



Полезные проекты на RPD и других данных

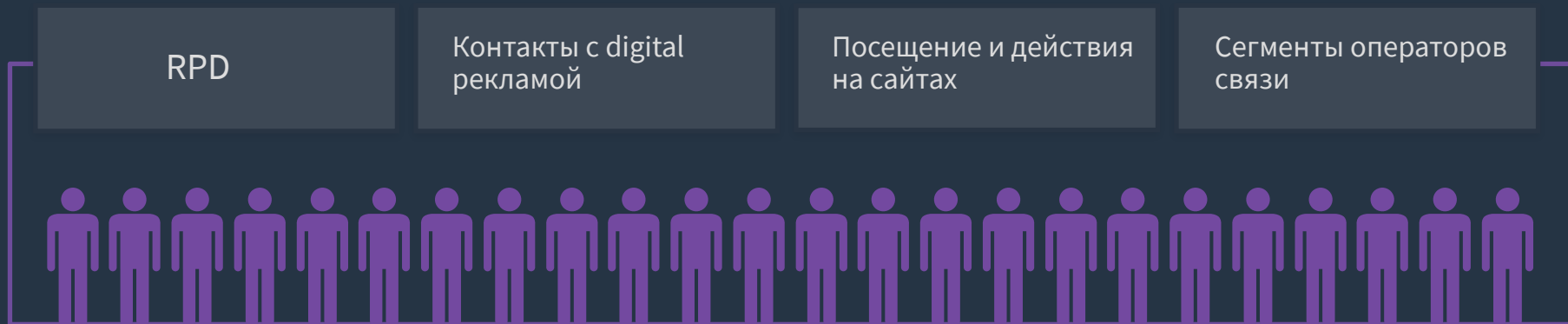
Андрей Бояринов

#MEDIASCOPECONF



Система сбора данных на уровне операторов связи

Совместно с телеком-партнерами выстроена технология объединения на уровне абонентов данных из различных источников



RPD (Return Path Data) – сбор данных непосредственно с окончного клиентского оборудования через сеть операторов связи

Система сбора данных на уровне операторов связи

Ключевой
партнер:

 Platforma



За 8 лет MediaHills выстроил партнерские отношения со многими операторами связи, сети которых охватывают практически всю страну

250+

операторов связи

83

региона РФ

9,2 млн

абонентов

Схема сбора RPD данных ▼

При нажатии кнопки на ТВ-пульте сигнал передается оператору связи



Сети операторов связи

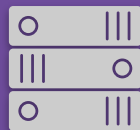
Сбор данных о телезрителях (RPD)

Данные о каждом нажатии на ТВ -пульте

Системы планирования, аналитики



Серверы MediaHills обрабатывают и структурируют данные для дальнейшего использования



Объединение TV и digital данных ▼



Поддержка размещения ▶▶▶



Преобразование абонентов в зрителей

На рынке присутствует огромное количество данных о просмотрах абонентов операторов связи / пользователей различных платформ. На этих данных сложно таргетироваться поскольку они представляют устройства, кроме того за одним экраном присутствует неопределенное количество человек.

MediaHills разработал решение позволяющее в реальном времени обрабатывать обезличенные RPD и с помощью нейронной сети восстанавливать соцдем (пол, возраст, уровень дохода) зрителей.

Обучение нейронной сети производится на данных панели Mediascope.



Использование дополнительных атрибутов при планировании РК

Разработано решение, которое позволяет ПО агентства в автоматическом режиме получать дополнительные данные для планирования РК

- ▶ Детализация ЦА с учетом поведенческих характеристик
- ▶ Донастройка медиаплана с использованием big data операторов связи
- ▶ Формирование клиентских сегментов на основе интернет-поведения, покупок и CRM заказчиков

Пользовательские интересы



Реализовано
в партнерстве:

