

Performance Marketing



ACR, należący do grupy K2 Internet SA, jest pierwszym domem mediowym w Polsce, który zaoferował usługi z zakresu tzw. „Performance Marketingu”, czyli działań reklamowych w Internecie ukierunkowanych na wywołanie konkretnej i mierzalnej reakcji odbiorców, jak na przykład wypełnienie formularza na stronie www, lub zakup produktu on-line. Istotą Performance Marketingu jest przeniesienie na dom mediowy pełnej odpowiedzialności za wyniki kampanii w Internecie. Reklamodawca nie płaci, tak jak w tradycyjnym modelu, za wyświetlenie milionów reklam, których przyszła skuteczność jest nieznana, ale za pozyskanie poprzez Internet określonej liczby klientów, rejestracji w serwisie czy innej precyzyjnie zdefiniowanej akcji grupy docelowej.

Potrąfimy wziąć odpowiedzialność nie tylko za sprowadzanie ruchu na stronę www, ale także za skuteczność działania tej strony. Tym samym reklamodawca nie musi kupować reklamy, może kupić efekt jej działania. – mówi prezes ACR, **Jolanta Zaczek**.

Działania Performance Marketingu mogą być oparte na każdej z dostępnych form reklamy online. Jednak najlepsze efekty uzyskuje się w oparciu o narzędzia specjalistyczne takie jak marketing w wyszukiwarkach, marketing afiliacyjny, email-marketing oraz direct response advertising. ■