



## Мониторинг и оценка медийной интернет-рекламы



<http://adverttrack.net>

# Интенсивное развитие рынка требует качественного мониторинга медийной интернет-рекламы

Ежемесячно  
**в уанете**  
проводится более  
**500**  
крупных  
рекламных кампаний

Рынок медийной  
интернет-рекламы  
в Украине вырос  
в **1.5** раза до

**253**  
млн грн  
в первом полугодии  
**2012** года

Существующие подходы  
к медиамониторингу

**не дают**  
полной оценки  
**рекламы**  
**всего**  
**уанета**

и многочисленных  
баннерных систем





# Юзер-центрическая составляющая AdvertTrack — панель Opinion Software Media



Общенациональная  
репрезентативная  
юзер-центрическая панель

**Opinion Software Media**

**(N=5000)**

позволяет дать  
**независимую точную**  
качественную и количественную

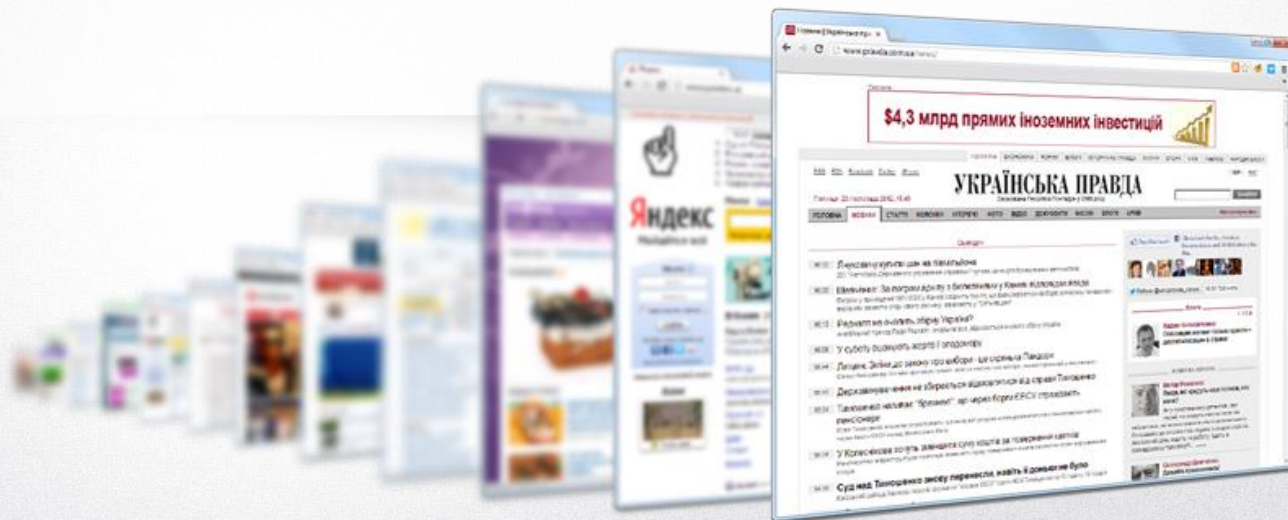
**оценку** любых  
форматов медийной  
рекламы



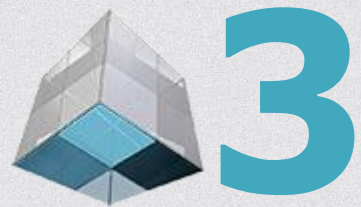
# 1

## Полноохватный мониторинг: AdvertTrack включает все сайты, посещаемые украинскими пользователями

Оценка медийной онлайн рекламы Украины осуществляется **абсолютно на всех сайтах** без исключения, в том числе включает все ведущие национальные и международные площадки, специализированные сайты, а также любые системы баннеропоказов.







# AdvertTrack объединяет мониторинг медийной рекламы с оценкой ее эффективности



AdvertTrack позволяет анализировать  
**всю фактически загруженную**  
интернет-пользователями Украины медийную рекламу.

Возможность задавать любые целевые группы для анализа обеспечивает **сравнительную оценку аффинитивности** рекламных кампаний.

# AdvertTrack обеспечивает мониторинг всего пространства уанета и не требует установки площадками дополнительных счетчиков

AdvertTrack дает  
возможность анализа свыше

**6000**  
площадок

Мониторинг обеспечивается надежной юзер-центрической технологией **Opinion Software Media**, дающей возможность анализировать **ВСЕ ТИПЫ ПЛОЩАДОК**

Отчетность AdvertTrack обновляется на **ежедневной** основе

Продукт предоставляет возможность трекинга **любых систем баннеропоказов**



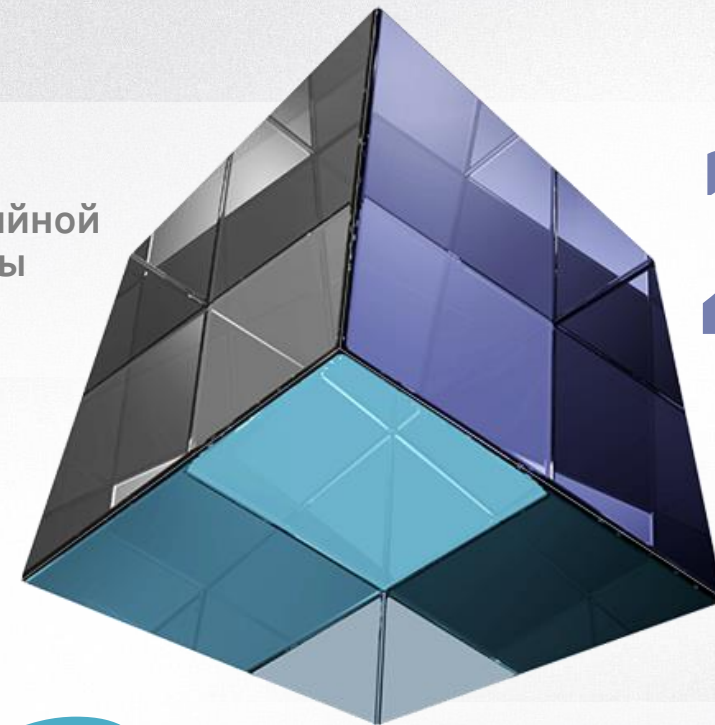
# AdvertTrack – уникальный мониторинговый продукт, дающий наиболее полную оценку медийной интернет-рекламы в Украине

# 1

Полноохватный  
мониторинг медийной  
интернет-рекламы  
в Украине

# 2

Конкурентный  
анализ медийных  
кампаний брендов



# 3

Оценка аффинитивности  
рекламных кампаний

# AdvertTrack – это мониторинг медийной интернет-рекламы в более чем 40 индустриях, в том числе:



Авто



Электроника и бытовая техника



Мобильная связь



Банки



Телевидение



FMCG



Интернет-сервисы



Политика



Фармацевтика



СМИ и периодика



Игры



Недвижимость



Интернет-магазины



Товары для детей

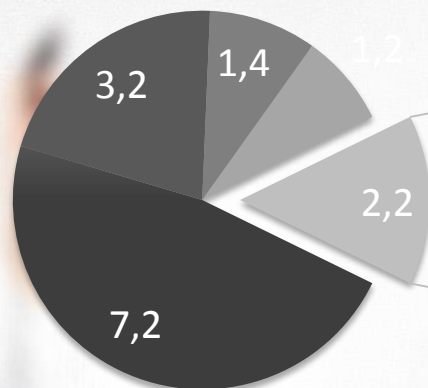


...

