

The background is a vibrant red gradient. It is populated with several floating emojis of various sizes and orientations. These include yellow smiley faces with sunglasses, kissing faces, laughing faces with hearts, and red hearts on a white background. The emojis are scattered across the frame, creating a playful and engaging atmosphere.

BEFORE

ANYTHING ELSE,
LET'S ENGAGE

NOTHING IS CERTAIN

What worked for social media's previous era,
no longer applies today.



NOTHING IS CERTAIN

**What worked for social media's previous era,
no longer applies today.**

Authentic, lo-fi and real vs. surreal, otherworldly and fantastical mixed realities

Less polarizing material vs. deeper, more intimate cosy web connections

The transition away from traditional influence vs. the unstoppable rise of creators



NOTHING IS CERTAIN

**Businesses must embrace change
to remain relevant**



Το Disney+ ήρθε στο Vodafone TV





Cool! 😎



Το Disney+ ήρθε στο Vodafone TV
και εμείς έπρεπε να βρούμε τρόπο να σας το πούμε

Thanks! 😊



ShopZone! ❤️



Τι να πεις
όμως
για κάτι
πού είναι
τόσο τέλειο



Τι να πεις
όμως
για κάτι
πού είναι
τόσο τέλειο

Μπορεί να
μας λέγατε
βαρετούς ή



Τι να πεις
όμως
για κάτι
πού είναι
τόσο τέλειο

Μπορεί να
μας λέγατε
βαρετούς ή
αλαζόνες





Προπαθήσαμε να βρούμε
ένα μειονέκτημα



Ψάξαμε ώρες...



Ψάξαμε ώρες...
μέρες...



Ψάξαμε ώρες...
μέρες...
μήνες...



Ψάξαμε ώρες...
μέρες...
μήνες...



Και καταλήξαμε
σε 1...



Στη μάχη για το
Τηλεκοντρόλ...



Ζητήσαμε από 5
content creators
Να δώσουνε τις
δικές τους 'Μάχες'
σε Instagram
& Tik Tok



Κάποιες
μάχες ήταν
δίκαιες...







Talk to the **Right** audience,
at the **Right** time,
with the **Right** approach



1 Clarify and refine business objectives

2 Review existing KPIs and define to support those

3 objectives

4 Organize into a framework with appropriate techniques

5 Set appropriate targets

Measure, report and optimize





Τα Reels ήταν το next big think
έτσι όλα τα υλικά μας
δημιουργήθηκαν ώστε να
εκμεταλλευτούν αυτό το
placement



58.5%

of time on social
will be spent
watching video



Τρέξαμε μια σειρά απο A/B test ώστε να δούμε πως μπορούμε να εκμεταλλευτούμε καλύτερα τα υλικά που είχαμε στα χέρια μας



Τι θα συμβεί αν...

χρησιμοποιήσουμε τα
Reels vs All Placement στην πληρωμένη μας
διαφήμιση



Τι θα συμβεί αν...

το post ανέβαινε στο λογαριασμό
του influencer ή έτρεχε σαν dark post



Τι θα συμβεί αν...

χρησιμοποιούσαμε το ίδιο υλικό σε
Instagram και Tik Tok



Θα έχουμε μεγαλύτερο sales lift στους
συνδρομητές μας ή στους non users της
πλατφόρμας



Στη μάχη για το
Τηλεκοντρόλ
προστέθηκε...



Η μάχη των πλατφορμών



INFLUENCER CAMPAIGN OVERVIEW



META ALL PLACEMENTS VS REELS ONLY



ALL FACEBOOK



IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

TRUE VIEW

SINGLE PLACEMENT



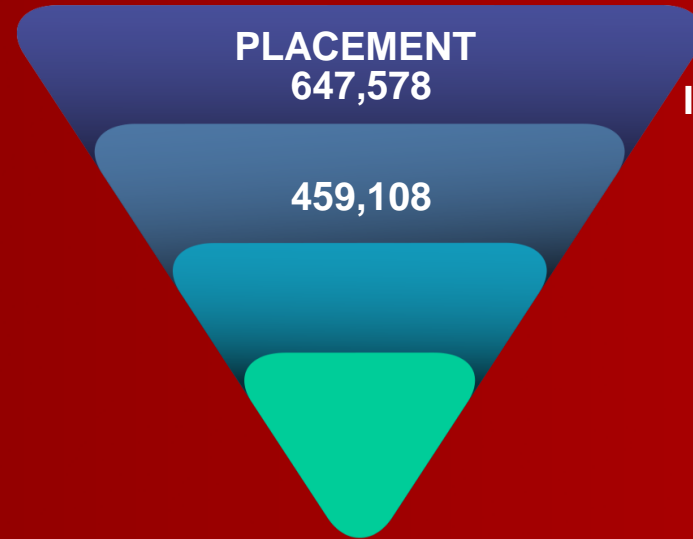
ADVANTAGE+ WIN REEL ONLY PLACEMENT

overall 121% χαμηλότερα CPM vs VF Account

META ALL PLACEMENTS VS REELS ONLY



ALL FACEBOOK



IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

TRUE VIEW

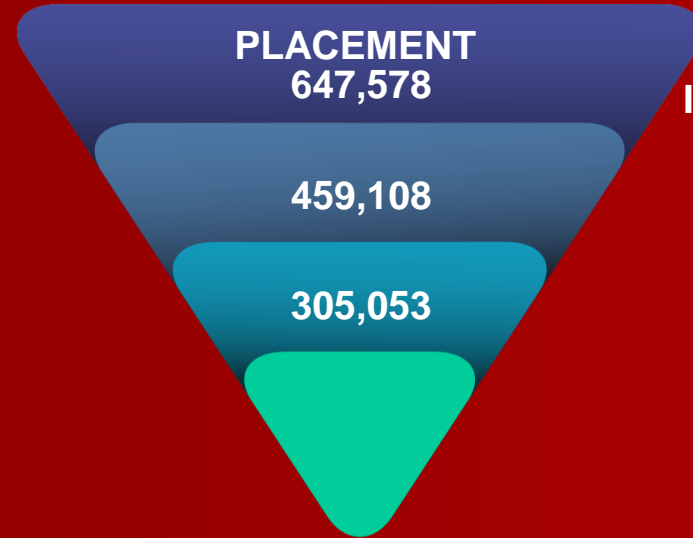
SINGLE PLACEMENT



META ALL PLACEMENTS VS REELS ONLY



ALL FACEBOOK



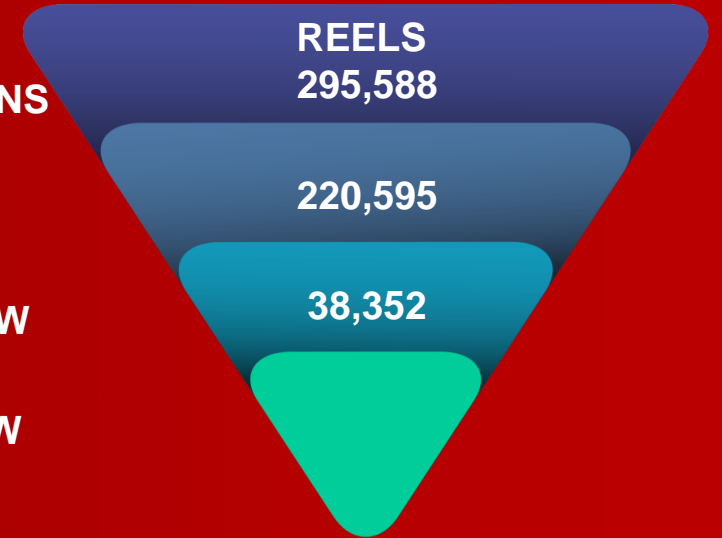
IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

