

Nowy gracz na rynku - łatwiejszy dostęp do Google Marketing Platform.

Na rynek digital marketingu wchodzi Full Stack Experts, który kompleksowo obsługuje technologię Google Marketing Platform (GMP). Nowa spółka ma już pierwszych klientów w Polsce ale i m.in. z Australii i Wielkiej Brytanii.

Full Stack Experts posiada status Google Marketing Platform Sales Partner. Zajmuje się całościową obsługą GMP - poczynając od udostępniania licencji, poprzez wdrożenia narzędzi w organizacji, szkolenia użytkowników technologii, kończąc na wsparciu technicznym i eksperckim.

GMP to platforma do zarządzania komunikacją marketingową z klientami w Internecie. Pozwala na planowanie i realizację kampanii reklamowych w wielu kanałach komunikacji jednocześnie, a dzięki rozbudowanej analityce umożliwia zespołom marketingowym dbanie o efektywność działań.

By móc korzystać z narzędzi GMP, firmy i agencje reklamowe muszą zakupić licencję. Do tej pory, na rynku Europy Środkowo – Wschodniej działały cztery podmioty posiadające uprawnienia udostępniania licencji – teraz dołącza do nich Full Stack Experts. Celem spółki jest więc poprawa wyników partnerów w marketingu online, ale też ułatwienie dostępu do GMP firmom i agencjom marketingu internetowego.

Nazwa Full Stack Experts oddaje filozofię działania zespołu - całościowe, kompleksowe podejście, w którym partnerom oferowane jest portfolio narzędzi GMP oraz szeroki wachlarz usług. Oprócz tego, że spółka oferuje licencje na technologię, to także pomaga ją wdrażać. Prowadzi konsultacje, szkolenia, buduje kompetencje zespołów partnerów w zakresie korzystania z GMP.

Klientami Full Stack Experts zostają więc podmioty, które chcą kupić licencję, ale także te, które już ją mają, ale chcą skuteczniej biznesowo z niej korzystać.

Oferta Full Stack Experts szybko znalazła uznanie pierwszych klientów - doświadczeni konsultanci pracują już z klientami z Polski i całego świata, m.in. z Australii czy Wielkiej Brytanii.

GMP to zbiór narzędzi. W zarządzaniu i optymalizowaniu kampanii reklamowych pomaga Display & Video 360, Search Ads 360, Campaign Manager oraz Studio. Do analizy danych o klientach służą: Analytics 360, Optimize 360, Tag Manager 360 i Data Studio. Platforma zapewnia możliwość gromadzenia danych oraz przesyłania ich między narzędziami - to z kolei pozwala na wykorzystanie całej bazy przy różnych działaniach marketingowych oraz ujednoczenie mierzenia wyników. W efekcie, zdecydowanie łatwiej towarzyszyć konsumentom w ich customer journey, czyli ścieżce klienta. Możliwe jest też określenie atrybucji, czyli wagi różnych kanałów w procesie sprzedaży produktów oraz ich wpływu na decyzje klientów.

W 2019 roku rynek reklamy online w Europie zanotował wzrost o 12,3 proc. (r/r, dane AdEx Benchmark IAB). Jednym z motorów napędowych w branży jest stosowanie zaawansowanych technologii z obszaru martech. GMP pozwala korzystać z najnowszych rozwiązań, wpływając na skuteczność digital marketingu. Mając dostęp do wielu danych i analizując je, możemy lepiej przewidywać potrzeby klientów, optymalizować obsługę, personalizować usługi i tworzyć bardziej trafne kampanie reklamowe. 