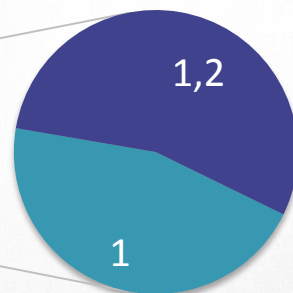


# AdvertTrack позволяет сравнить доли рекламных кампаний брендов

Доли индустрий  
В медиарекламе уанета



Сравнительный анализ  
доли медийных кампаний брендов



- Финансы
- Авто
- Техника
- Косметика
- Медицина
- Бренд А



# TOP10 в категории «Банки»

Доля категории: 1,1%

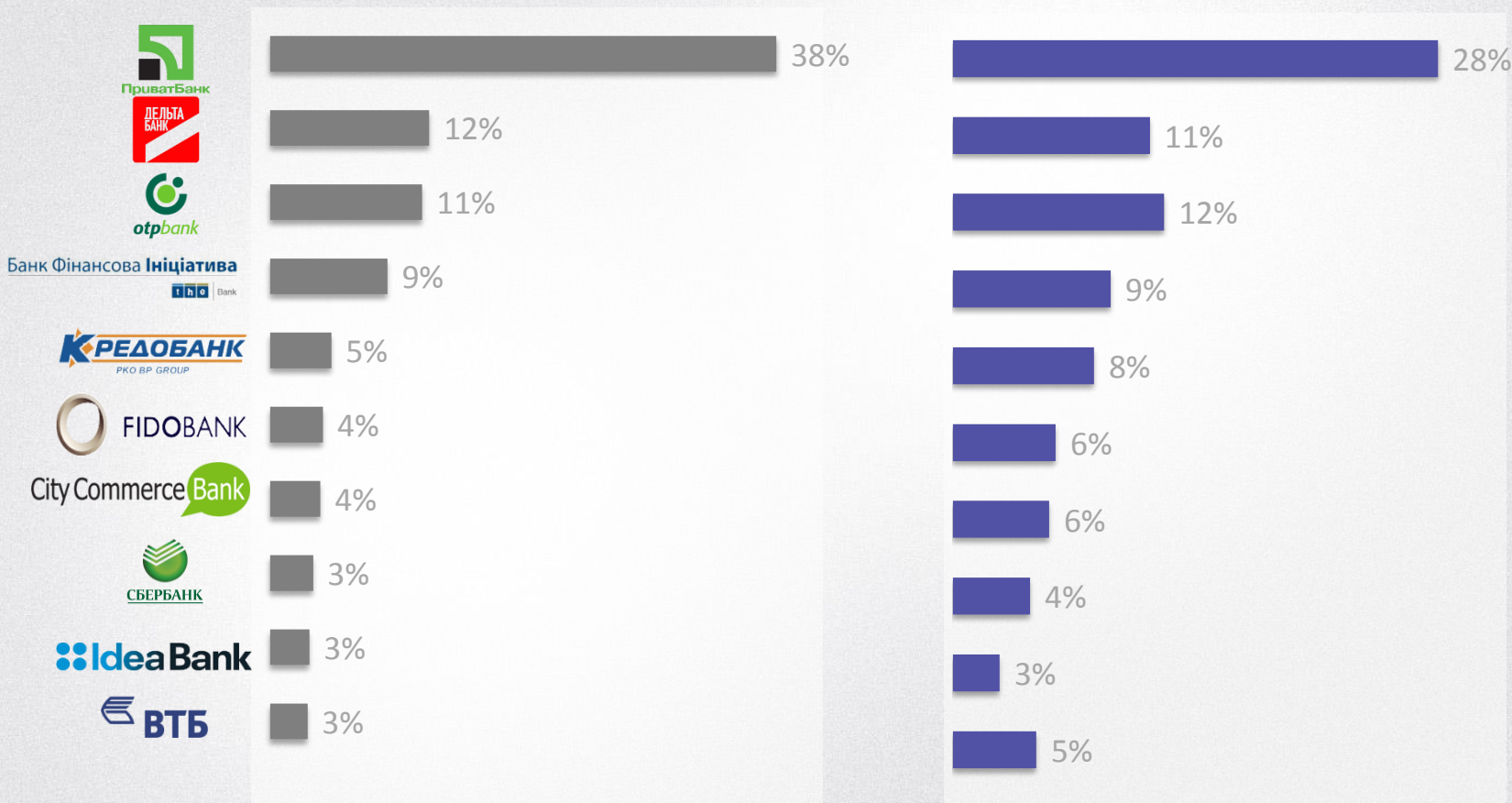
Общий охват: не менее 40%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+



