

Measurement

Измерение аудитории

Руслан Тагиев, CEO Mediascope

Система координат
Валюта для взаиморасчетов
Индустриальный стандарт

Единые метрики
Кросс-медиа анализ

Экспертиза и аналитика
Данные о поведении людей

25

Проекты Mediascope



Телеизмерения (TV Index, Big TV, etc.)



Измерения аудитории интернета (Web Index)



Измерение аудитории радио (Radio Index)



Мониторинг рекламы и СМИ
(Media Intelligence)



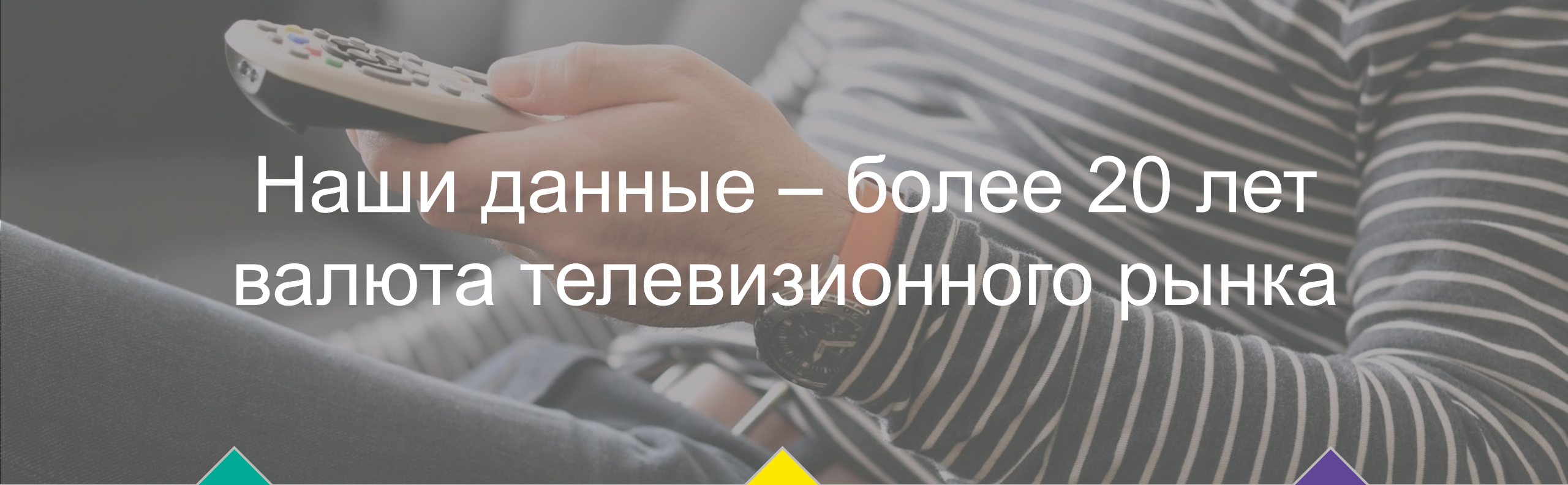
Измерение аудитории прессы
(National Readership Survey)




Индекс потребительских групп
(TGI | Marketing Index)




Заказные проекты




Наши данные – более 20 лет валюта телевизионного рынка



Поставщик телевизионных данных
с 1996 года, с 1998 - независимая
валюта для телерекламных
взаиморасчетов



С 2016 года – уполномоченный
Роскомнадзором измеритель
аудитории ТВ



Прозрачность инструментов
Соответствие мировым стандартам
Признание всеми рекламодателями

Валюта = консенсус



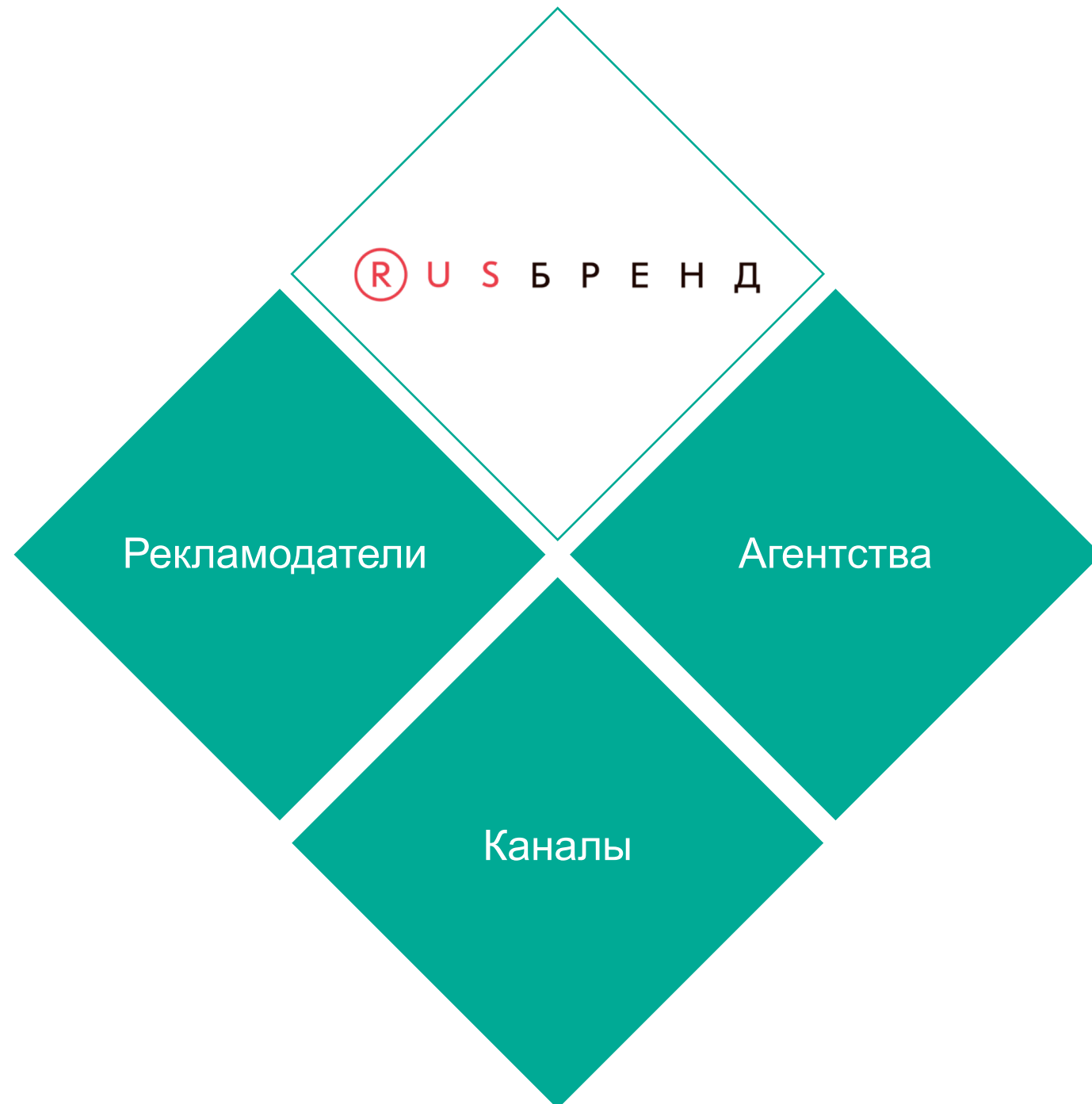
Рекламодатели

Агентства

Каналы

Группы Пользователей Данных под эгидой Русбренда:

- Телевизионная
- Диджитальная



Телевизионные измерения сегодня

ДОМА



Лидирующая современная мировая технология измерения – пиплметры

+

гостевой и отложенный просмотр в **2019** году

+

установка панели по всей стране завершена в **2019** году

ВНЕ ДОМА



Первый в мире проект измерения дачного просмотра с помощью основной технологии – пиплметров.

