano oglaševanje z uporabo iPROM Movega regijsko najbogatejšega podatkovnega silosa iPROM DMP oziroma prek lastnega zasebnega podatkovnega silosa trgovca;
- cenovno učinkovitost z modelom zakupe cena na klik oz. cena na interakcijo z akcijsko ponudbo.

Danes tehnološko rešitev iPROM Spider Ad že uporabljajo številni trgovci, med katerimi so Merkur, Spar, Anni, Hofer ipd.

## marketing

### Študija primera: mömax

Prvi trgovec, ki je iPROM Katalog uporabil v praksi, je mömax. Rešitev je mömax vključil v oglaševalsko akcijo za promocijo lanske decembrske ponudbe najbolj priljubljenih izdelkov v prednovoletnem času.

Trgovec je želel z digitalnim katalogom doseči enake prodajne rezultate kot z uporabo tiskanega kataloga. V sklopu oglaševalske akcije smo katalog digitalizirali v obliki naprednih oglasnih formatov in potencialne kupce nagovorili izključno v digitalnih medijih prek iPROMove programatične platforme. Zbrane podatke o uporabnikih, ki so se odzvali na preteklo oglaševalsko akcijo, ki smo jih za omenjenega naročnika izvedli pri nas, smo z uporabo globokega učenja razširili z vzorcem uporabnikov, ki so imeli podobne digitalne medijske navade kot obstoječi uporabniki.

Mömaxov digitalni katalog, integriran v iPROMov napredni oglasni format, je v enem tednu oglaševanja dosegel 1,17



iPROM Katalogi - tehnološka rešitev za digitalizacijo prodajnih katalogov (primer mömax)

milijona uporabnikov s povprečno frekvenco 8,82 prikaza na posameznega uporabnika. Med oglaševalsko akcijo je interakcijo z digitalnim katalogom vzpostavilo 627.800 uporabnikov digitalnih medijev, ki so ga prelistali v povprečju 1,83-krat.

“Oglaševalska akcija za mömaxov decembrski katalog je preseгла vsa naša pričakova-

nja. S tehnološko rešitvijo iPROM Katalogi smo enostavno in učinkovito digitalizirali svoj tiskani katalog ter dobili popoln pregled nad analitiko zanimanj svojih kupcev. S to oglaševalsko akcijo se nam je naložba v oglaševanje povrnila kar desetkratno (ROAS je bil 10), kar je za dvakrat bolje kot v enakem obdobju predlani, ko smo uporabili le tiskan katalog,” je pojasnil **Gregor Habjanič**, vodja marketinga v mömaxu. ■