# TOP10 в категории «Телекоммуникации»

Доля категории: 2%

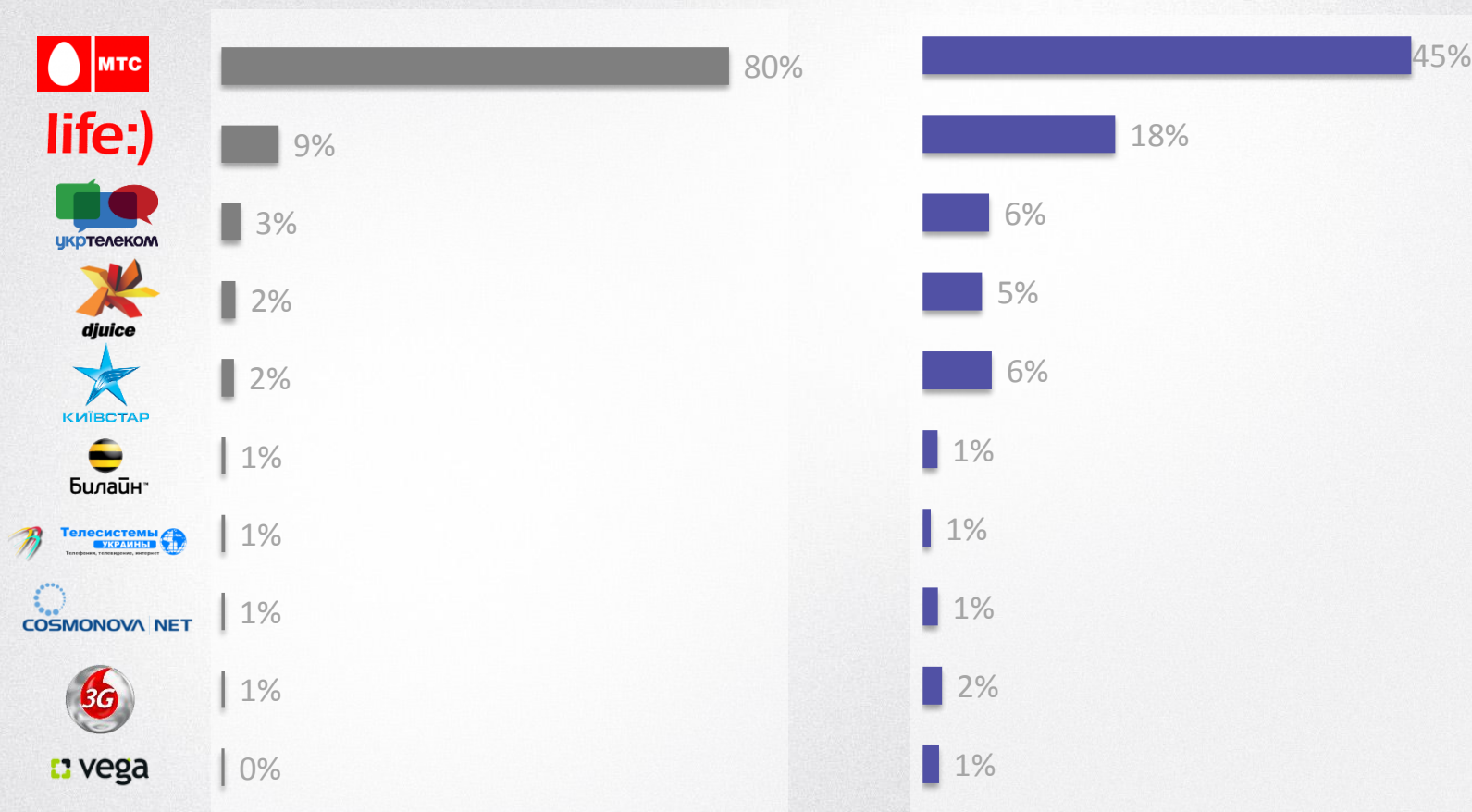
Общий охват: не менее 47%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+

# ТОР10 в категории «Фармацевтика»

Доля категории: 0,8%

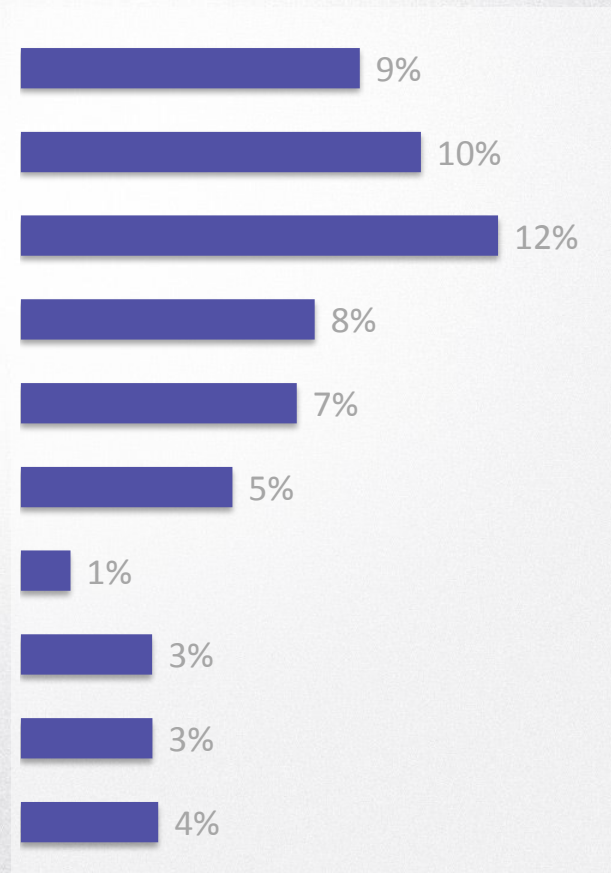
Общий охват: не менее 37%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+



# TOP10 в категории «FMCG»

Доля категории: 4%

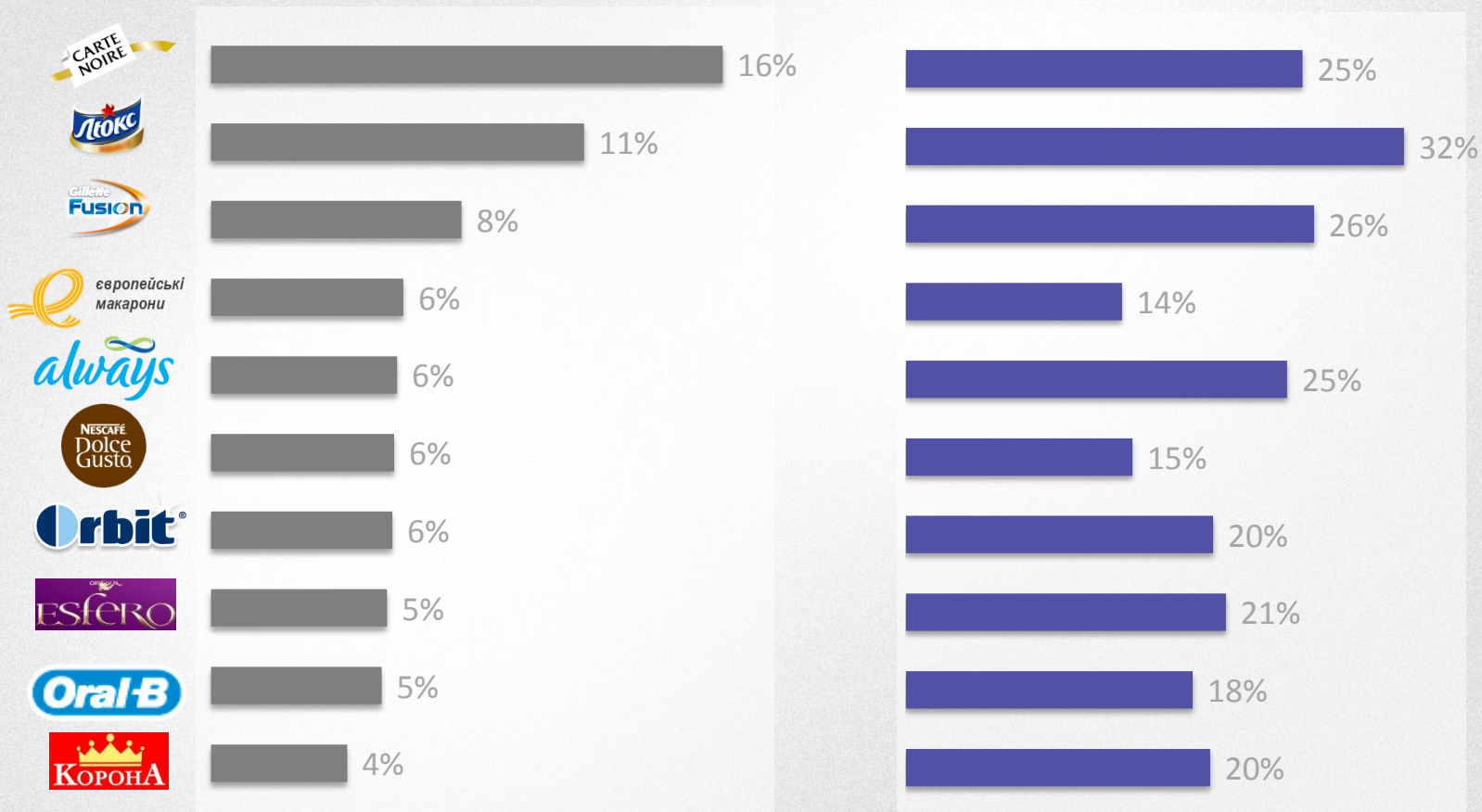
Общий охват: не менее 52%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+

