

# Fidelizare audienta in online prin PPC

Ana Bucuroiu

Consultant Marketing Online

**BrandFusion**

Ce presupune fidelizarea audientei?

- Construirea de catre brand a unei relatii solide cu audienta, pe baza valorilor brandului cu care aceasta audienta rezoneaza si a raspunsului brandului la nevoile audientei.

- Atasament/Investitie emotionala a audientei pentru brand, produsele/serviciile si actiunile acestuia, pe termen lung

**BRAND LOVE**

“A bird in the hand is worth two in the bush.”

B. Franklin



Sursa imagine: [flickr.com](https://www.flickr.com)

# Consumatorii fideli

- Tind sa cheltuie mai mult
- O crestere cu 5% a ratei de retentie a clientilor, duce la cresterea profitului cu 25% pana la 95% (sursa: [Studiu Harvard Business School](#))
- 80% din profitul viitor va proveni de la 20% dintre consumatorii existenti (sursa: Gartner Group)
- Atragerea de noi consumatori costa brandul de 5 ori mai mult decat mentinerea consumatorilor existenti (sursa: Lee Resource Inc.)

Principalul motiv pentru care  
consumatorii parasesc un brand?



*68% dintre consumatori  
parasesc un brand intrucat  
nu sunt multumiti de  
**serviciile** acestuia.*



Sursa: Technical Assistance Research Programs institute



# Recomandari pe scurt pentru imbunatatirea customer service

- Asculta audienta si analizeaza comportamentul acesteia
- Abordeaza problemele din perspectiva audientei
- Oferă mai mult decat ai promis
- Oferă o experienta placuta in fiecare punct de interactiune al audientei cu brandul
- Premiaza audienta fidela (financiar si non-financiar) SAU creaza un produs revolutionar (vezi Apple)

Toate aceste recomandari se aplica pentru actiunile din offline si online.

Cum le implementam in online?

# Retargeting

- Email retargeting

- Display retargeting

# Display Retargeting

Prin **remarketing** amintesti  
audienteii de brandul tau si ii oferi  
motive pentru care sa revina.

# Experienta personala

**Booking.com**

Februarie, Rasnov, rezervare

7 luni retargetare cu aceeasi destinatie (email + Display)

**Partea buna:** construirea familiaritatii cu brandul

**Observatie:** pe travel retargetarea sa fie generica pe brand, cu oferte diverse. Si sa tina cont de etapa din proces in care se afla userul.

- **Display retargeting** este indicat in special pentru reactivarea audientei aflata in etapele initiale ale procesului de cumparare.
- Ad-urile de remarketing personalizate functioneaza atunci **cand stii clar in ce etapa se afla consumatorul.**
- In anumite cazuri **ad-urile generice pot fi mai eficiente** decat cele specifice.

Remarketingul personalizat este de  
6 ori mai eficient decat  
campaniile Display standard.

Sursa: [Stuidu.northwestern.edu](http://Stuidu.northwestern.edu)



# Exemplu:

Inainte de Campanie de remarketing:

- returning visitors = 22,9%
- rata de conversie = 8,7%

Dupa Campanie de remarketing:

- returning visitors = 26,2%
- rata de conversie = 13,87%

# Avantaje Remarketing pentru fidelizare audienta

- Transmitemi mesaje personalizate bazate pe comportamentul consumatorilor
- Cresti gradul de familiaritate cu brandul si produsele/serviciile
- Implementezi in online programele de fidelizare

Multumesc!

[anabucuroiu@gmail.com](mailto:anabucuroiu@gmail.com)

Linkedin: /anabucuroiu

Facebook: /ana.bucuroiu