

SATI 2.0

SATI DMP

Agenda

BRAT si scurt istoric

Relansarea SATI

Integrarea SATI DMP si structura platformei

SATI DMP – solutie tehnica si metodologie, furnizori

Modul de utilizare al SATI DMP

BRAT

Asociatia profesionala a industriei de media si publicitate, **constituata in 1998** in scopul auditarii independente a tirajelor publicatiilor tiparite.

Obiectivul actual al BRAT este realizarea de studii tactice ce masoara indicatorii de performanta specifici produselor media: presa tiparita, online si panotaj si de studii strategice sau de alt tip, in sprijinul industriei de media si publicitate.

Obiectivele BRAT

Sa puna la dispozitia industriei de media si publicitate:

- cifre independente – furnizate de un organism independent;
- cifre credibile – obtinute dupa standarde si metodologii validate international si recunoscute de intreaga piata;
- cifre comparabile – toate produsele media respecta aceleasi reguli, standarde si metodologii.
- cifre transparente – industria decide transparent standardele, metodele, regulile si beneficiaza de rezultate in mod unitar

Principiile BRAT

Statut si reguli stabilite de membri

TRANSPARENȚA

Acces neingradit la informatii

Structura tripartita

INDEPENDENȚA

Rezultate obiective si reguli aplicate fara exceptie

Selectie pe baza de licitatie, analiza metodelor de la nivel international, control continuu

CREDIBILITATE

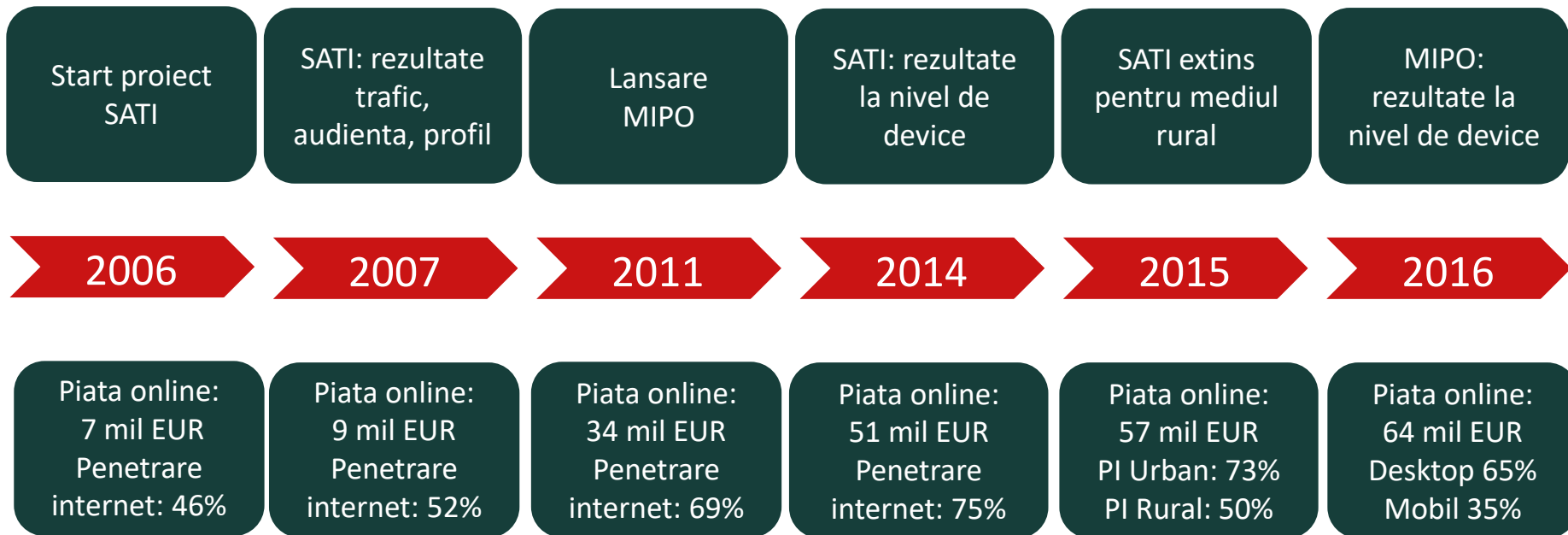
Rezultate verificate si acceptate de industrie