# TOP10 в категории «Недвижимость»

Доля категории: 0,8%

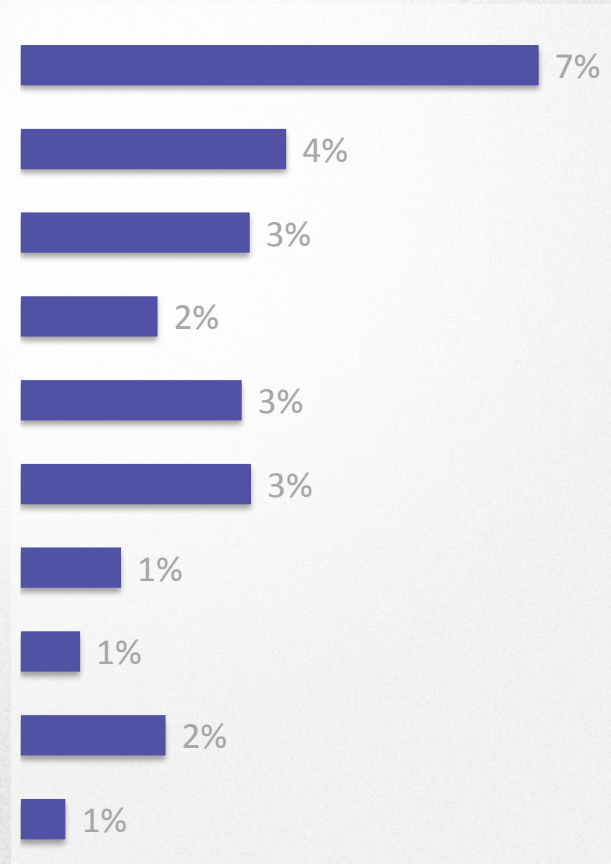
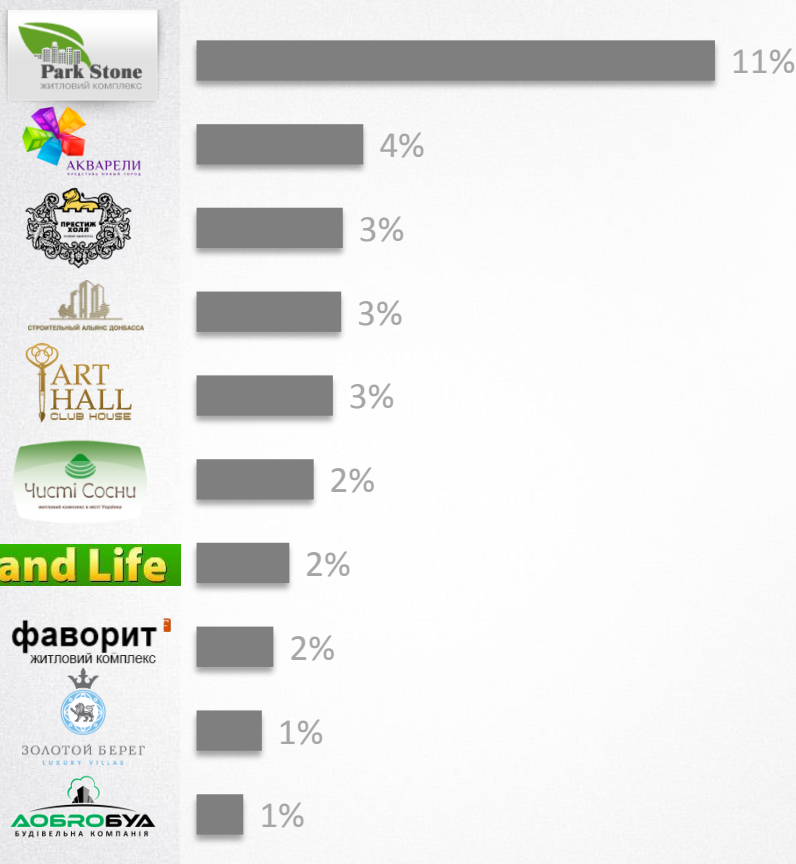
Общий охват: не менее 28%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+



