

LJUBLJANA AIRPORT FLY: DO 30-ODSTOTNO POVEČANE KONVERZIJE S POMOČJO UI

V času, ko znamke in oglaševalske kampanje »tekmujejo«, katera bo najglasnejša, so pri Fraportu Slovenija ubrali drugačen pristop. Kot pravijo, ne verjamejo v obstoječa pravila oglaševanja, temveč ustvarjajo svoja, za projekt »Uporaba AI ojačevalnega učenja za povečanje prodaje v platformi Ljubljana Airport FLY«, ki so ga zasnovali skupaj z družbo iPROM, pa so prejeli tudi veliko in zlato nagrado DIGGIT.



#Tina Guček

Foto: arhiv sogovornikov

Fraport Slovenija je v sodelovanju z iPROM-om že leta 2021 vzpostavil napredno oglaševalsko platformo, ki so jo poimenovali Ljubljana Airport FLY. Zasnovali so jo kot programatično infrastrukturo za ciljno promocijo letalskih destinacij z ljubljanskega letališča, deluje pa na osnovi prvoosebnih podatkov družbe Fraport Slovenija. Podatke zbira, upravljajo in aktivirajo znotraj platforme za upravljanje podatkov iPROM Private DMP, platforma pa jim z neposredno povezavo z globalno programatično hrbtenico omogoča prikazno oglaševanje na več kot 60 tisoč uredniških spletnih medijih odprtega spleta, kar ustvarja visoko relevantno, zaupanja vredno in razširjeno oglaševalsko okolje.

Že od začetka je platforma uporabljala umetno inteligenco (UI) za osnovno ciljanje in optimizacijo, leta 2024 pa so jo nadgradili z mehanizmom ojačevalnega učenja (ang. *reinforcement learning*), ki omogoča, da se sistem sproti uči iz rezultatov in sam izboljšuje učinkovitost.

Cena na prodano vozovnico (CPA) se je po nadgradnji znižala z 2,06 evra na 1,85 evra, stopnja konverzije se je povečala z 12 odstotkov na 15,9 odstotka, učinkovitost kampanje pa se je po nadgradnji izboljšala za skoraj tretjino (30 odstotkov).



PLATFORMA KOT STRATEŠKA NALOŽBA V PRIHODNOST KOMUNICIRANJA V TURIZMU

Kot pravi **Monika Jelačič**, vodja korporativnega komuniciranja v Fraportu Slovenija, platforma Ljubljana Airport FLY predstavlja pomemben korak v smeri njihove digitalne neodvisnosti in podatkovne suverenosti. »Z lastno infrastrukturo in umetno inteligenco, ki se uči iz dejanskega vedenja uporabnikov, smo dosegli nov standard učinkovitosti, pri tem pa ohranili popoln nadzor nad komunikacijo s svojimi potniki. Zavedamo se, da prihodnost ne temelji več na hitrih oglaševalskih akcijah, temveč na sistemih, ki delujejo, rastejo in se nenehno izboljšujejo. Naša platforma ni le tehnološka nadgradnja, temveč strateška naložba v prihodnost komuniciranja v turizmu,« pojasnjuje.

»Platforma Ljubljana Airport FLY je z uporabo umetne inteligence, ki temelji na ojačevalnem učenju, dosegla 30-odstotno rast konverzij in prešla iz orodja v pametni sistem za trajno izboljševanje oglaševalskih rezultatov. V Fraportu Slovenija s tem vzpostavljamo pametno infrastrukturo za digitalno oglaševanje, ki se sama uči, meri, prilagaja in povečuje donos,« pravi Monika Jelačič, vodja korporativnega komuniciranja v Fraportu Slovenija.