Aplicarea acelorasi definitii, metode si reguli tuturor participantilor

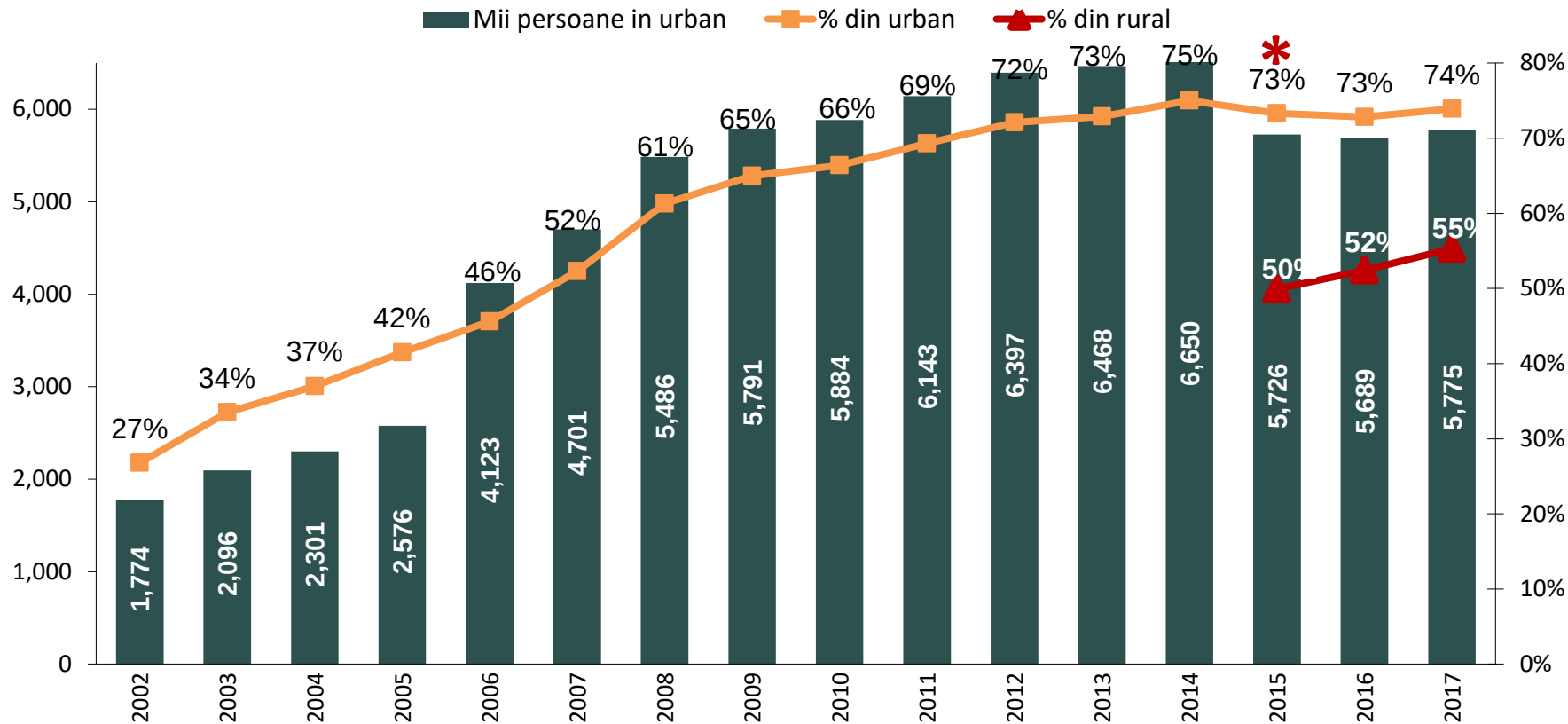
COMPARABILITATE

Decizii documentate, profesioniste, ce