# TOP10 в категории «Автомобили»

Доля категории: 3,5%

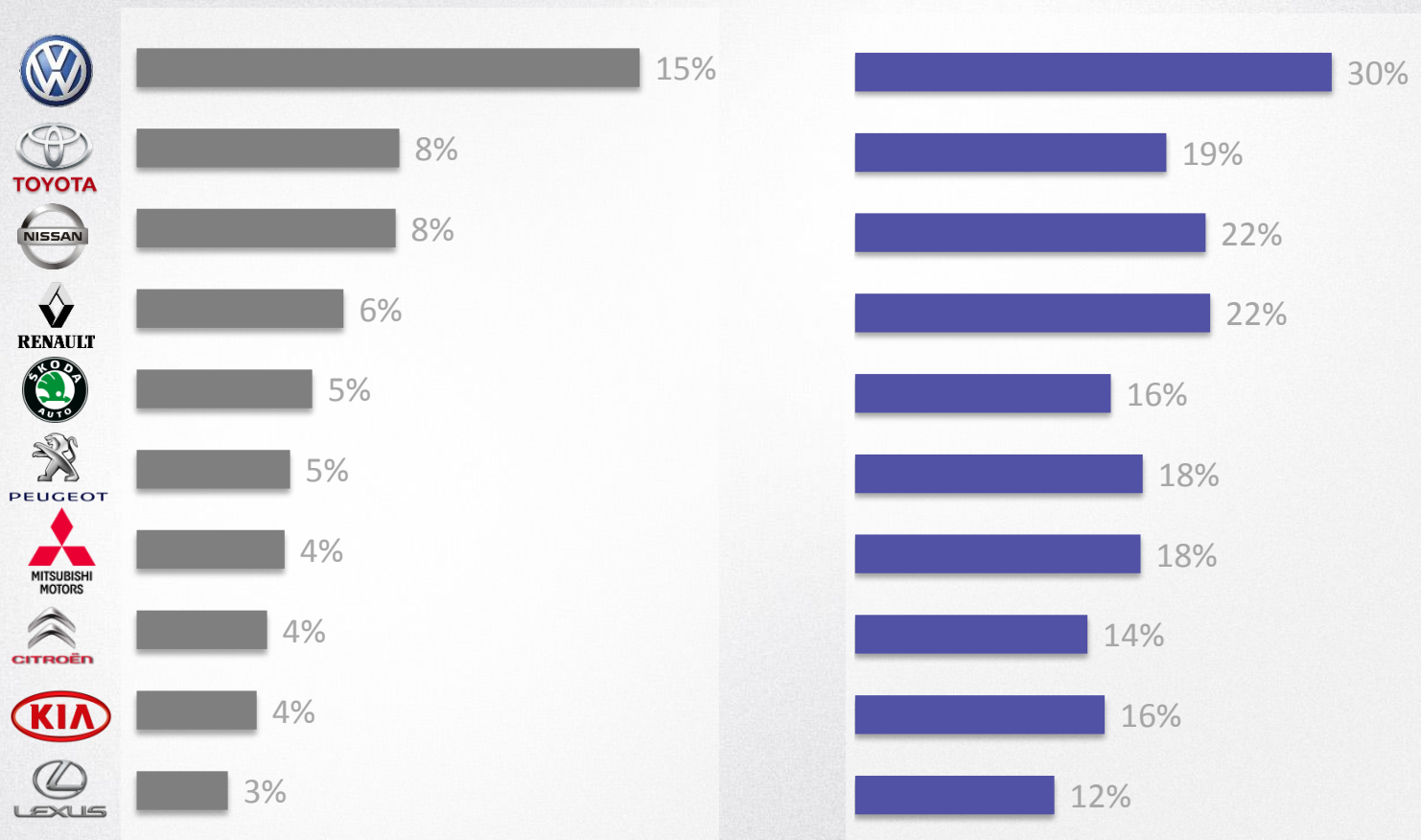
Общий охват: не менее 49%

Февраль 2013 год



Shr%\*

Rch%\*\*



\*Shr%, доля рекламных выходов бренда в категории \*\*Rch%, охват инетаудитории Украины 15+



# Рекламодатели, бренды, рекламные кампании и площадки – основные срезы анализа AdvertTrack

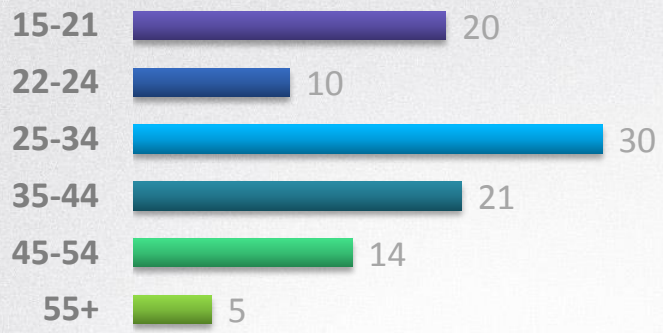
Škoda  
ЕВРОКАР

SIMPLY CLEVER ŠKODA



# Результаты AdvertTrack позволяют оценить профиль интернет-пользователей, увидевших рекламу

## Возраст



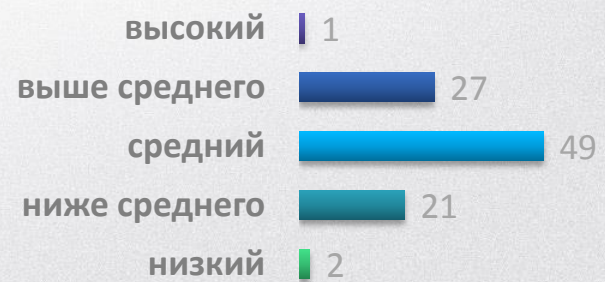
## Медиа потребление



## Пол



## Доход



# Показатель сравнительной аффинитивности дает оценку результативности медийных кампаний брендов

**Аффинитивность рекламных кампаний банков**  
для аудитории пользователей кредитных  
продуктов с доходом выше среднего,  
9-10/2012 г.