V Fraportu Slovenija so želeli z uporabo UI, ki deluje dinamično in se sproti prilagaja uporabniškemu vedenju, nadgraditi platformo v smeri večje avtonomnosti, natančnosti in učinkovitosti. Skupaj z iPROM-om so se tako lotili izziva, kako vzpostaviti sistem, kjer UI ne le podpira oglaševanje, temveč se sama uči, samostojno odloča in z vsakim prikazom povečuje poslovni učinek, brez dodatnega vložka.

REŠITEV: OJAČEVALNO UČENJE KOT JEDRO SISTEMA

Lani so torej platformo nadgradili s sistemom ojačevalnega učenja, metodo umetne inteligence, pri kateri se sistem sproti uči iz rezultatov, in sicer s preizkušanjem različnih odločitev in krepitev tistih, ki prinašajo najboljši učinek. Model v realnem času optimizira ciljanje uporabnikov na podlagi mikrovedenjskih signalov, alokacija proračuna glede na konverzijsko verjetnost, izbiro in prilagoditev oglašnih kreativ ter razporeditev prikazov po kanalih in v kontekstih.

Odločitev je bila očitno več kot uspešna, saj je Ljubljana Airport FLY v letu 2024 dosegla 29.064 prodanih letalskih vozovnic, dokazano večjo natančnost distribucije in bistveno izboljšanje ključnih kazalnikov učinkovitosti. Cena na prodano vozovnico (CPA) se je po nadgradnji znižala z 2,06 evra na 1,85 evra, stopnja konverzije se je povečala z 12 odstotkov na 15,9 odstotka, učinkovitost kampanje pa se je po nadgradnji izboljšala za skoraj tretjino (30 odstotkov).



»Ciljano prikazno oglaševanje na osnovi lastnih oziroma prvoosebnih podatkov v uredniških spletnih medijih odprtega spleta je danes ena od najučinkovitejših in najbolj verodostojnih oblik digitalnega oglaševanja. Ljubljana Airport FLY dokazuje, da z lastno, neodvisno oglaševalsko infrastrukturo in premišljeno rabo umetne inteligence to ni zgolj mogoče, temveč tudi merljivo,« pojasnjuje Leon Brenčič, direktor odnosov z naročniki v iPROM-u.

Ljubljana Airport FLY tako danes velja za največji oglaševalski sistem za turistične storitve v regiji. Povezuje prvoosebne podatke Fraporta Slovenija, oglaševanje v zaupanja vrednem okolju uredniških spletnih medijev in umetno inteligenco, ki se sama uči in optimizira rezultate ter deluje kot infrastrukturni model, ki temelji na podatkih, kontekstu in evolutivni optimizaciji.

»Zakaj deluje? Namesto da UI zgolj sledi vnaprej določenemu sistemu pravil, ojačevalno učenje omogoča, da se sama uči, katere strategije vodijo do večjega uspeha, in jih sproti vgrajuje v nadaljnje odločitve. To je razlika med avtomatizacijo in inteligenco: prva izvaja, druga se uči. Platforma Ljubljana Airport FLY s tem ne optimizira več le izvedbe medijskega zakupa, temveč celoten mehanizem pridobivanja kupcev,« pojasnjuje v iPROM-u.

PLATFORMO LJUBLJANA AIRPORT FLY BODO PONUDILI TUDI DRUGIM PONUDNIKOM TURISTIČNIH STORITEV

Skupaj z naročnikom opišejo tudi svojo vizijo za prihodnje leto, ko bo Fraport Slovenija svojo oglaševalsko platformo, ki deluje kot trgovska medijska mreža (ang. *retail media network*), specializirana za področje turizma, ponudil tudi drugim ponudnikom turističnih storitev. Med njimi so turistične agencije, hotelske verige in druga podjetja, ki delujejo na področju turističnih storitev, ki bodo na ta način pridobili dostop do naprednega, že nabečenega UI-sistema, visokokvalificiranega občinstva z izraženo nakupno namerjo in infrastrukturo, ki deluje neodvisno od drugih oglaševalskih platform.

dan
PR

7. oktober 2025
Ljubljana



Prijavi se na
danpr.si