duc la eficienta investitiilor

Studii dedicate mediului online



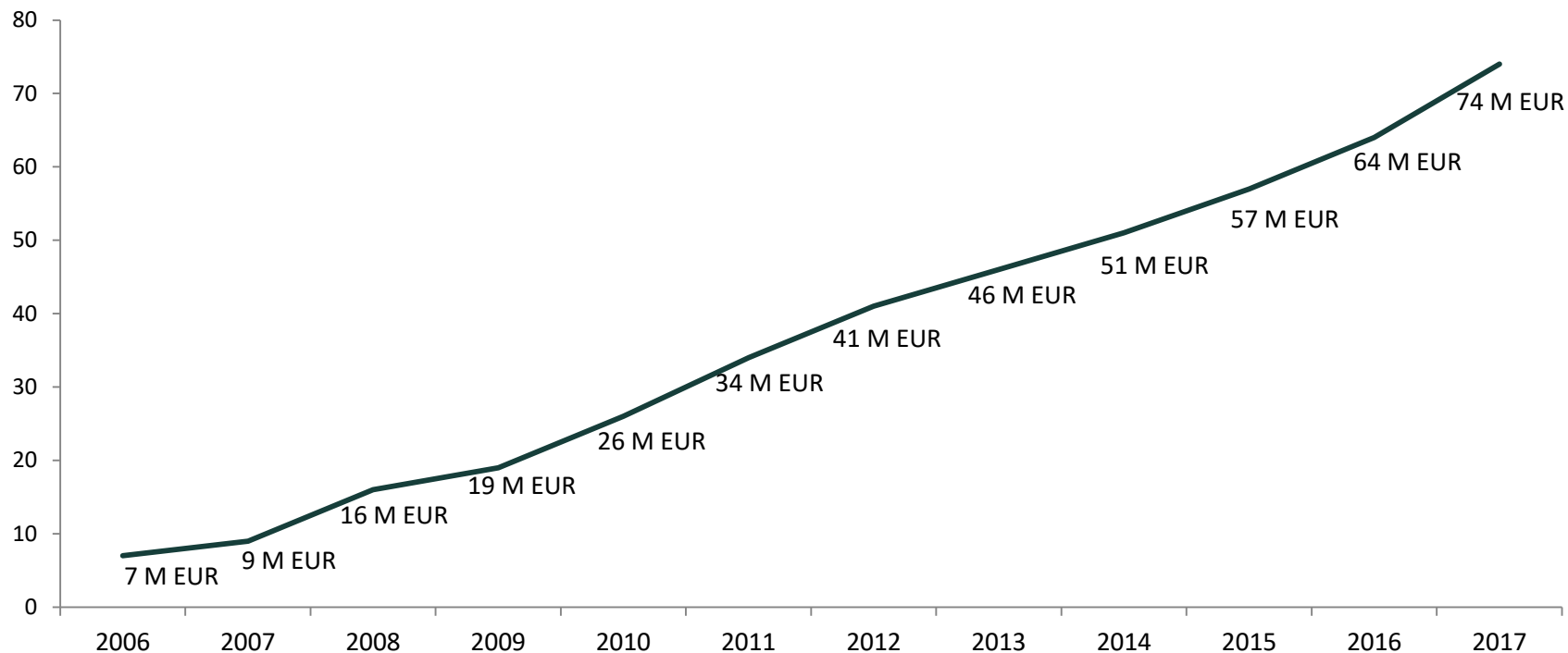
Evolutia penetrarii internetului, mediul urban



