

# Mail.Ru Group:

курс на прозрачность

@mail.ru  
group

# ЗАДАЧА

Рекламодатели хотят иметь возможность измерения  
(и независимого подтверждения):



## VIEWABILITY

реклама показывалась в видимой области  
в течение заданного времени



## FRAUD

реклама демонстрировалась  
людям, а не роботам



## BRAND SAFETY

реклама не демонстрировалась  
в нежелательном контенте

viewability + fraud



# ПРЕДЫСТОРИЯ

Оптимизации параметров viewability и fraud ведутся крупными игроками очень давно, с целью улучшения performance показателей (количество и качество переходов на сайт, поведение на сайте, конверсии)

viewability + fraud

# РЕЗУЛЬТАТЫ

Метрика	Глобальный бенчмарк, %	Данные по MRG, %	Дельта
2 Sec Video In-View Rate	63,4	74,14	↑ 1,17
1 Sec Fully On-Screen Rate	56,9	75,39	↑ 1,32
Audible and Visible on Complete Rate	29,3	52,48	↑ 1,79
Completion Quality	41,5	78,78	↑ 1,90
IVT Rate	2,3	1,5	↓ 0,65
MOAT Video Score	20	27	↑ 1,35

viewability + fraud

# ИЗМЕРИТЕЛИ



С точки зрения независимой верификации viewability и fraud – у брендов есть выбор из 3-4 подрядчиков (в MRG доступны MOAT, IAS, Weborama, AdLoox, скоро — Double Verify, AdRiver)

viewability + fraud

# ИЗМЕРИТЕЛИ

Название	Формат	МОАТ	Weborama	AdLoox	IAS
Мультиформатное размещение	Статический	■	■	■	■
Баннер 240x400, 300x300	Статический	■	■	■	■
Видео-баннер 240x400, 300x300	Видео	■	■	■	■
Прероллы в видео	Видео	■	■	■	■
Заметки кросс-девайс	Статический	■	■	■	■
Кроссплатформенные видео-посты ОК+ВК	Видео	■	■	■	■
Видео в Заметках с автозапуском	Видео	■	■	■	■
Заметки с Canvas	Статический	■	■	■	■

viewability + fraud

# MOBILE



Верификация viewability и fraud в мобильных приложениях - требуется установка SDK каждого из вендоров, что напрямую влияет на стабильность работы приложений.

Open Measurement Initiative — единое промышленное решение для верификации in-app размещений (версия 1.0 ожидается в 1Q2018).

<https://iabtechlab.com/working-groups/open-measurement-working-group/>

brand safety

# BRAND SAFETY



BRAND SAFETY — параметр слабо поддающийся автоматизированному аудиту

UGC видео — ручная модерация ТОП-100 роликов = обучающая выборка для работы ML алгоритмов классификации контента.

Новостной контент — ручная разметка всех публикуемых материалов выпускающими редакторами



# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Качество и прозрачность рекламного инвентаря в десктопе (и мобильном вебе) по большинству параметров превосходит мировые стандарты. In-app инвентарь начнет массово аудироваться в конце 2018-2019 году

# Спасибо

@mail.ru  
group