- Privatbank
- Aval
- Unicredit
- PUMB
- Alfabank







**Спасибо за внимание**

**Иван Дубинский**

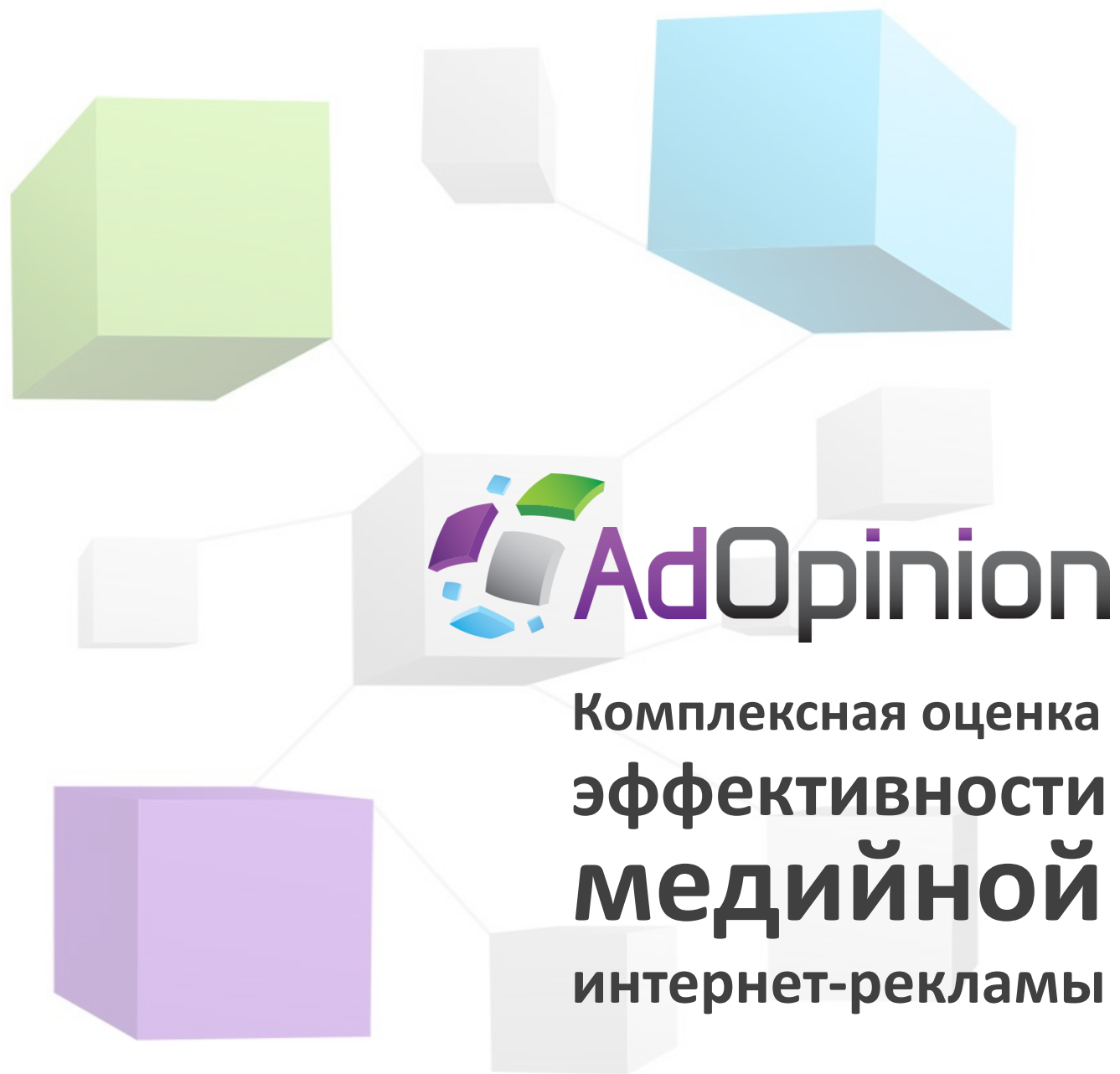
директор проекта OPINION

+380 67 214-12-940

ivan.dubinskiy@adverttrack.net

<http://adverttrack.net/>

<http://adopinion.net>







# Измерение эффективности медийных онлайн кампаний


# Медиаплан и его оценка имеют разные «единицы измерения»

Медиапланы онлайн кампаний оперируют понятием **куки**

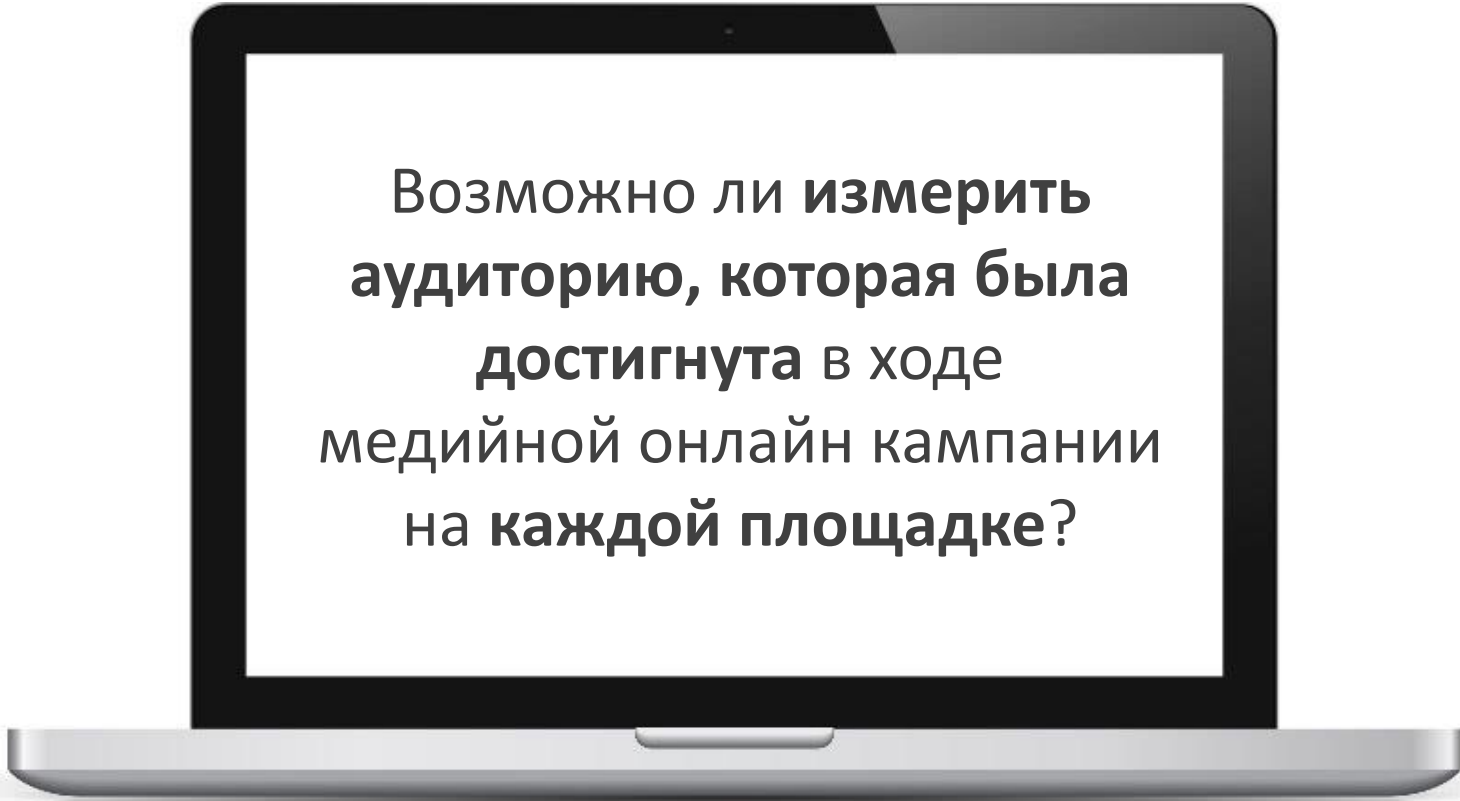
Оценка эффективности кампаний требует анализа **реальных пользователей**







# Для корректного измерения эффективности медиа носителей необходима оценка контактов с целевой аудиторией



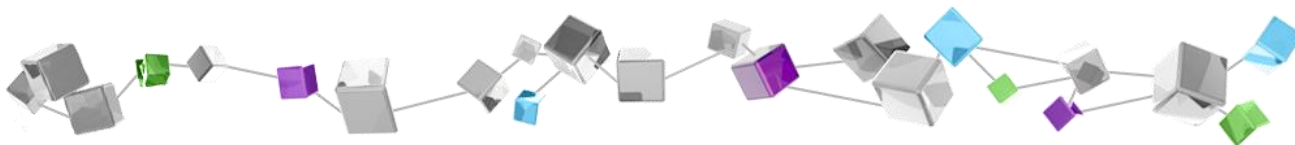
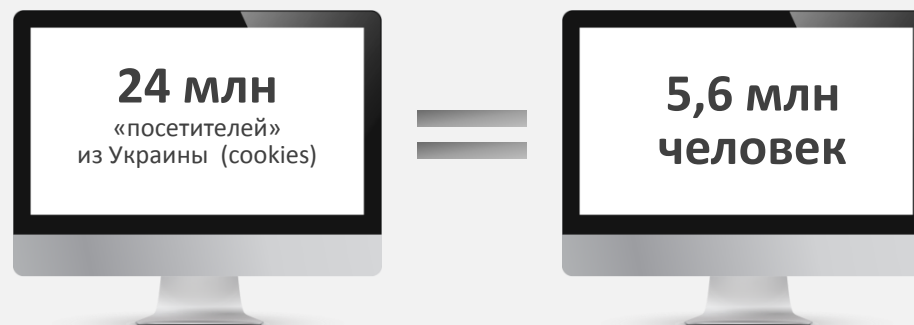
Возможно ли измерить  
аудиторию, которая была  
достигнута в ходе  
медийной онлайн кампании  
на каждой площадке?



