

08

user experience

Βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη



Γνωρίζετε ότι το κοινό είναι πλέον λιγότερο δεκτικό στη διαφήμιση;

69% των ανθρώπων θεωρούν ότι οι διαφημίσεις σήμερα είναι πιο ενοχλητικές από ότι πριν από 3 χρόνια.
600.000.000 συσκευές έχουν σήμερα εγκατεστημένες εφαρμογές Ad blocking και ο κύριος λόγος γι αυτό είναι η αποφυγή ενοχλητικών διαφημίσεων.
Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στη διαφήμιση βρίσκεται σε ιστορικά χαμηλά.


Γιατί είναι πρόβλημα;

Γιατί όσο πιο ενοχλημένος είναι ο καταναλωτής, τόσο πιο συχνά θα μας λείι “stop” μέσω Ad-blocking.

Γνωρίζουμε τι ενοχλεί τους καταναλωτές;

Σύμφωνα με τις εκτεταμένες έρευνες της Coalition for Better Ads (66.000 καταναλωτές σε χώρες που αντιπροσωπεύουν πάνω από το 70% της παγκόσμιας δαπάνης στο διαδίκτυο), τους καταναλωτές ενοχλούν διαφημίσεις που διακόπτουν ή επιβραδύνουν την εμπειρία πλοήγησης και τη ροή του περιεχομένου.

Ακόμα, ο «βομβαρδισμός» με διαφήμιση, συχνά άσχετη με τα ενδιαφέροντά τους: Ο μέσος καταναλωτής εκτίθεται σήμερα σε 10.000 διαφημιστικά μηνύματα την ημέρα.



Τι πρέπει να κάνετε από αύριο ως διαφημιζόμενοι

1. Πρέπει να αντιμετωπίζετε τους καταναλωτές σας με σεβασμό
2. Πρέπει να ενημερωθείτε για τα Better Ads Standards. Στο <https://www.betterads.org/standards> θα βρείτε τα 4 desktop web formats και τα 8 mobile web formats που οι καταναλωτές «κατακεραυνώνουν» και οι διαφημιζόμενοι θα πρέπει να αποφεύγουν.
3. Πρέπει να απαιτείτε από τις πλατφόρμες και τους εκδότες να βελτιώσουν την εμπειρία του χρήστη, χρησιμοποιώντας τα ad formats που η έρευνα της Coalition for Better Ads καταδεικνύει ως λιγότερο ενοχλητικά.

Το όφελος

Με την υιοθέτηση των Better Ads Standards, τα οφέλη θα είναι πολλαπλά και δε θα αφορούν μόνο στους καταναλωτές και στους διαφημιζόμενους, αλλά σε όλους τους stakeholders της ψηφιακής αλυσίδας.

Για τον καταναλωτή:

- Σεβασμός από τους διαφημιζόμενους
- Καλύτερη εμπειρία
- Free content

Για τους εκδότες:

- Περιορισμός της απώλειας εσόδων
- Πόροι για χρηματοδότηση ενδιαφέροντος περιεχομένου

Για τους διαφημιζόμενους:

- Μεγαλύτερη εμπιστοσύνη των καταναλωτών προς τη διαφήμιση και τα brands
- Λιγότερο ad – blocking, άρα μεγαλύτερο inventory
- Προστασία από αύξηση κόστους
- Καλύτερο ROI
- Υψηλότερη κάλυψη
- Πιο relevant επικοινωνία

Η δική μας ευθύνη

Οι διαφημιζόμενοι δεσμευόμαστε να απορρίπτουμε τα formats που συγκεντρώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία σε μια σειρά κριτηρίων που συνδέονται με την εμπειρία του χρήστη.

Τα formats αυτά είναι πιθανό να συνδέονται με την αυξημένη τάση των καταναλωτών να χρησιμοποιούν Ad Blockers.

Μάθετε περισσότερα

<https://www.millwardbrown.com/adreaction/integration/>
<https://www.pagefair.com/blog/2017/adblockreport/>
<http://tailwindemea.net/AdBlocking2017/>
<https://www.betterads.org/>

Οι 8 αρχές του Global Media Charter της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων

