

Мониторинг видеорекламы в интернете

Андрей Молев | DAN Russia

Управляющий директор по операционной деятельности и развитию интернет-бизнесов

Михаил Попонов | Mediascore

Руководитель сектора клиентской поддержки



Мониторинг видеорекламы

2018 год

Национальное ТВ / Региональное ТВ / Спонсорство

OLV

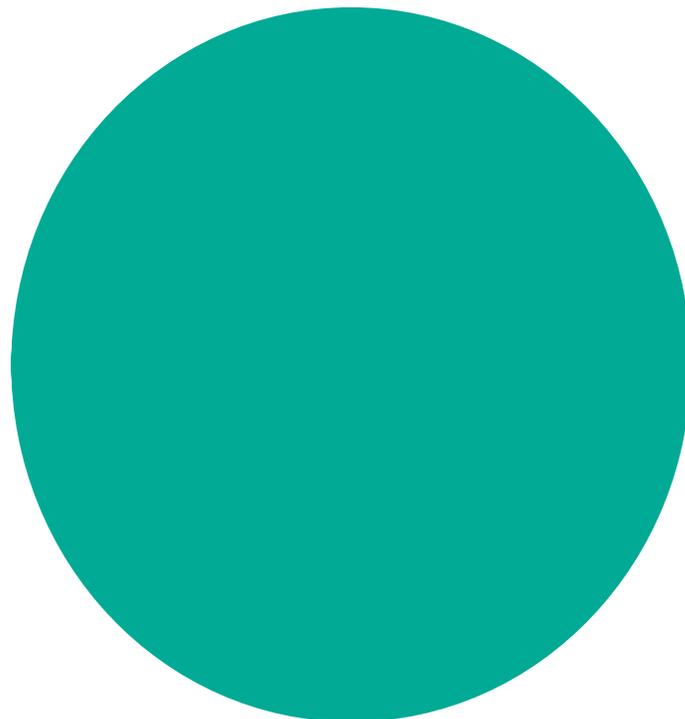
2019 +

Единая шкала для оценки рекламных весов в Интернете и ТВ

От оценочного к фактическому мониторингу OLV

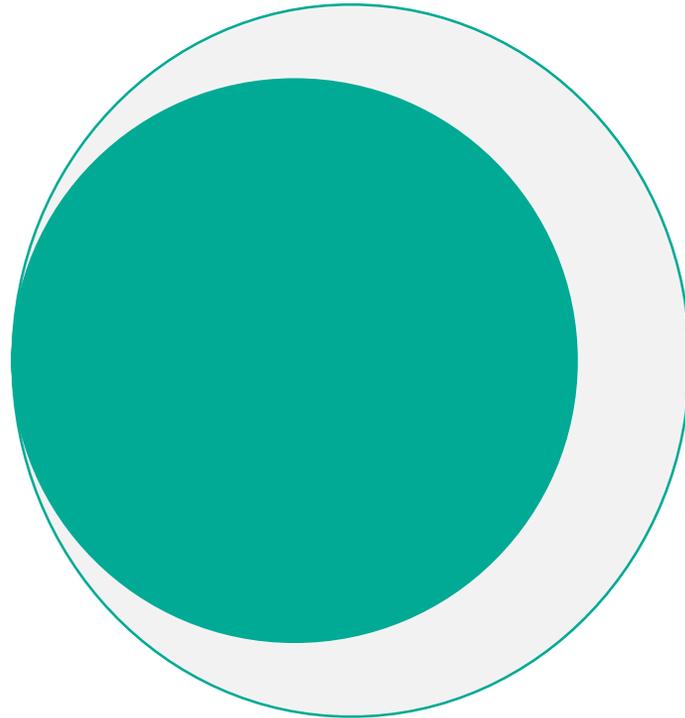
Текущие проблемы мониторинга OLV

Доступно для мониторинга



Текущие проблемы мониторинга OLV

Доступно для мониторинга

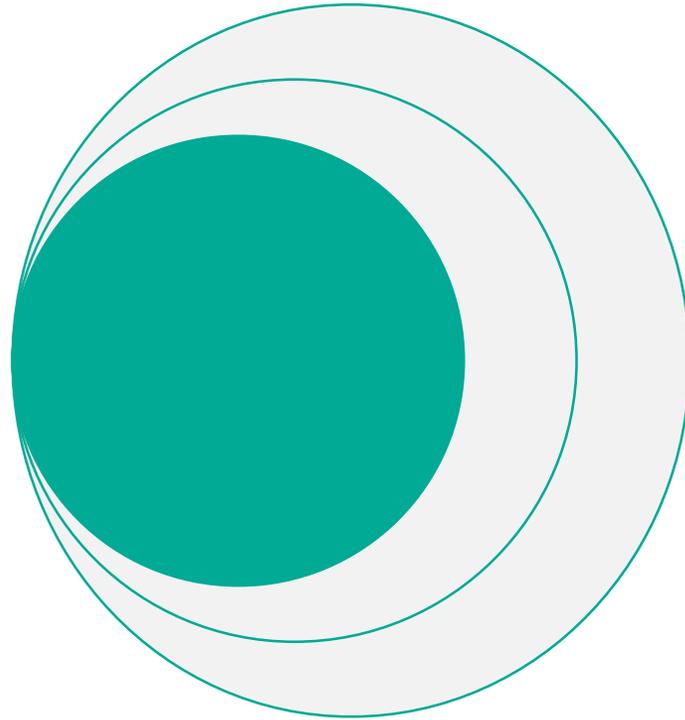


Пока недоступно или доступно с низкой точностью:

- Мобильный инвентарь

Текущие проблемы мониторинга OLV

Доступно для мониторинга

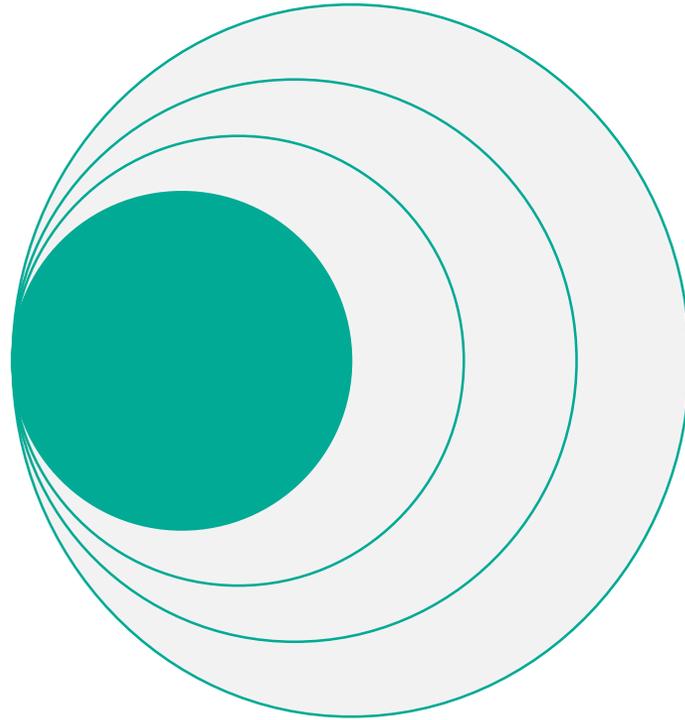


Пока недоступно или доступно с низкой точностью:

- Мобильный инвентарь
- Небольшие сайты

Текущие проблемы мониторинга OLV

Доступно для мониторинга

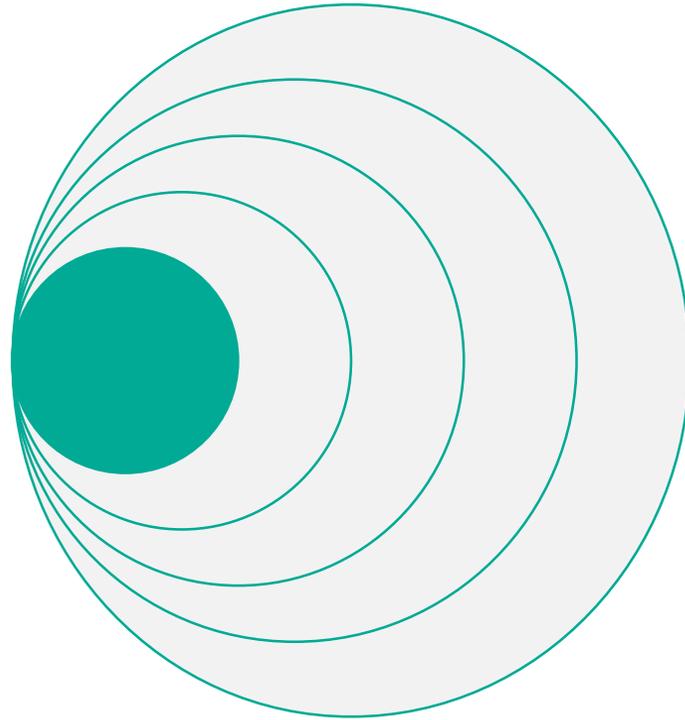


Пока недоступно или доступно с низкой точностью:

- Мобильный инвентарь
- Небольшие сайты
- Узкие аудитории

Текущие проблемы мониторинга OLV

Доступно для мониторинга



Пока недоступно или доступно с низкой точностью:

