



INKREMENTALITA V PRAXI

Kde ju hľadáme a kde sme ju nečakane našli

Oosterscheldekering





NK Tegenwindfietsen



ZLEPŠUJEME SA POMALŠIE AKO SA SITUÁCIA ZHORŠUJE



1. Komoditizácia produktu
2. Čínske marketplaces
3. Dlh

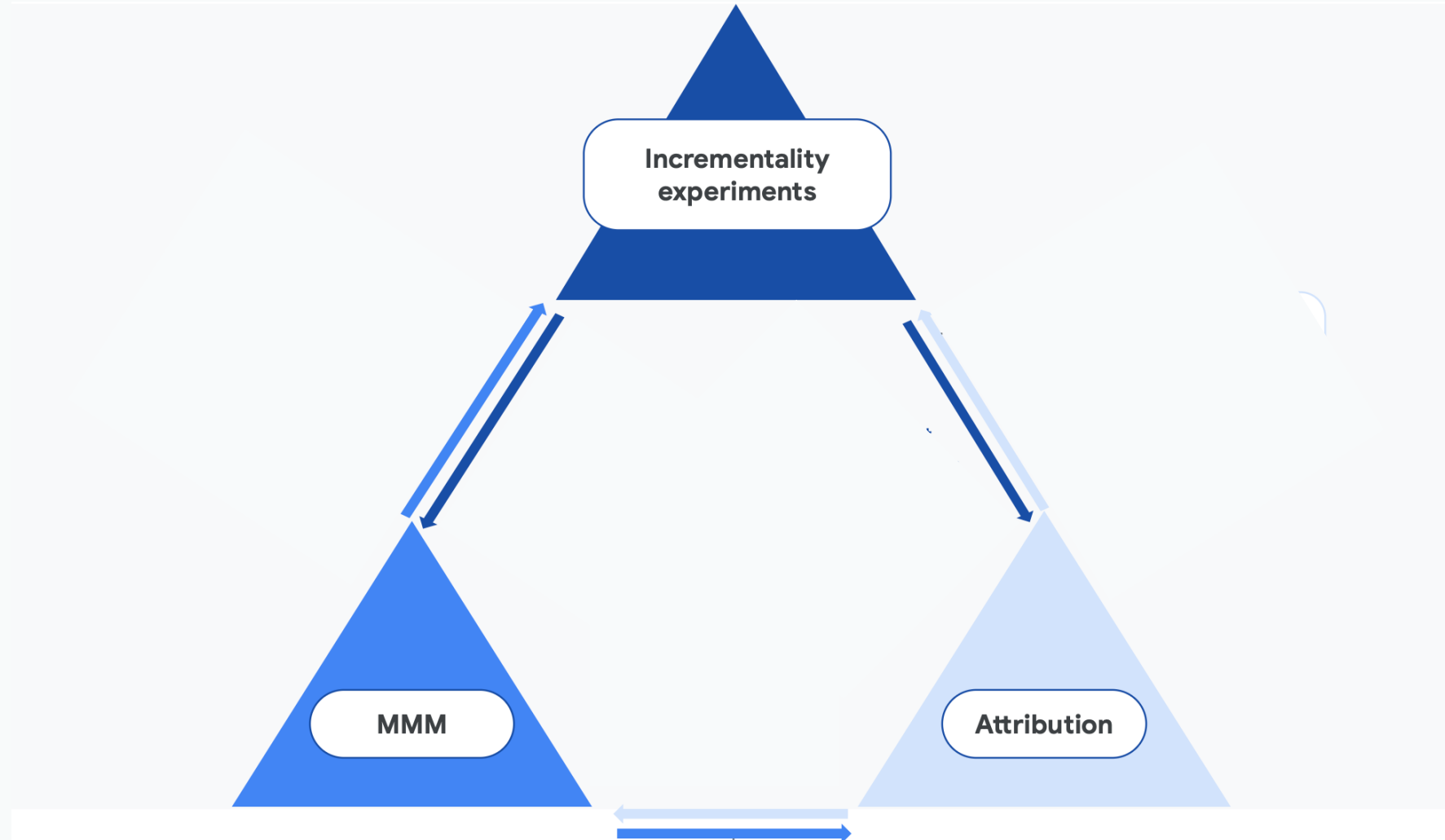


¡Dedoles

KAM A KOL'KO INVESTOVAŤ...

...tak aby to nebol 🍌 (zas)

TRIANGULÁCIA





INKREMENTALITA

Čo je toto za ďalší buzzword?