TRUE VIEW

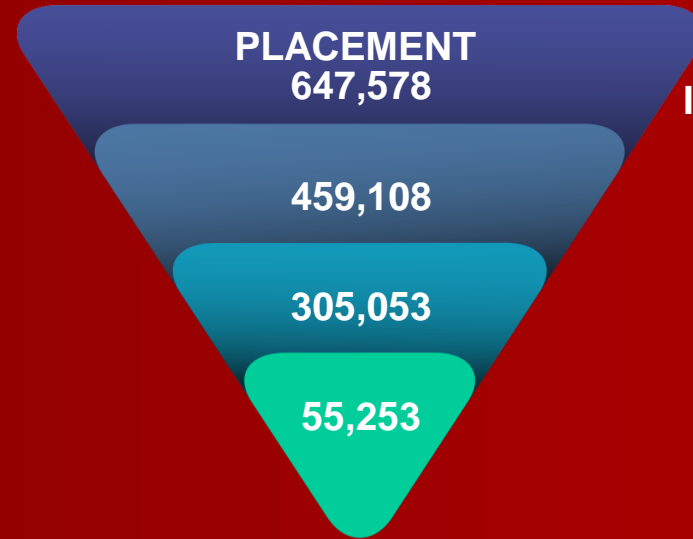
SINGLE PLACEMENT



META ALL PLACEMENTS VS REELS ONLY



ALL FACEBOOK



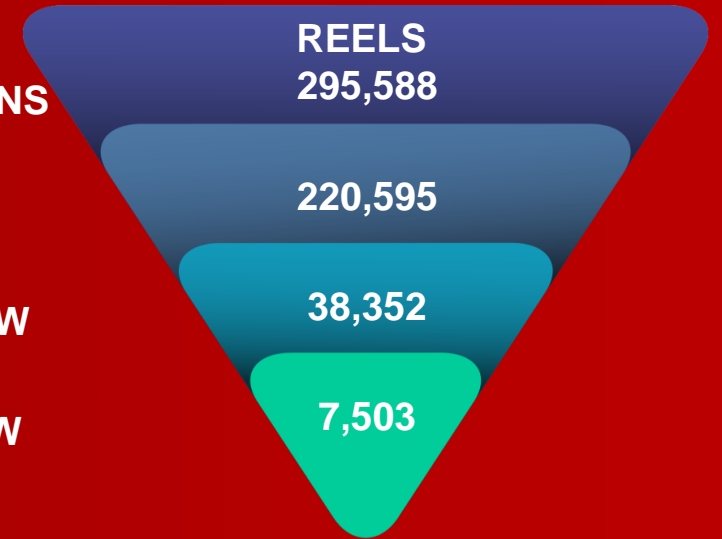
IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