Валюта с августа **2019** года

2020 год – первые тестовые данные по внедомашнему просмотру ТВ (Москва)

ДРУГИЕ ЭКРАНЫ



Big TV Rating – валюта взаиморасчетов для 9 каналов (с января **2018** года), ТВ + Десктоп.

До конца **2019** – данные, калиброванные под счетчик

Мобильные рейтинги контента на основе счетчиков с сентября **2018**

Интеграция в единую поставку в ближайшие месяцы

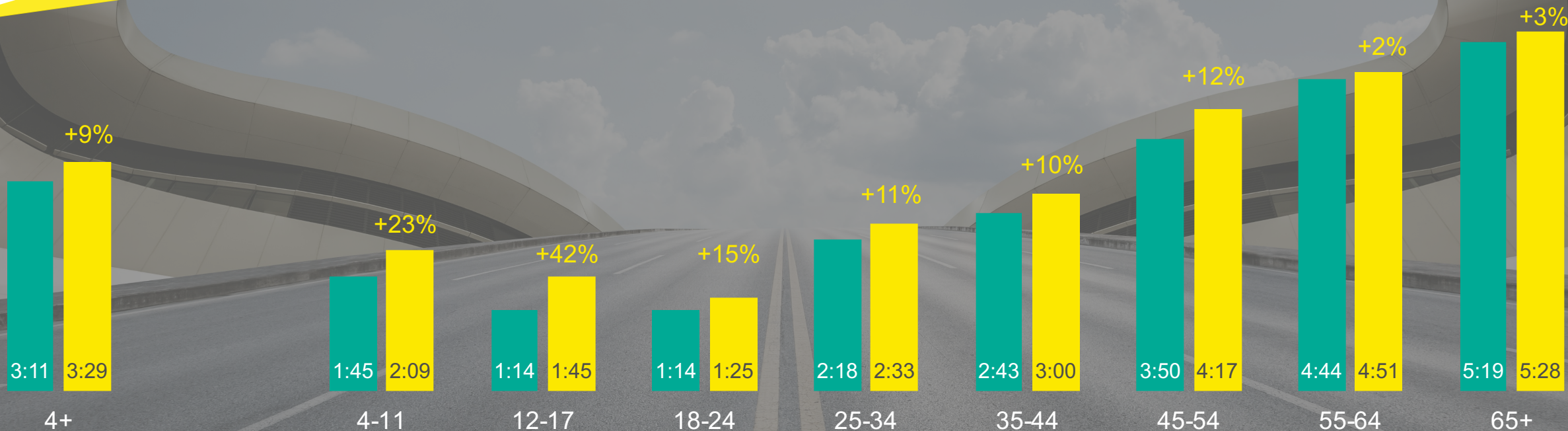
Первые данные по всей России

Впервые в истории телеизмерения

1 000 домохозяйств в городах и селах 100-

Пока без дач

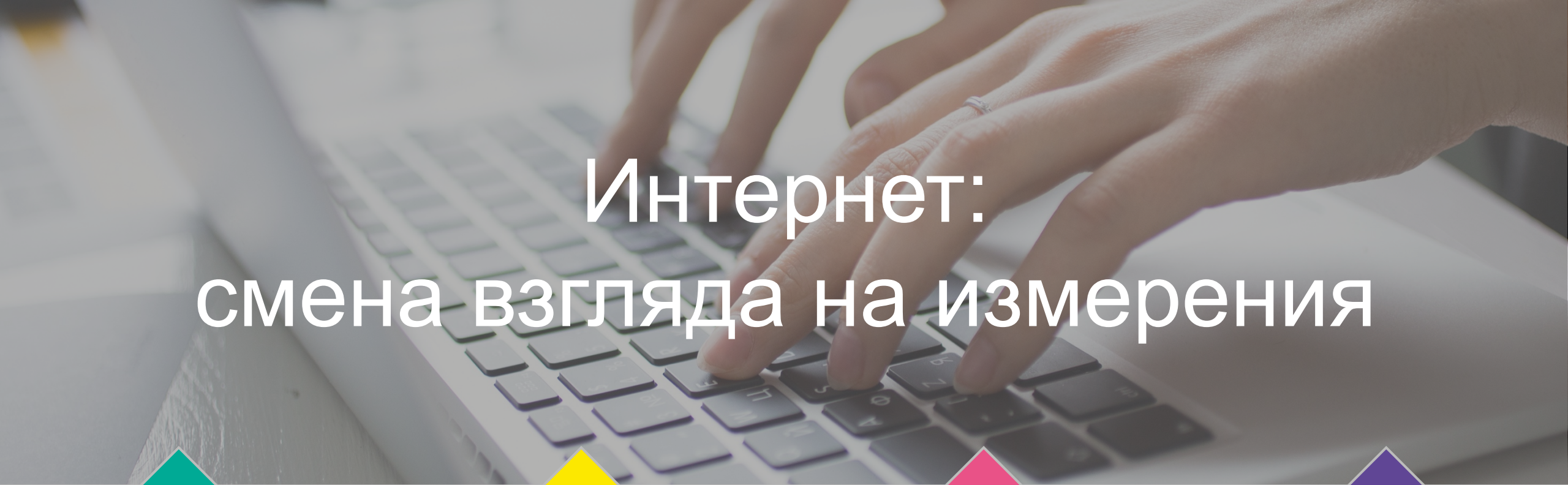
Среднесуточное
время просмотра ТВ
только домашний просмотр,
август-сентябрь 2019



Большой
ПОТОК ДАННЫХ
в котором нет людей

Оmnиканальность

человек в центре медиаизмерений



Интернет: смена взгляда на измерения



Большой объем
технологических данных
на стороне площадок



Разные стандарты
взаиморасчетов в сегментах
интернет-рекламы



Общемировая тенденция
к закрытию от внешних
сторон (walled gardens)



Невозможность
использования одного
инструмента для измерения

Измерение интернета: комбинация трех подходов

1 SITE-CENTRIC

Добровольная установка измерительных технологий, счетчиков или тегов площадками

Соблюдение политик безопасности площадок, индивидуальный подход

2 USER-CENTRIC

Измерительные инструменты на устройствах пользователей

Панели, в том числе кросс-меда

Независимые оценки объема аудитории в терминах количества человек


3 ВНЕШНИЕ ЛОГИ

Получение данных со стороны площадок с последующей верификацией и интеграцией в измерительный проект

Приведение данных к единой системе метрик, привычных рынку

Измерение интернета: площадки

1 SITE-CENTRIC



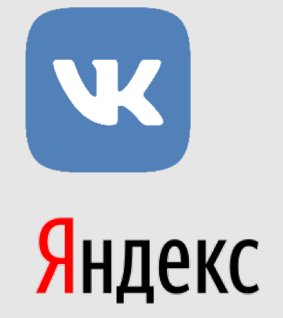
@mail
VK Odnoklassniki
Avito
Рамблер/
и многие другие