A) GEO LIFT

1. Vyber správne región
2. Urob v ňom 1 dostatočnú zmenu
3. Po danom čase porovnaj výsledky so zvyškom krajiny



1. YOUTUBE

- **CZ**
 - Testovací región: south moravian region + usti nad labem region
 - Kontrolný región: všetky ostatné
- **HU**
 - Testovací región : bacs_kiskun, borsod_abauj_zemplen, jasz_nagykun_szolnok, pest county
 - Kontrolný región : všetky ostatné - Budapešť

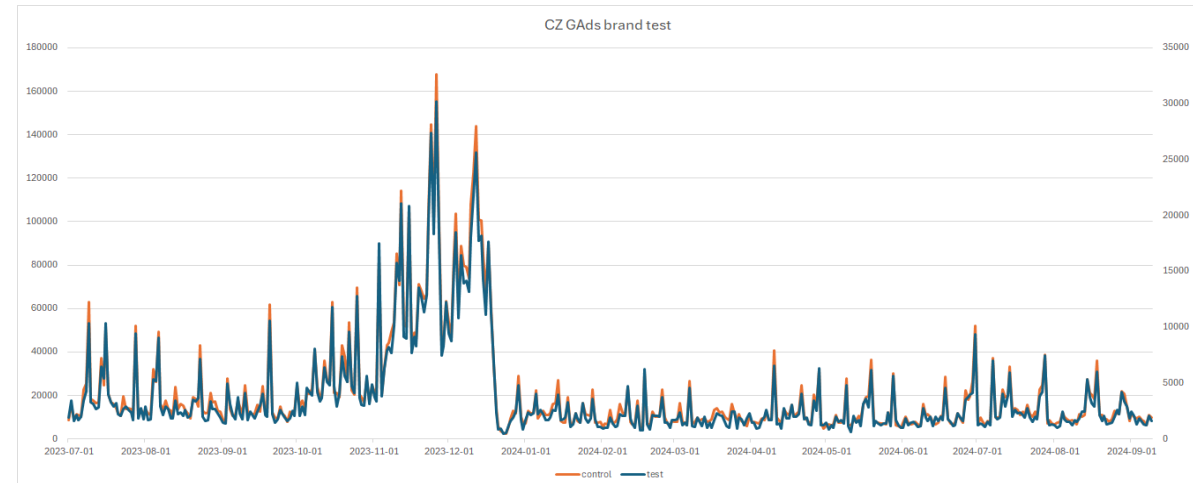
Country	CZ	HU
Start	25.4.	25.4.
End	30.5.	29.5.
Cost	€3,482	€4,275
Revenue uplift	€4,887	€4,636
Significance	ok	ok
Immediate ROI	1.4	1.1
ROI incl carryover	2.0	1.6
Long-term ROI (18–24M)	3.5–4.0	2.9–3.4



2. BRAND SEARCH

€Dedoles

- CZ:
 - 1.8. – 31.8. vypnuté v South Moravian region
 - Žiaden vplyv na revenue
 - Ročná úspora: 50 000€
- DE:
 - 1.8. – 9.9. vypnuté v Hessen + Badden Wurtemberg
 - Žiaden vplyv na revenue
 - Ročná úspora: 30 000€





3. BILLBOARDY



- České Budejovice
- 17x billboard
- 4 868 €
- -4,2% obrat
- 64% signifikancia



```
GeoLift Output
Test results for 61 treatment periods, from time-stamp 304 to 364 for test markets:
1 SOUTH BOHEMIAN REGION
#####
#### Test Statistics ####
#####

Percent Lift: -4.2%

Incremental Y: -6465

Average Estimated Treatment Effect (ATT): -105.991

The results are not statistically significant. (ONE-SIDED POSITIVE LIFT TEST)

There is a 64.4% chance of observing an effect this large or larger assuming treatment effect is zero.
```