TRUE VIEW

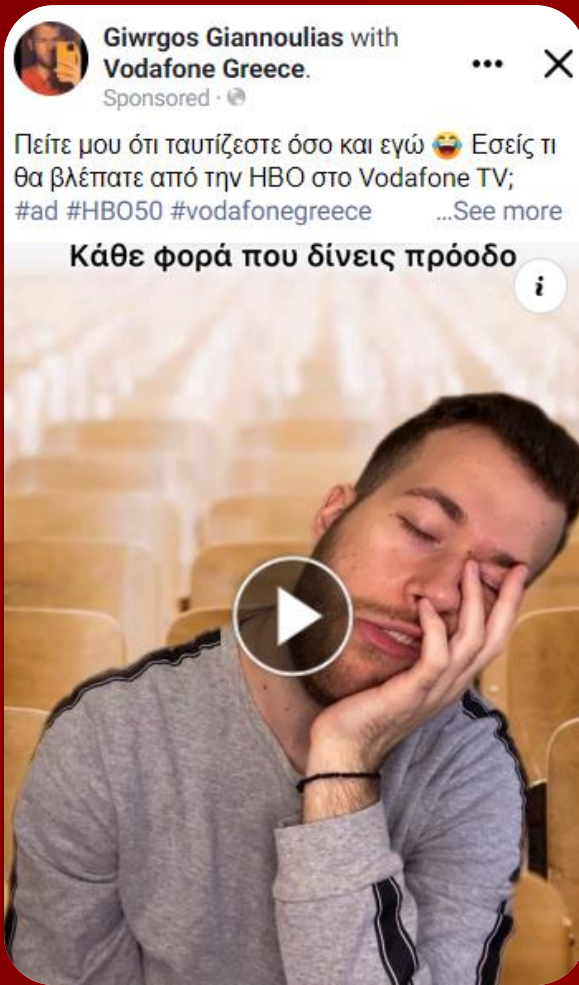
SINGLE PLACEMENT



ADVANTAGE+ WIN REEL ONLY PLACEMENT

overall, 121% χαμηλότερα CPM vs VF Account

TIK TOK vs FACEBOOK



TIK TOK

2,801,790

IMPRESSIONS

REACH

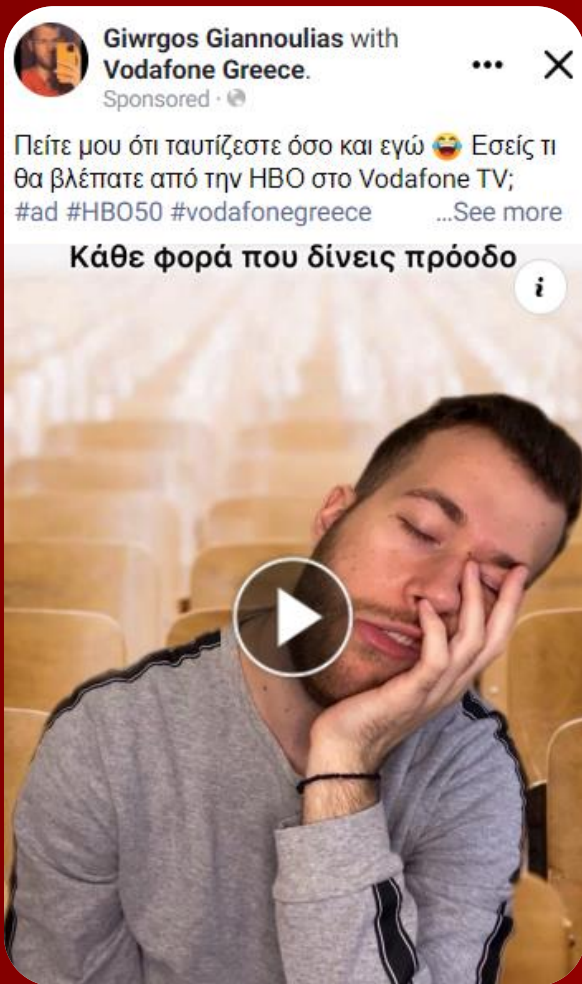
VIDEO VIEW

50% VIDEO VIEW

FACEBOOK

1,282,925

TIK TOK vs FACEBOOK



TIK TOK

2,801,790

1,134,340

IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

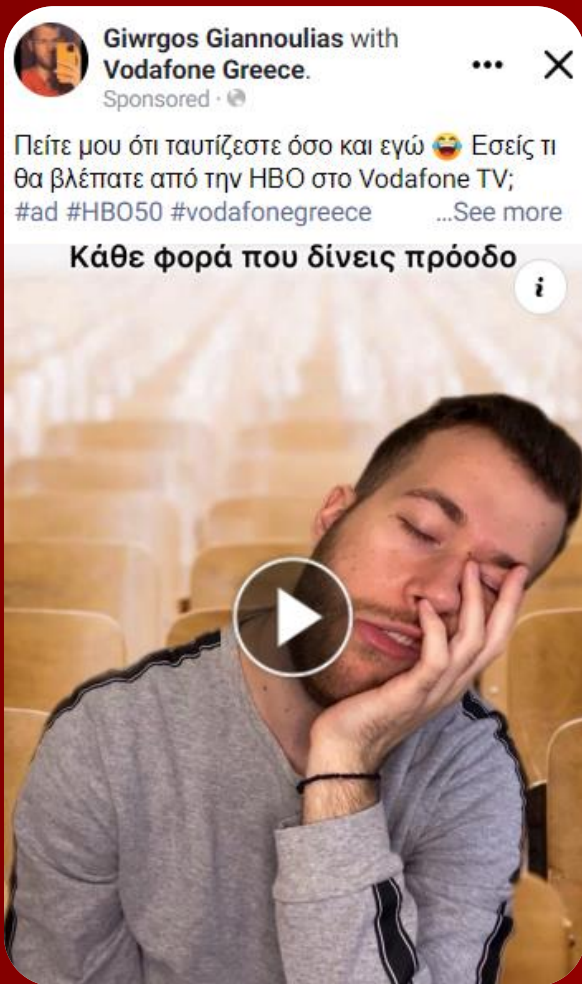
50% VIDEO VIEW

FACEBOOK

1,282,925

545,797

TIK TOK vs FACEBOOK



TIK TOK

2,801,790

1,134,340

2,344,979

IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

50% VIDEO VIEW

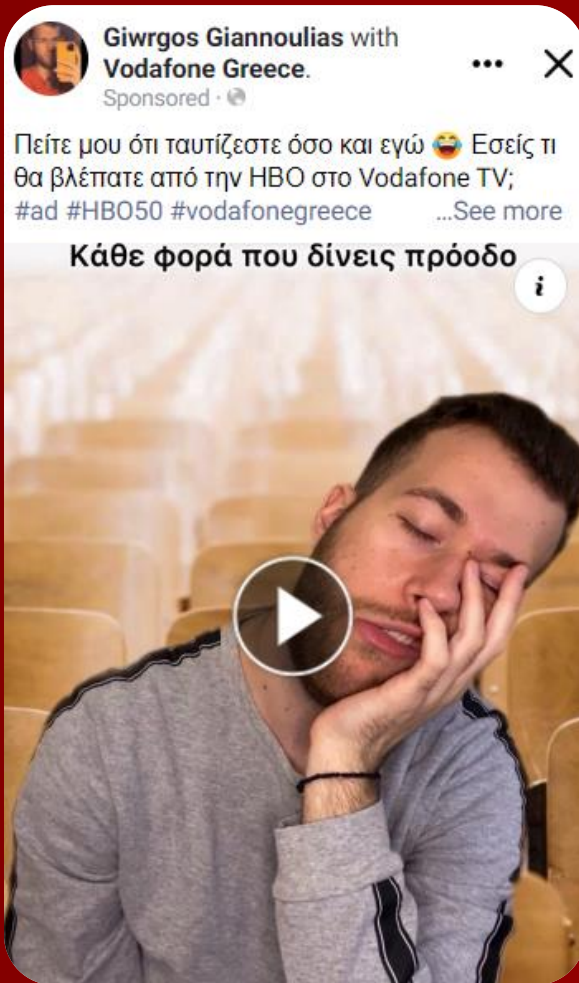
FACEBOOK

1,282,925

545,797

1,344,979

TIK TOK vs FACEBOOK



TIK TOK

2,801,790

1,134,340

2,344,979

18.033

IMPRESSIONS

REACH

VIDEO VIEW

50% VIDEO VIEW

FACEBOOK

1,282,925

545,797

1,344,979

93,872



Δεν είδαμε αξιοσημείωτη διαφορά για το υλικό που έτρεχε παράλληλα στο λογαριασμό του influencer ή ως dark post

Το tailor-made υλικό ανά κανάλι (Instagram & Tik Tok) όπως ήταν αναμενόμενο, έφερε καλύτερα αποτελέσματα

Η META είχε διπλάσιο video completion rate vs Tik Tok Platform

Όσο περισσότερα placement και mobile first υλικά χρησιμοποιούμε τόσο καλύτερα αποτελέσματα έχουμε από άποψη

κόστους



SCIENTIST!



MARKETEERS!



MARKETEERS!