- Мобильный инвентарь
- Небольшие сайты
- Узкие аудитории
- Сложная география

Рабочая группа под эгидой **RU SBREND**

АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



Рекламодатели



Агентства



Селлеры



Измеритель

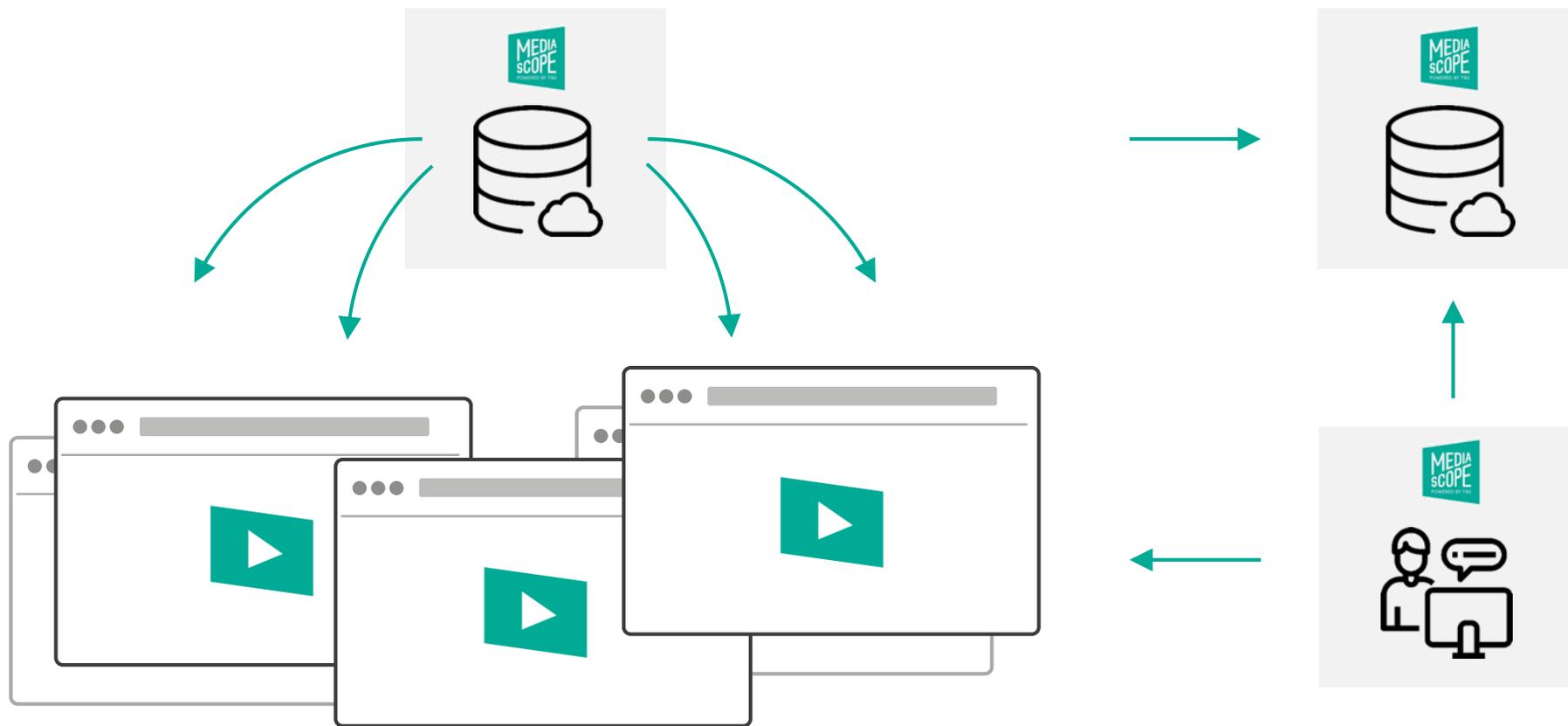