2 USER-CENTRIC

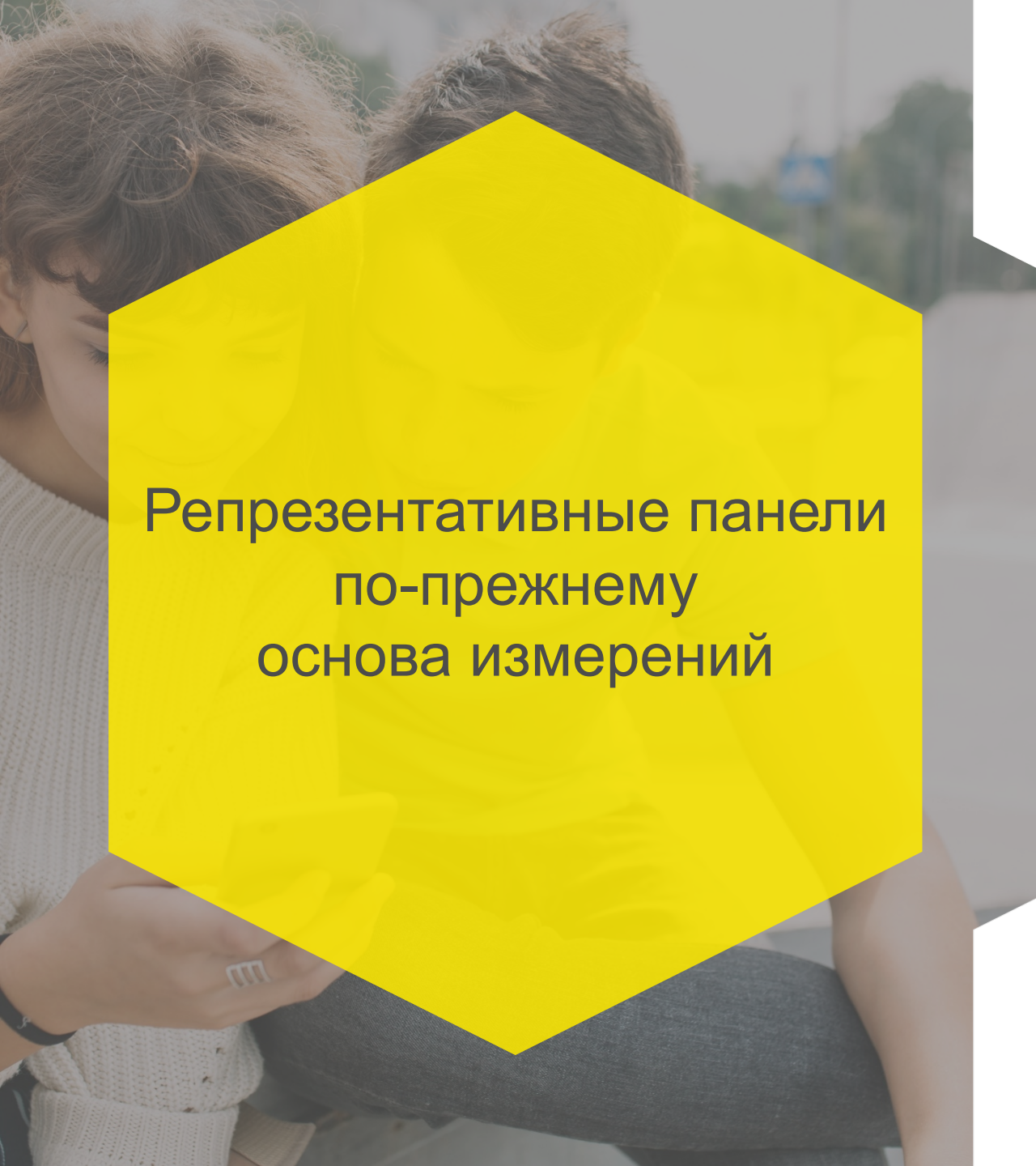


YouTube
Google
Яндекс

3 ВНЕШНИЕ ЛОГИ



VK
Яндекс



Репрезентативные панели по-прежнему основа измерений



От отдельных панелей
к single-source –
измерение всей
медиаактивности
в едином источнике



Снижение нагрузки
на респондента повышает
качество данных –
стремимся к пассивным
технологиям



Не только
медийная активность,
но и потребление и покупки

Внешние и «сплошные» данные – необходимый элемент измерения



Передача логов
площадками для
повышения разрешающей
способности панельных
инструментов



Использование данных
третьих сторон – покупки,
продажи, транзакции, etc.



Интеграция в проекты
больших данных,
например данных
телеком-операторов



Верификация и обработка
получаемых данных

Калибровка данных
с панелей

Единые стандарты
качества данных

Измерение аудитории медиа



Важность построения единой прозрачной системы измерений, с едиными стандартами верификации данных и метриками



Необходимость поддержки множества технологий одновременно



Отсутствие унификации используемых технологий у крупнейших игроков – необходимость индивидуальных решений



Необходимость диалога и кооперации со стороны измеряемых площадок



Соблюдение законов и стандартов в области безопасности данных

спасибо!