**MEDIA
DIRECTION
GROUP**

Улучшение показателей рекламных кампаний

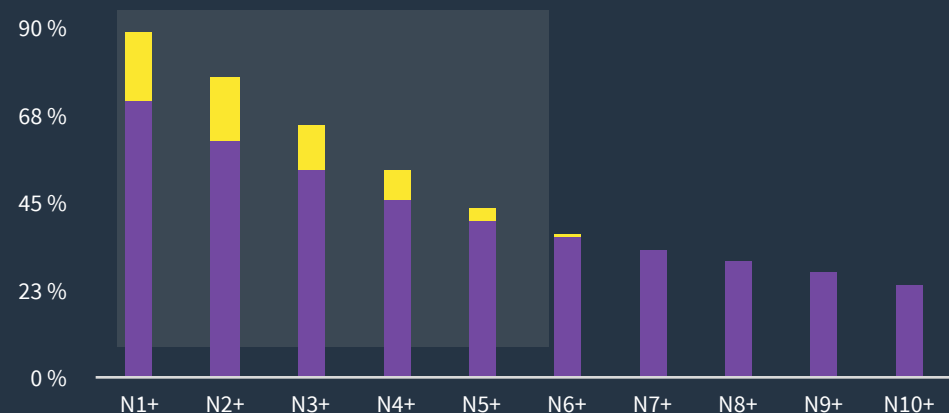
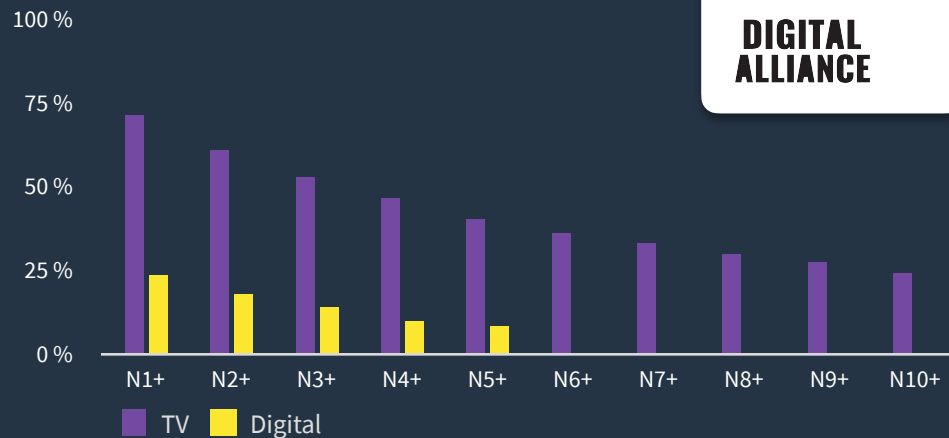
Поставка данных для партнеров, позволяющих таргетировать digital размещение с учетом контактов с рекламой на ТВ. Решение позволяет повышать на целевых частотах показатели ТВ рекламы.

- ▶ Выявление пользователей контактировавших с ТВ рекламой менее целевого уровня
- ▶ Контроль совокупной частоты контактов в реальном времени
- ▶ Планирование digital кампании с учетом прогнозных показателей на ТВ

#MEDIASCOPECONF

Реализовано
в партнерстве:

**DIGITAL
ALLIANCE**



Исследовательские проекты



Оценка эффективности РК

На уровне операторов связи ежедневно производится совмещение интернет панелей и измеряемых абонентов. Интеграция позволяет производить оценку эффективности РК, проводить A/B тесты и бренд лифты с учетом реальных контактов респондентов с рекламой.

Измеряемые
зрители

контакты с ТВ и digital рекламой




Опрос и оценка эффективности РК

Интернет
панели

Целевые группы

Направление развития в 2024

- 
- 1 Автоматизированный доступ к данным (через API) для медиапланирования TV+Digital
 - 2 Подключение к проектам новых операторов связи
 - 3 Запуск проектов с популярными платформами по преобразованию абонентов в зрителей для таргетированного показа видеорекламы

Спасибо!

#MEDIASCOPECONF