Новый подход
к мониторингу
OLV размещений

Текущая схема мониторинга

Ограничения мониторинга OLV
(пока не доступно или доступно с низкой точностью)

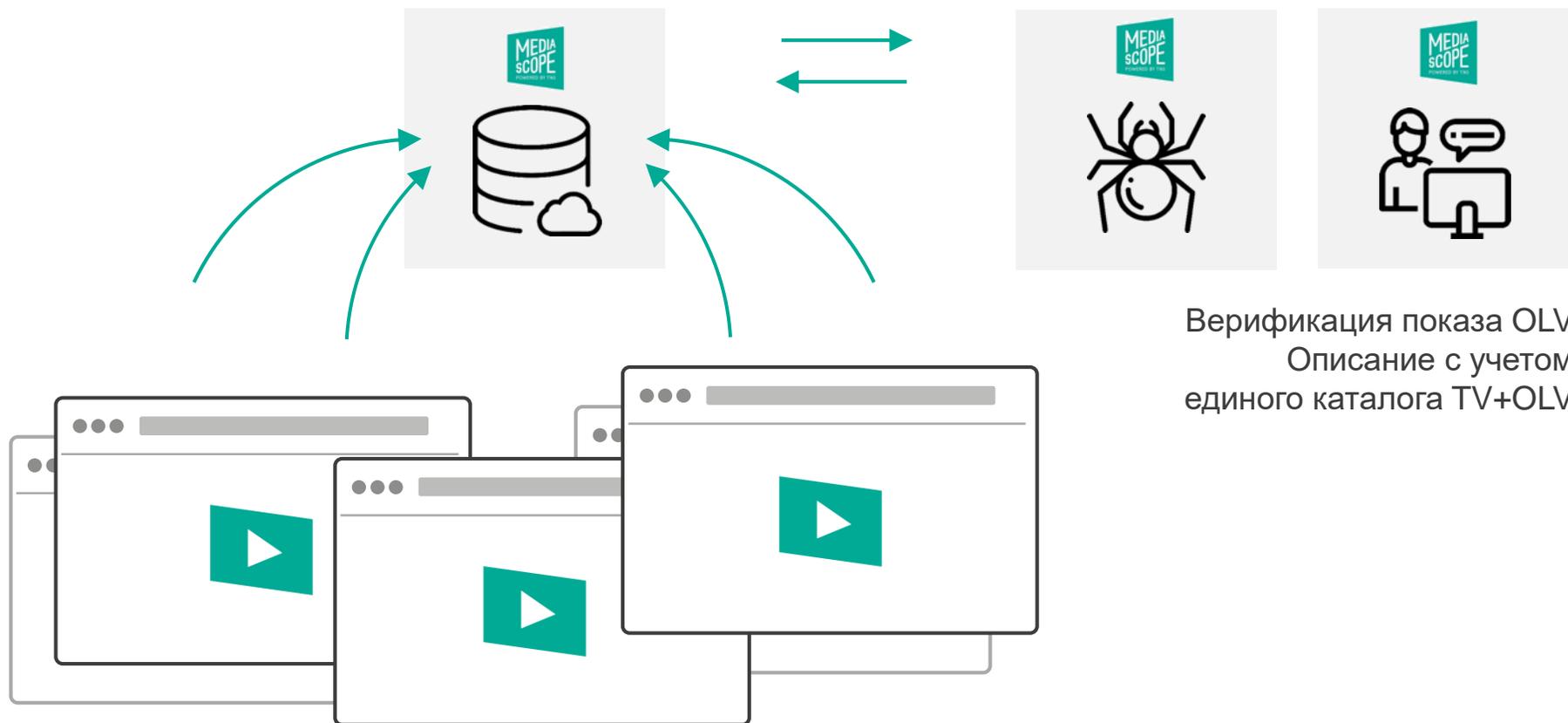
- ✗ Мобильный инвентарь
- ✗ Узкие аудитории
- ✗ Сложные географии
- ✗ Небольшие сайты