# Оценка cookies не дает четкого представления об эффективности медийной онлайн рекламы

Анализ онлайн рекламы через оценку cookies, контактировавших с рекламным сообщением, не позволяет проанализировать контакты с целевой группой

**ПРИМЕР:** итоги рекламной кампании для пользователей, планирующих приобрести крупную бытовую технику







# Количество cookies будет увеличиваться более стремительными темпами

Как свидетельствует мировая практика, разрыв между количеством

# cookies

# и реальными пользователями

будет становиться все больше

Чтобы достичь 10 млн пользователей сегодня необходимо в среднем...

**... в Украине**

**30 млн показов**

**... в США**

**100 млн показов**

**... в Европе**

**120 млн показов**



# Куки невозможно перевести в пользователей с помощью простого математического коэффициента

НЕСКОЛЬКО  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ  
у одного устройства



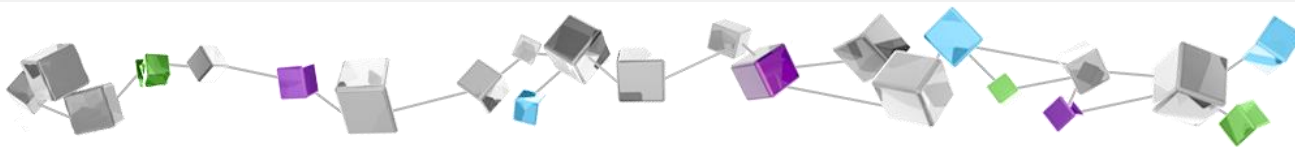
НЕСКОЛЬКО  
УСТРОЙСТВ  
у одного пользователя



УДАЛЕНИЕ  
КУК



**X cookies  $\neq$  Y users**






# Компьютеры украинцев «неперсональны»

**Свыше 70%** интернет пользователей Украины  
**делят свои устройства** для выхода в интернет  
и свои cookies **с другими людьми**

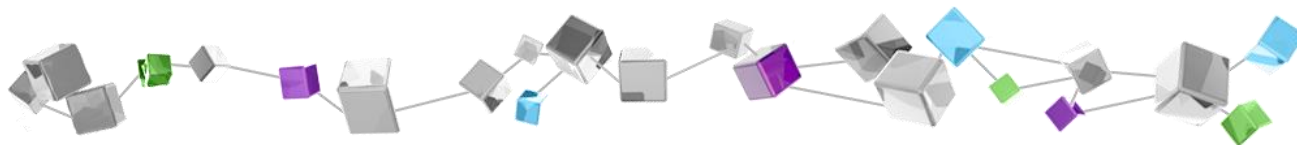




# Свыше четверти пользователей Украины используют более одного устройства для выхода в интернет



В аудитории с доходом выше среднего **свыше 40% пользователей** имеют **2 и более** устройств для выхода в интернет





# Интернет пользователи сознательно удаляют cookies

Каждый раз  
удаливший cookie  
пользователь  
фиксируется  
стандартными счетчиками  
как **новый посетитель**



cookies

# AdOpinion дает комплексную оценку эффективности медийной онлайн кампании, оценивая контакты с целевыми группами

Сколько человек фактически видят мой баннер?

Какая доля из них - моя ЦА?

Как воспринимается мой баннер?

Сколько человек кликает на мой баннер?

Сколько переходит на целевой сайт, не кликая на баннер?

Как реклама меняет отношение пользователя к моему бренду?







# Технология измерения эффективности кампаний






# Чтобы оценить эффективность рекламной кампании

данные о профиле пользователей каждого сайта, использованные на этапе медиапланирования, необходимо дополнить данными **о контактах целевых групп с медийной рекламой** по каждому из выбранных сайтов





# Общенациональная юзер-центрическая панель и технометрический счетчик дают целостную оценку эффективности кампаний

Юзерсентрик панель

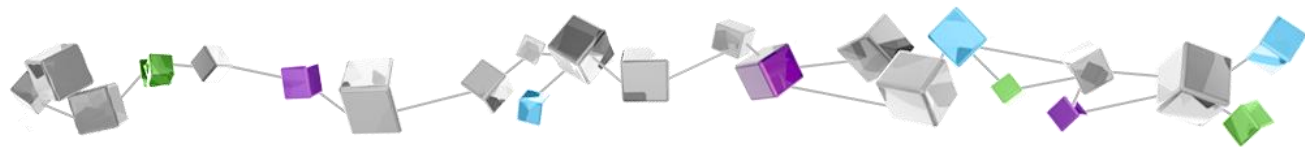
**N=100.000+**

обеспечивает  
оценку пользователей  
площадок и контактов  
целевых групп с рекламой



Специализированный  
счетчик Opinion

предоставляет  
точные сведения  
о показах и кликах  
в разрезе каждой площадки  
в рамках рекламной кампании



# Оценка эффективности рекламных кампаний основана на синергии юзер-центрик и технометрической технологий

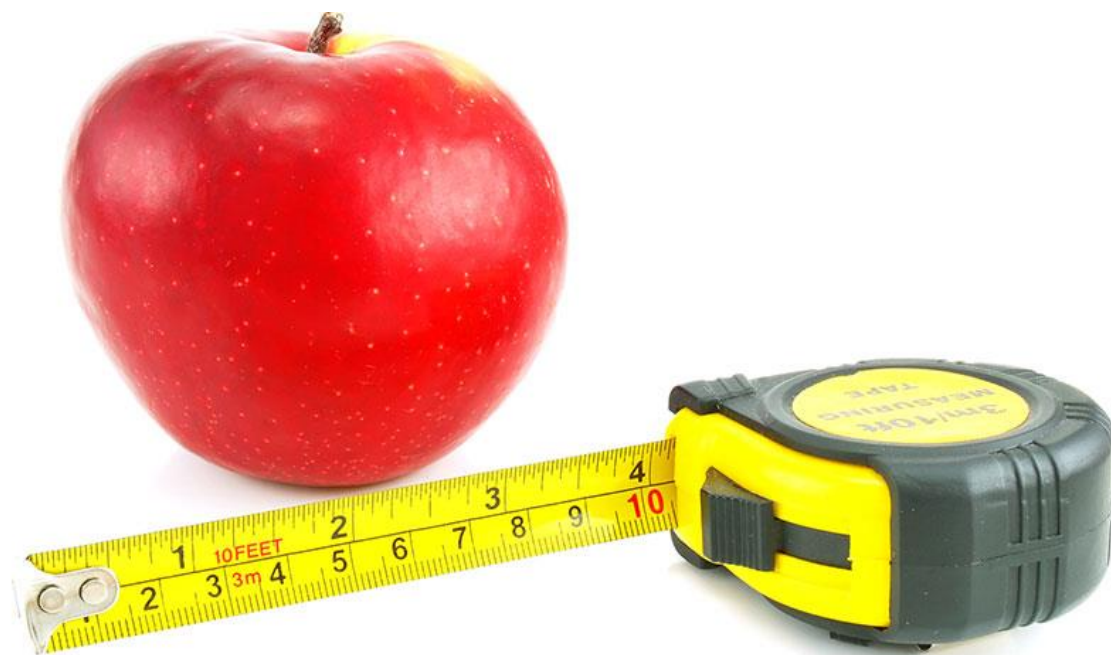


Общенациональные юзер-центрические панели  
специализированная медианель  
**Opinion Software Media (N=5000)**  
обеспечивают надежную Оценку эффективности  
любых форматов медийной рекламы.



