

ПРОБЛЕМА TRANSPARENCY ГЛАЗАМИ ПЛОЩАДКИ

Максим Зенин, директор по рекламным продуктам
Mail.Ru Group



A decorative graphic on the left side of the slide consists of several overlapping shapes: a large red arc at the top, a smaller red circle below it, a large red ring-like shape at the bottom left, a large grey curved shape at the bottom, and a smaller grey circle to its right.

● ТРЕБОВАНИЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Рекламодатели требуют от площадок максимальной прозрачности размещений (видимые показы, раскрытие доменов на которые происходит размещение, уровень досмотров и тд)

Одно из обязательных требований - независимый аудит параметров размещения

A decorative graphic on the left side of the slide consists of several overlapping shapes: a large red arc at the top, a smaller red circle below it, a thick red curved band, a large red ring, a grey curved band, and a grey circle at the bottom.

● СУЩЕСТВУЮЩИЕ СТАНДАРТЫ

MRC (Media Rating Council), американская неправительственная организация, занимающаяся разработкой стандартов медиа-измерений а также аккредитацией измерителей на соответствие этим стандартам

● СУЩЕСТВУЮЩИЕ СТАНДАРТЫ

Основные стандарты MRC:

Served Ad Impressions (display, video & rich media)

Viewable Ad Impressions (display & video)


Sophisticated Invalid Traffic Detection & Filtration

Clicks

● VIEWABILITY

Стандарт по видимости - очень "технический" и не допускает двойных толкований, при желании несложно проверить корректность замеров той или иной площадкой или технологией

Большинство площадок в России поддерживают стандарт видимости MRC

A decorative graphic on the left side of the slide. It features a large red curved shape on the left, a smaller red circle above it, and a grey curved shape below it. A grey circle is positioned to the right of the grey curved shape.

Стандарт определения невалидных показов, напротив, перечисляет лишь критерии при которых показ считается невалидным, оставляя имплементацию данных критериев на стороне измерителя

К сожалению, мы видим множество фактов некачественной имплементации критериев невалидных показов со стороны измерителей

Наиболее распространенные проблемы в имплементации критериев невалидного трафика:

Ошибочное отнесение российских подсетей к датацентрам

Ошибочная маркировка браузеров как подозрительных

Некорректные бенчмарки высокой активности для соцсетей

● ПОЧЕМУ ЭТО ПРОБЛЕМА?

Новейшие документы МРС требуют считать все невалидные показы невидимыми, данное требование приводит к существенным расхождениям в количестве видимых показов между площадками и измерителями, а зачастую и между разными измерителями

● КРИЗИС ДОВЕРИЯ

Рекламодатели не хотят оплачивать показы, помеченные измерителями как невалидные

Измерители не хотят раскрывать алгоритмы определения невалидных показов (зачастую ссылаясь на аккредитацию MRC, иногда отсутствующую)

Площадки не имеют инструментов, позволяющих проверить данные измерителей

MRC не занимается аккредитацией российских компаний

A decorative graphic on the left side of the slide. It features a large red curved shape on the left, a smaller red circle above it, and a grey curved shape below it. A grey circle is positioned to the right of the grey shape.

● ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Создание механизмов сертификации измерителей с учетом российской специфики под эгидой Русбренд

Рабочая группа представителей рекламодателей, агентств и площадок, при участии аудиторских компаний Accenture и Deloitte

Выработка критериев соответствия измерителей требованиям площадок и рекламодателей

СПАСИБО