Трансформация подхода

Данные о фактическом количестве показов рекламы

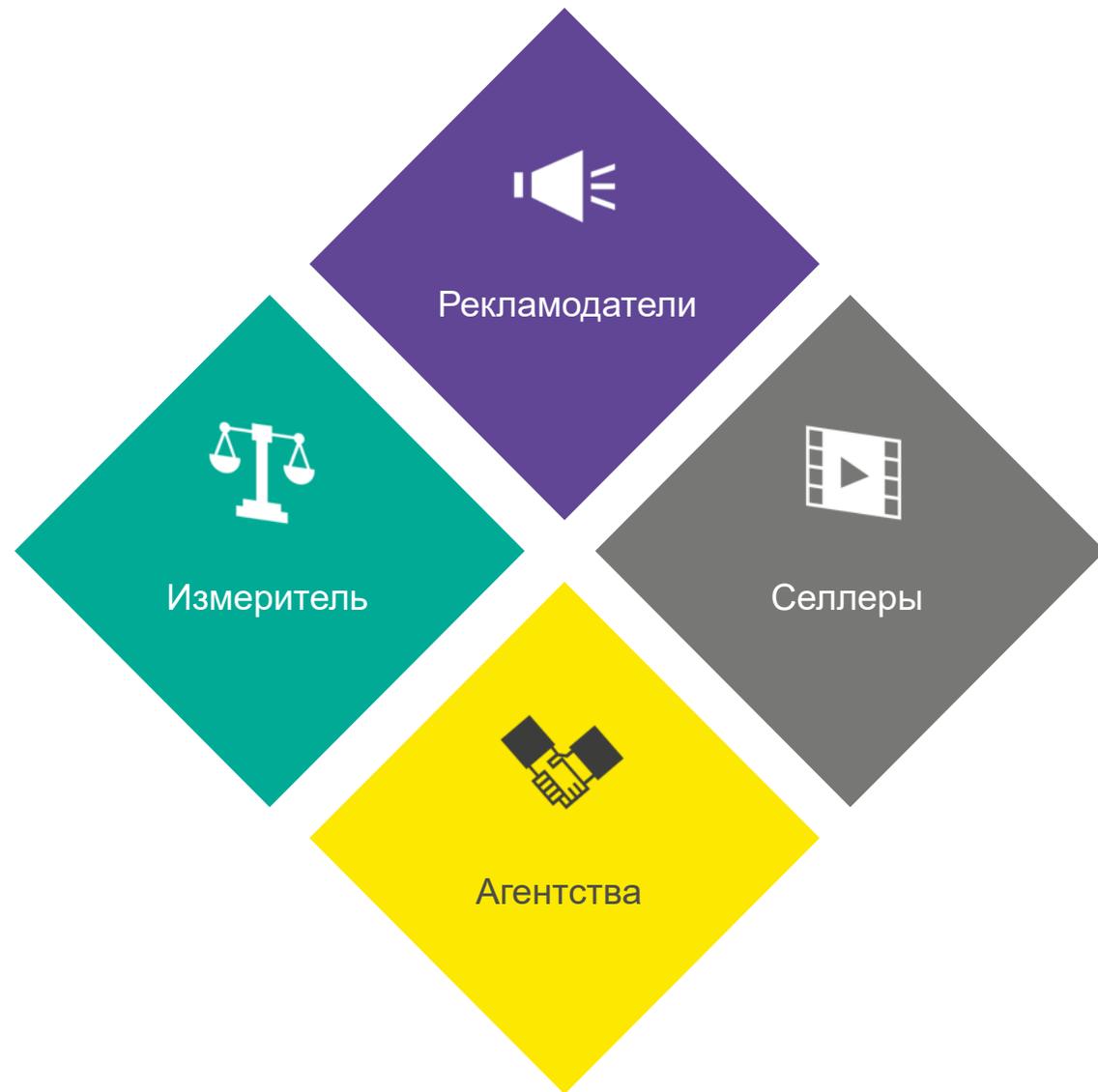
- ✓ Мобильный инвентарь
- ✓ Узкие аудитории
- ✓ Сложные географии
- ✓ Небольшие сайты