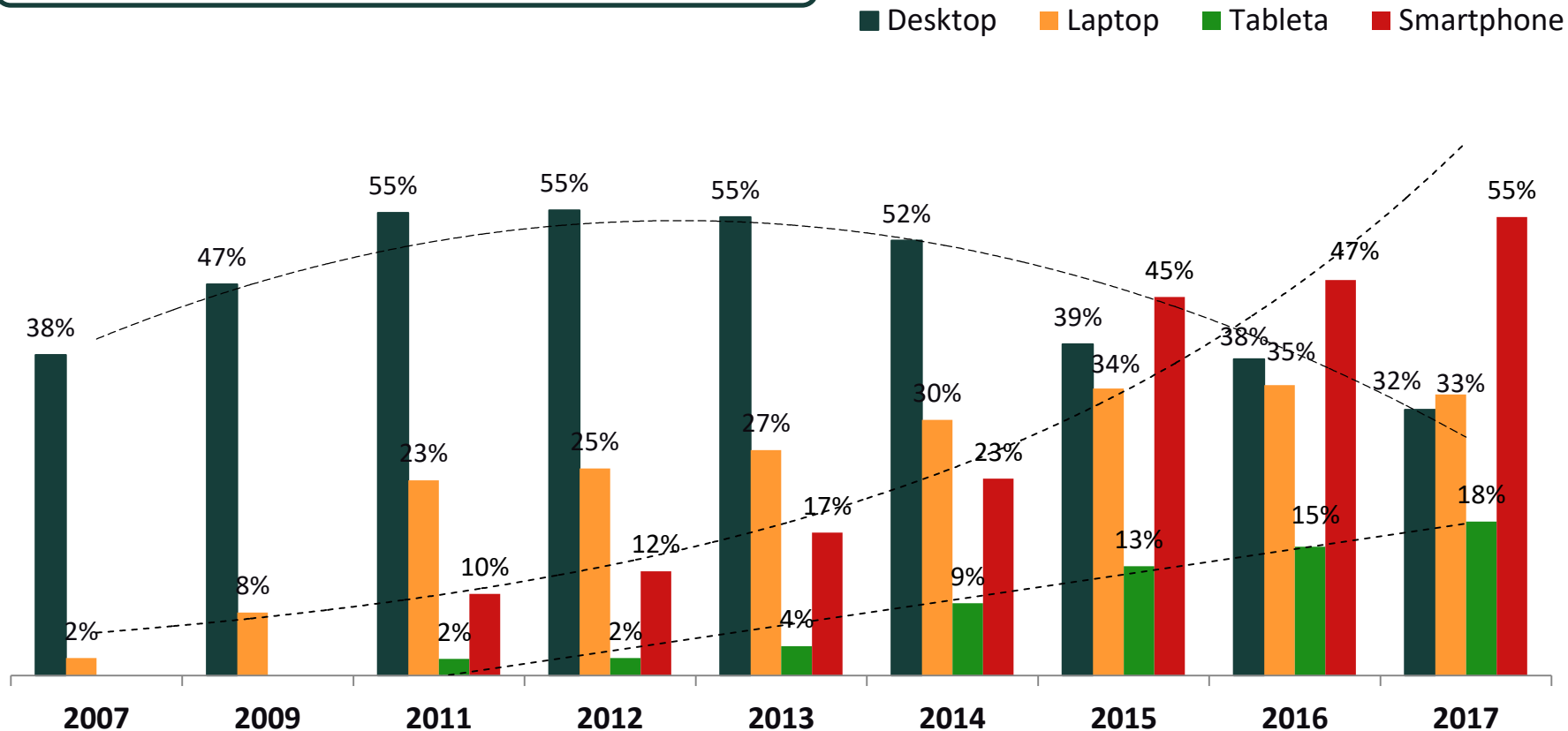
* Din 2015, universul studiului a scazut de la 8,8 mil la 7,8 mil si a suferit modificari in structura, conform Recensamantului Populatii INSSE.

Sursa: SNA FOCUS, 14-64 ani

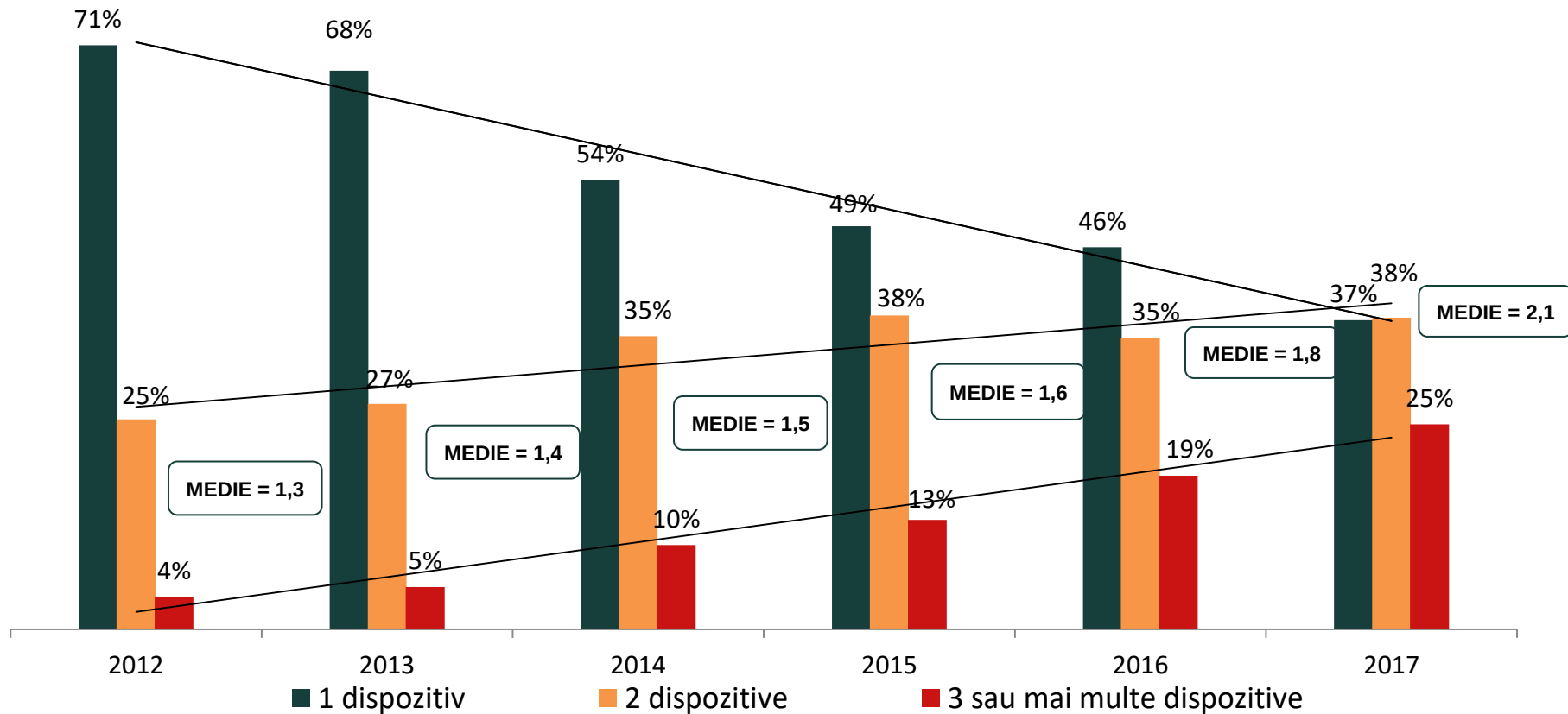
Evolutia investitiilor in publicitatea online



Evolutie posesie dispozitive



Evolutie numar tip dispozitive utilizate pentru accesarea internetului



Vizitatorul si clientul unic



VIZITATORUL

- Gen
- Varsta
- Educatie
- Stare civila
- Statut social
- Venituri
- Intentii cumparare



7,2 clienti unici
per vizitator in
medie pe luna



CLIENTUL UNIC

- Device
- Durata acces
- Sistem de operare
- Versiune browser
- Pagini vizitate
- Refereri
- Geolocalie