**Технометрический счетчик Opinion**  
фиксирует **баннеропоказы** пользователям Панели  
и совершенные ими **действия** по итогам кампании  
**в разрезе каждой площадки**





# AdOpinion – комплексная оценка эффективности медийных онлайн кампаний



# AdOpinion объединяет анализ эффективности баннеропоказов, совершенных пользователями действий и общего эффекта кампании

Количество  
ПОКАЗОВ  
целевой аудитории



ВОЗДЕЙСТВИЕ  
рекламы  
на целевую аудиторию



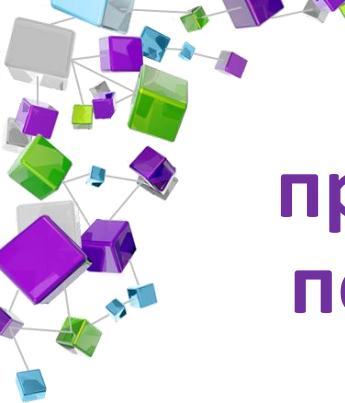
# Счетчик Opinion фиксирует посетителей, увидевших баннера на каждой из площадок в ходе рекламной кампании



При показе баннера вызывается **счетчик Opinion**, который фиксирует **показы пользователям**

Его ключевая задача — **оценка контактов с баннером панелистов**

Opinion Software Media  
и BigOpinion (100.000+)



# Счетчик позволяет идентифицировать профиль контактировавших с баннером пользователей, основываясь на данных 100.000+ панели

Система фиксирует **количество показов на каждой площадке**

Результаты соотносятся с **верифицированными оффлайн профилями** панелистов



Код счетчика для баннера



# Счетчик Opinion фиксирует действия посетителей в ходе рекламной кампании



Счетчик Opinion **фиксирует все действия посетителей** по отношению к баннеру **на каждой из площадок,** а также совершенные **посещения целевого сайта**

Технометрические данные **сопоставляются** с социально-демографическими и потребительскими **профилями участников** юзерцентрической панели **100.000+**

# Технология позволяет проанализировать количество кликов и профилькликнувших на баннер пользователей


Совершая клик на баннер, все посетители проходят через **счетчик Opinion**. Это обеспечивает **точный подсчет** общего количества **кликов**

Сведения о кликах **соотносятся с верифицированными данными панелистов** для определения профиля пользователей

Код счетчика для баннера

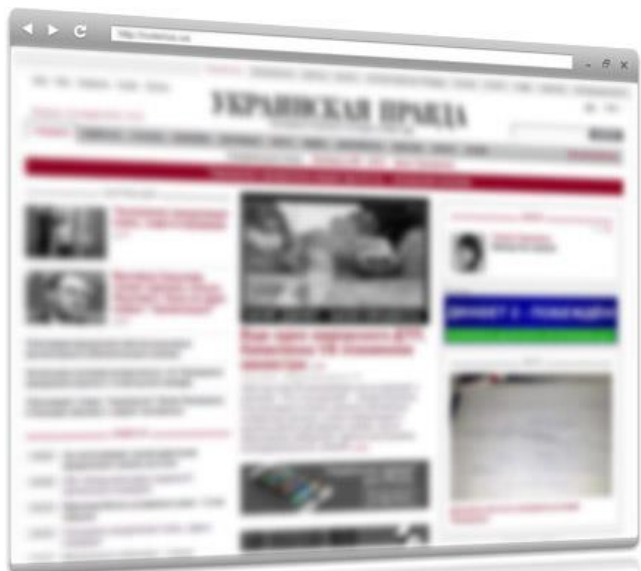






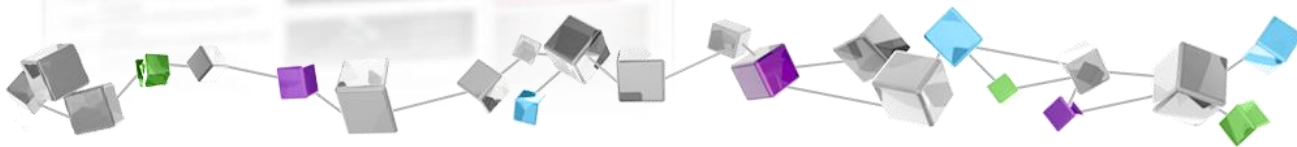
# Система определяет дополнительные действия пользователей в ходе кампании: посещение целевого сайта без переходов по баннеру

Не менее 50% интернет аудитории практически никогда не кликает на баннера, и, чем старше аудитория, тем ниже вероятность клика



Чтобы оценить **дополнительные посещения целевого сайта** в тело его страницы устанавливается КОД СЧЕТЧИКА «зеро-пикселя».

Технология обеспечивает **дополнительную оценку действий** — поиск, ввод в строке браузера – **и профиля** пользователей, которые посетили сайт, но не кликали на баннер



# Специальный модуль AdOpinion RECALL дает детальную оценку самого рекламного материала и целостного воздействия кампании на бренд



Из Панели Big Opinion (N=100.000)

формируются **целевые**

**репрезентативные подвыборки**

для проведения потребительских опросов.

Для оценки воздействия рекламы на потребителя проводятся **2 группы опросов:**

- **Претест-оценка** рекламного материала до запуска кампании
- **Роллинговые опросы** для целостной оценки воздействия кампании на потребителя

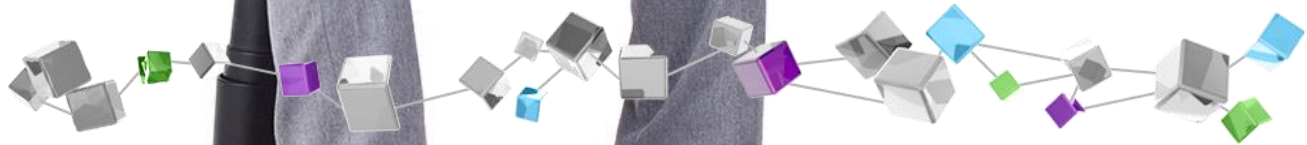
# Итоговая матрица включает результаты комплексного анализа эффективности медийной онлайн кампании





# Бенефиты для рекламодателя

- ✓ Постоянный контроль эффективности размещения в ходе рекламной кампании
- ✓ Привычные показатели эффективности размещения: охват целевой аудитории, стоимость контакта.
- ✓ Возможность оценки людей - уход от понятия «уникальный посетитель»
- ✓ Простая и удобная форма отчетов, не требующая специальной подготовки





**Спасибо за внимание**

**Иван Дубинский**

директор проекта OPINION

+380 67 214-12-940

[ivan.dubinskiy@adopinion.net](mailto:ivan.dubinskiy@adopinion.net)