B) CAUSAL IMPACT 🧐

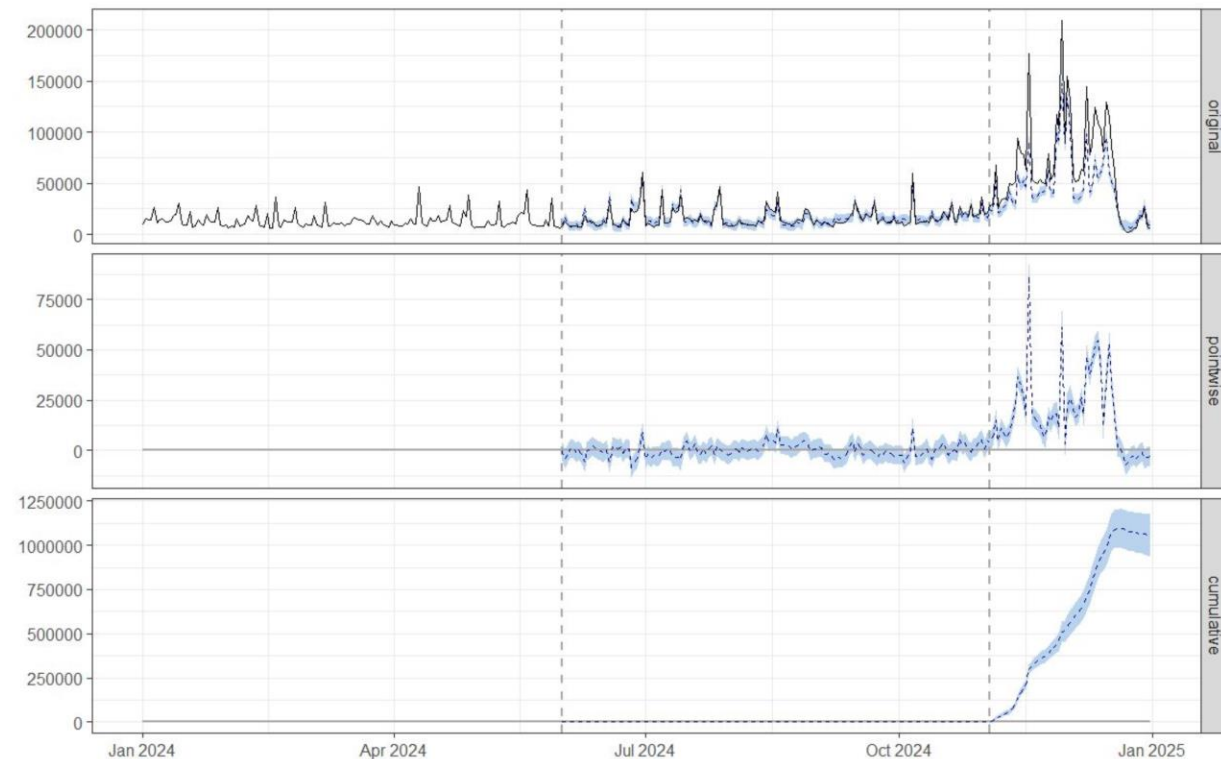
1. Zmeň niečo dostatočne výrazne (kampaň, kanál I/O, budget +XY%,...)
2. Vyber metriku, ktorá by zmenou nemala byť ovplyvnená
3. Porovná sa predikovaný výsledok vs. realita



1. VIANOČNÁ KAMPAŇ



- Budget: 349 930 EUR
 - TV sponzorák, Rádio, YouTube, lokálne video
- Est. ROI: 2.4-2.7
- Prediktor: všetky ostatné krajiny okrem AT a SK (kde prebiehali významné Xmas aktivity)