EXPECTATION





VS



EXPECTATION





VS



EXPECTATION

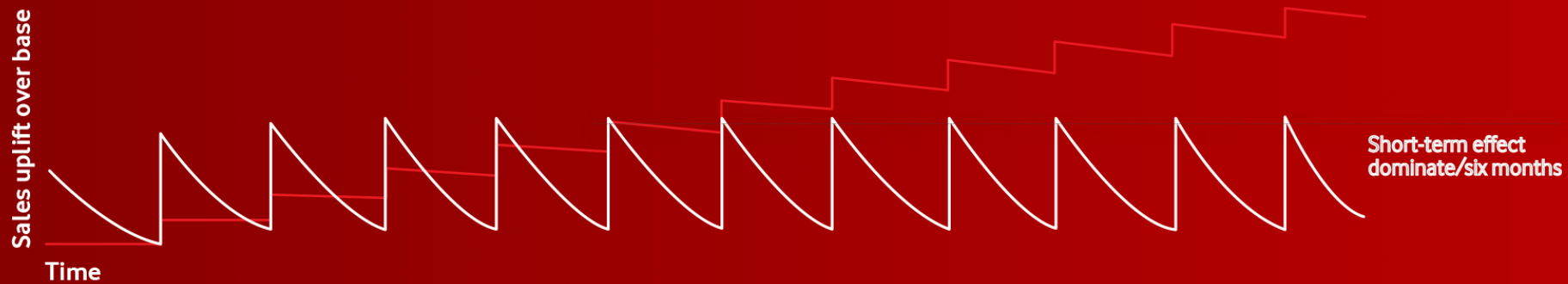
BUDGET



The background is a vibrant red gradient with several floating emojis. These include yellow smiley faces with sunglasses, hearts, and open mouths, as well as red hearts with white outlines. The text is centered in white, with key phrases highlighted in red boxes.

It's one thing to be tactical and
react to calendar moments.
But the real value is
to have **ongoing strategy.**

BRAND BUILDING AND SALES ACTIVATION



Source: Binet and Field 2013 / IPA Effectiveness in Context, A manual for brand building (October 2019)

 Sales activation/short-term sales uplift  Brand building/long-term sales growth

Defining Vodafone's Investment 'Sweet Spot' against Brand and Performance

As Vodafone continues along its digital transformation journey, understanding how our current media performance is delivering against key metrics and growth drivers, and how any shifts in investment levels between Brand and Performance impact short- and long-term revenues gains, was a critical input in developing the effectiveness framework.



DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION



**IMAGE
VARIATION**



DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION



IMAGE
VARIATION

BODY COPY
VARIANTS



DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION

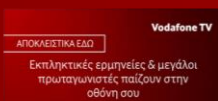


IMAGE
VARIATION

BODY COPY
VARIANTS

HEADLINE
VARIANTS



DYNAMIC CREATIVE OPTIMIZATION



IMAGE
VARIATION

BODY COPY
VARIANTS

HEADLINE
VARIANTS

DYNAMIC CREATIVE
OPTIMIZATION



TIME RELEVANT CONTENT



TIME RELEVANT CONTENT

5x

Monthly
Activations



TIME RELEVANT CONTENT

5x

Monthly
Activations

9x

Higher CTR



TIME RELEVANT CONTENT

5x

Monthly
Activations

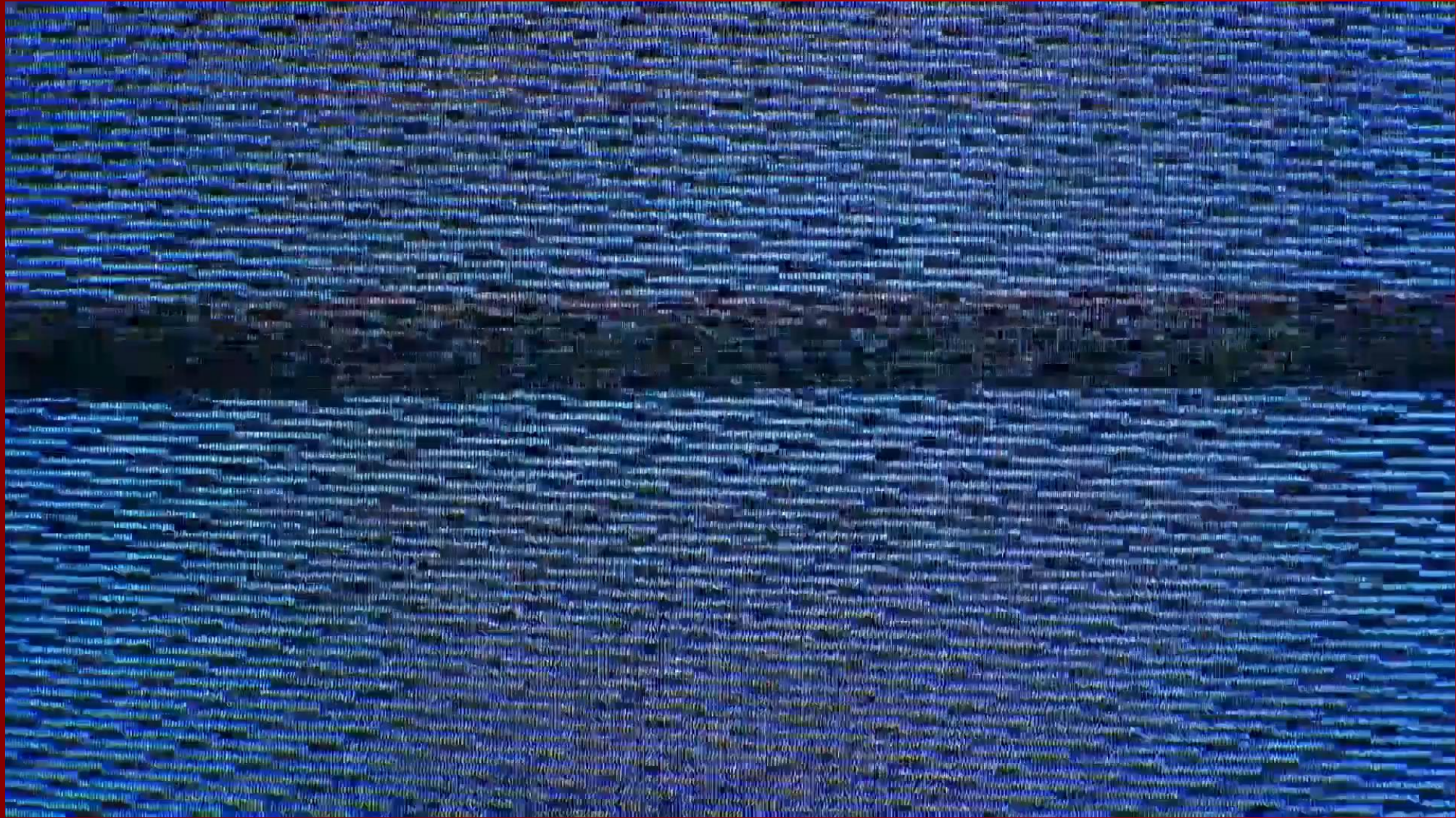
9x

Higher CTR

-35%

Lower CPM

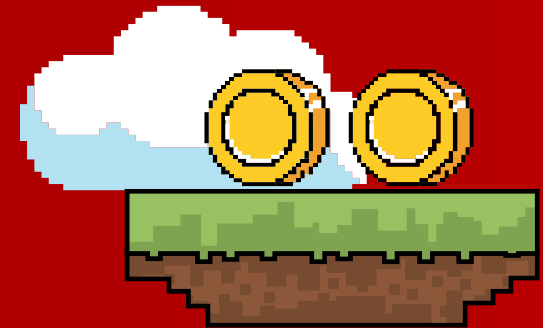








kahoot.it





kahoot.it