Верификация показа OLV
Описание с учетом
единого каталога TV+OLV

Необходимо взаимодействие всех участников рынка

- Желание сделать рынок прозрачным 😊
- Готовность сделать рынок прозрачным 😊
- Автоматическая установка пикселя на каждую кампанию
- Систематическая передача креативов в Mediascope
- Пропаганда сплошного измерения рекламы
- Доступ к данным по размещениям на Youtube
- Единый принцип формирования каталогов для всех медиа
- Верификация получаемых данных по показам
- Обогащение данных охватом и соцдемом
- Интеграция в единую поставку мониторинга





Данные
фактического
мониторинга

Общее количество показов

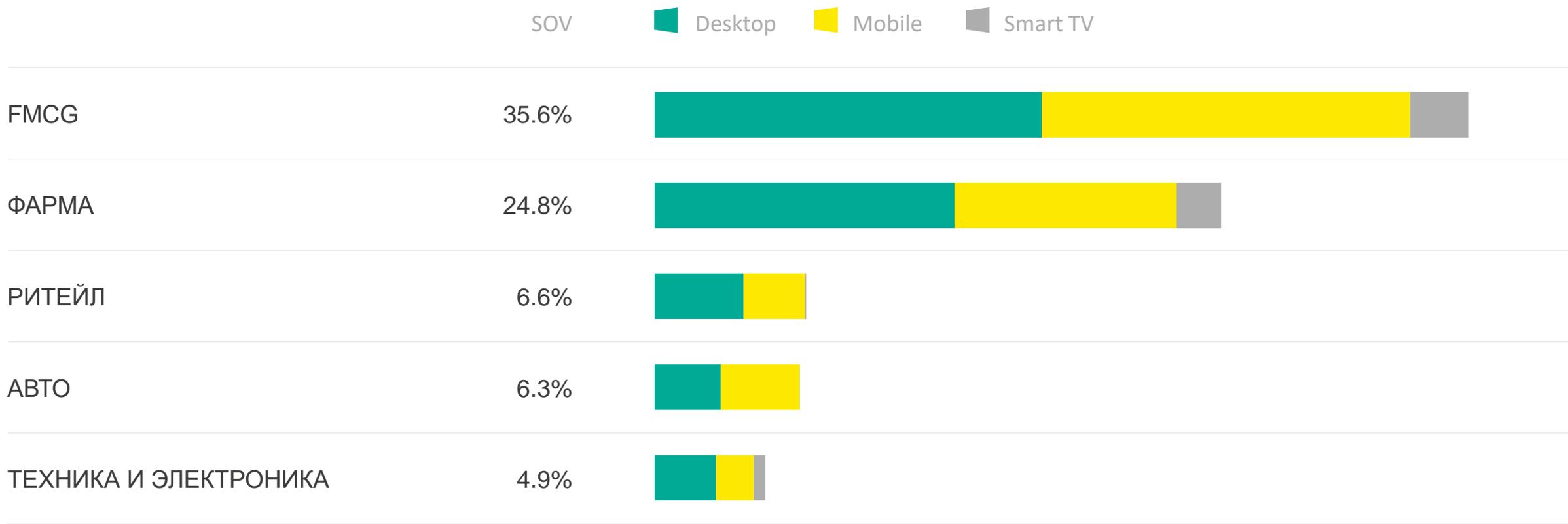
2.5 млрд показов

за две недели

	Desktop	55.0%
	Mobile	41.6%
	Smart TV	3.1%

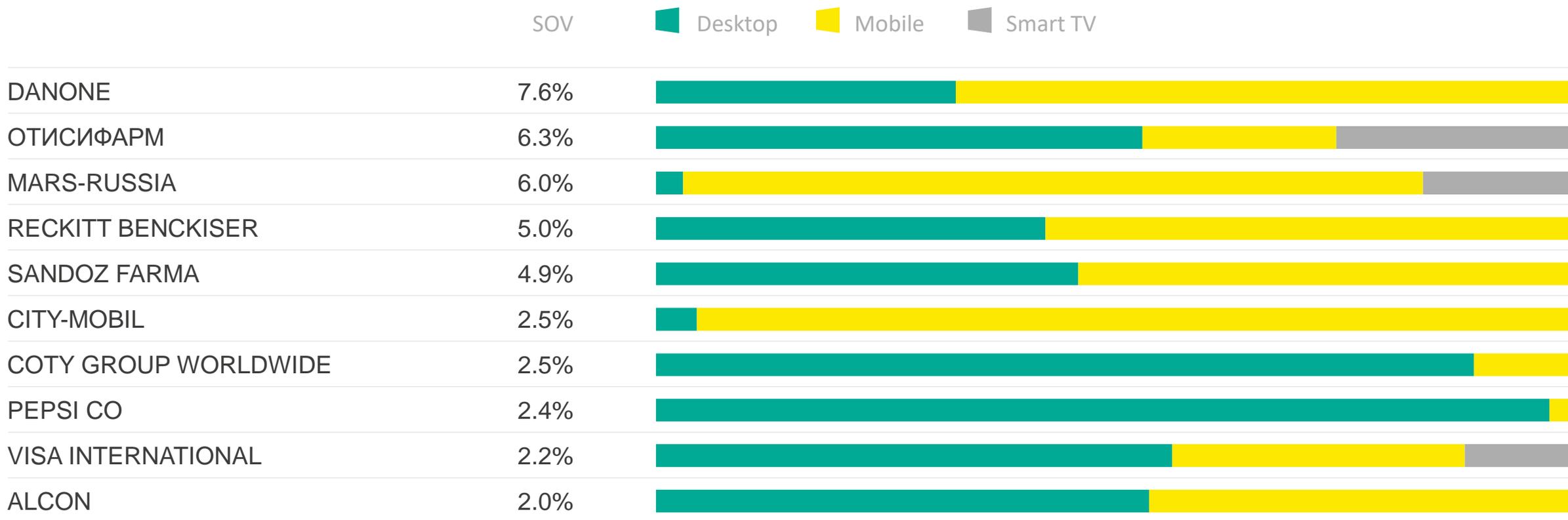


Топ товарных категорий



Данные счетчика Mediascope | видеореклама (InStream) | размещения Mail.Ru Group, IMHO | период: 11.03.2019-24.03.2019

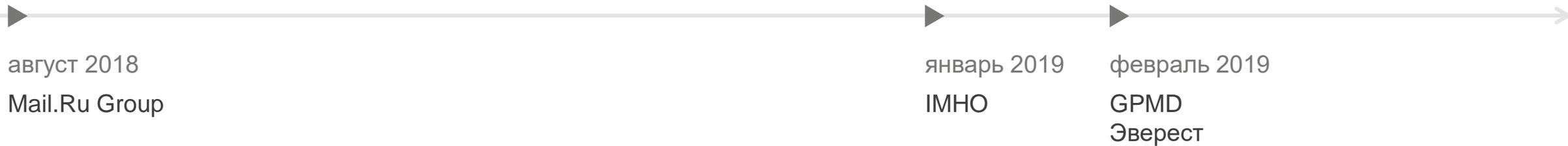
Топ рекламодателей



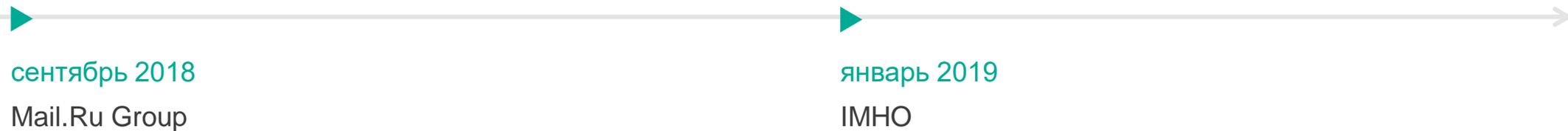
Данные счетчика Mediascope | видеореклама (InStream) | размещения Mail.Ru Group, IMHO | период: 11.03.2019-24.03.2019

Развитие проекта

Установка счетчиков



Старт описания креативов



спасибо!