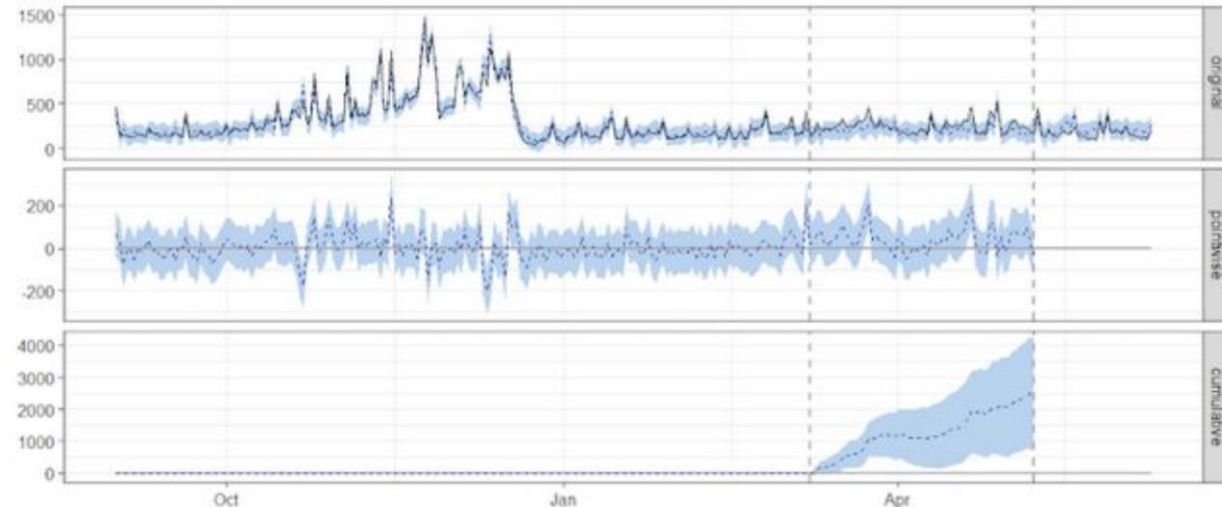




2. INFLUENCERS



- **Skúmané obdobie 9.3.2024 – 8.5.2024:**
- Náklady: 65 tis. EUR
- Tržby priradené voucherom: 56 tis. EUR
- Nárast tržieb podľa inkrementality: 81 tis. EUR
- Okamžité ROI: 1,25 (vs 0,9)
- Dlhodobý odhad ROI: 3,1 – 3,8

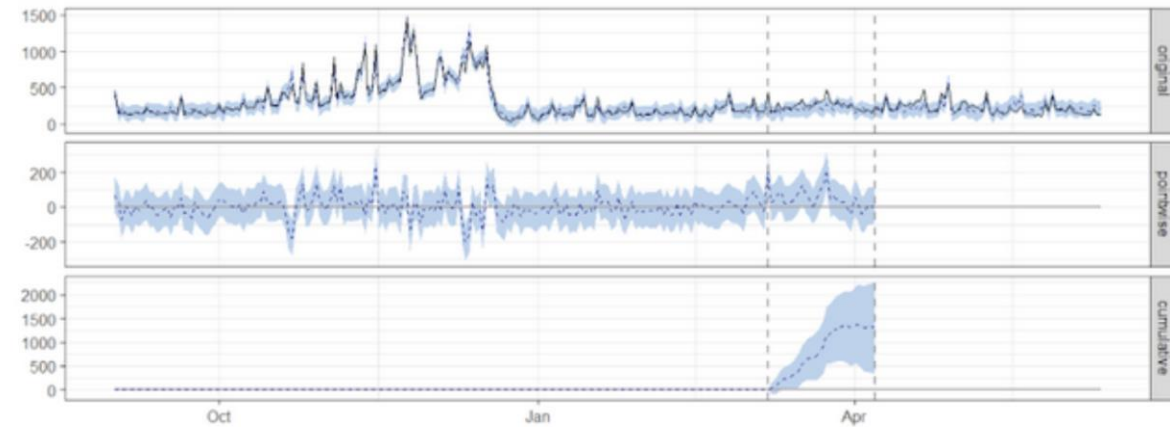
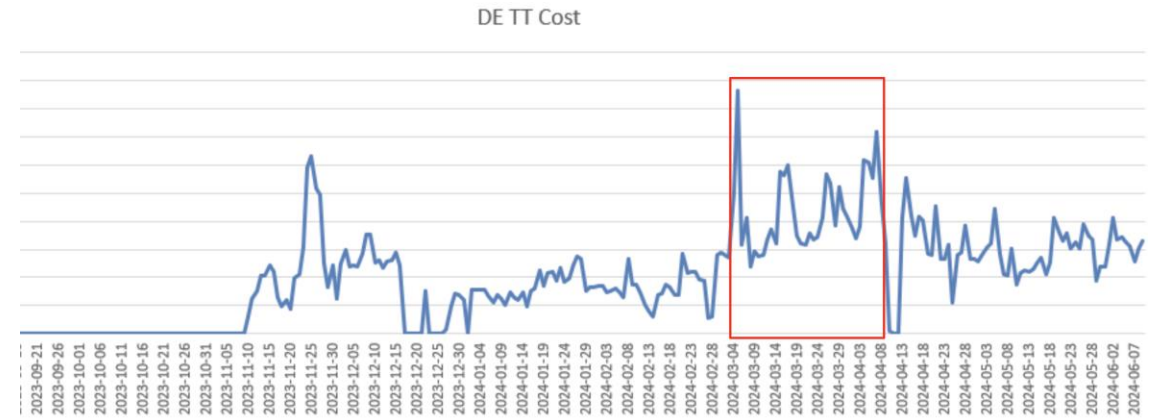




3. TIKTOK



- Budget: “ups, ušiel mi spend”
- Est. ROI: 2-2.1
- Prediktor: AT, CZ, NL, BE, FR





**ODVAHA NIE JE DAR
TREBA JU VYŠLAPAŤ.**



- Triangulácia
- Inkrementalita
- Causal Impact + Geo Lift
- Ale proti vetru?





L'UBOŠ L'ANKÝ

¡Dedoles