SATI 2007 - 2017



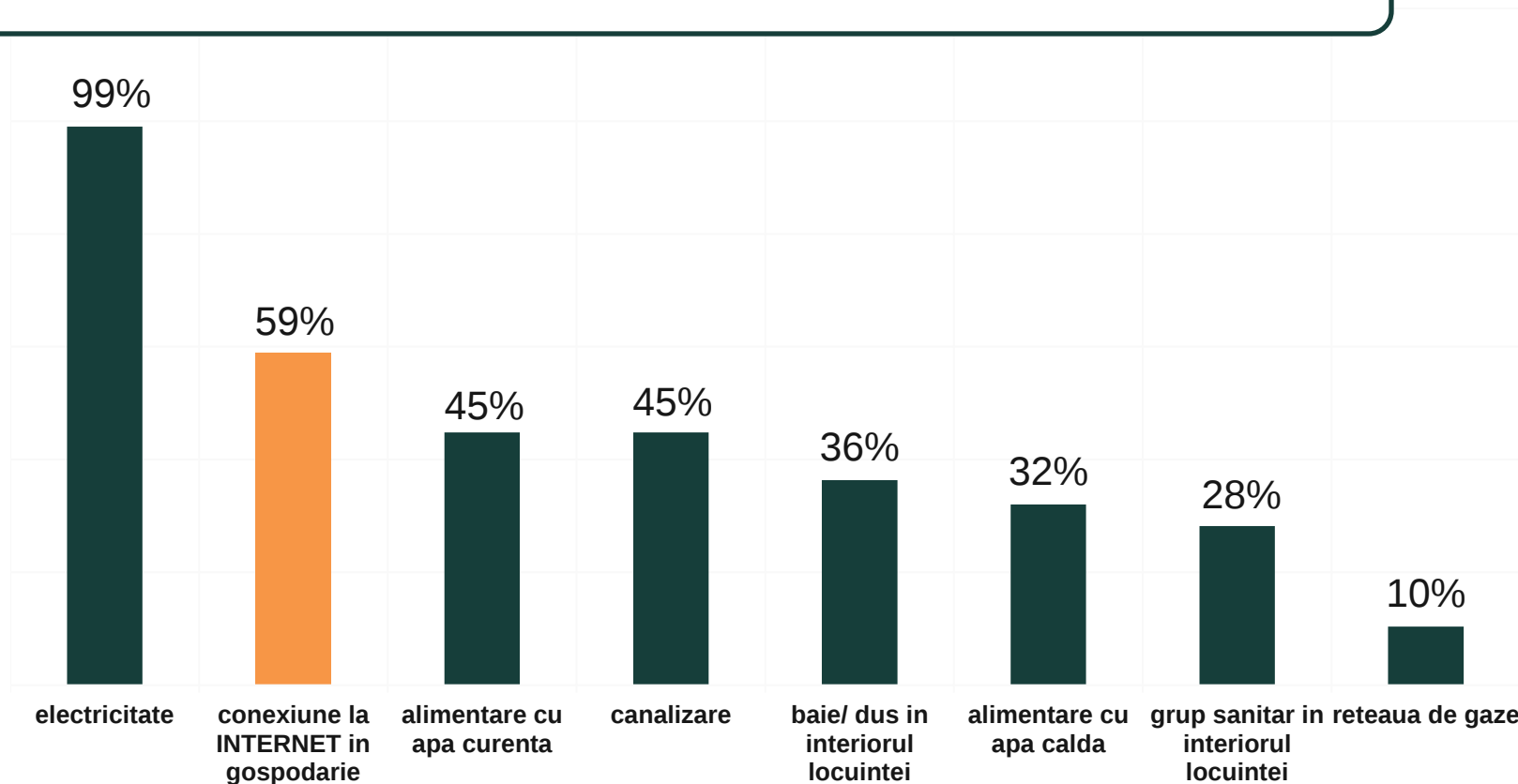
Trimestrial: Date de audienta si profile sociodemografice: numar vizitatori site si profilul lor: gen, varsta, ocupatie, categorie sociala ESOMAR, venituri etc



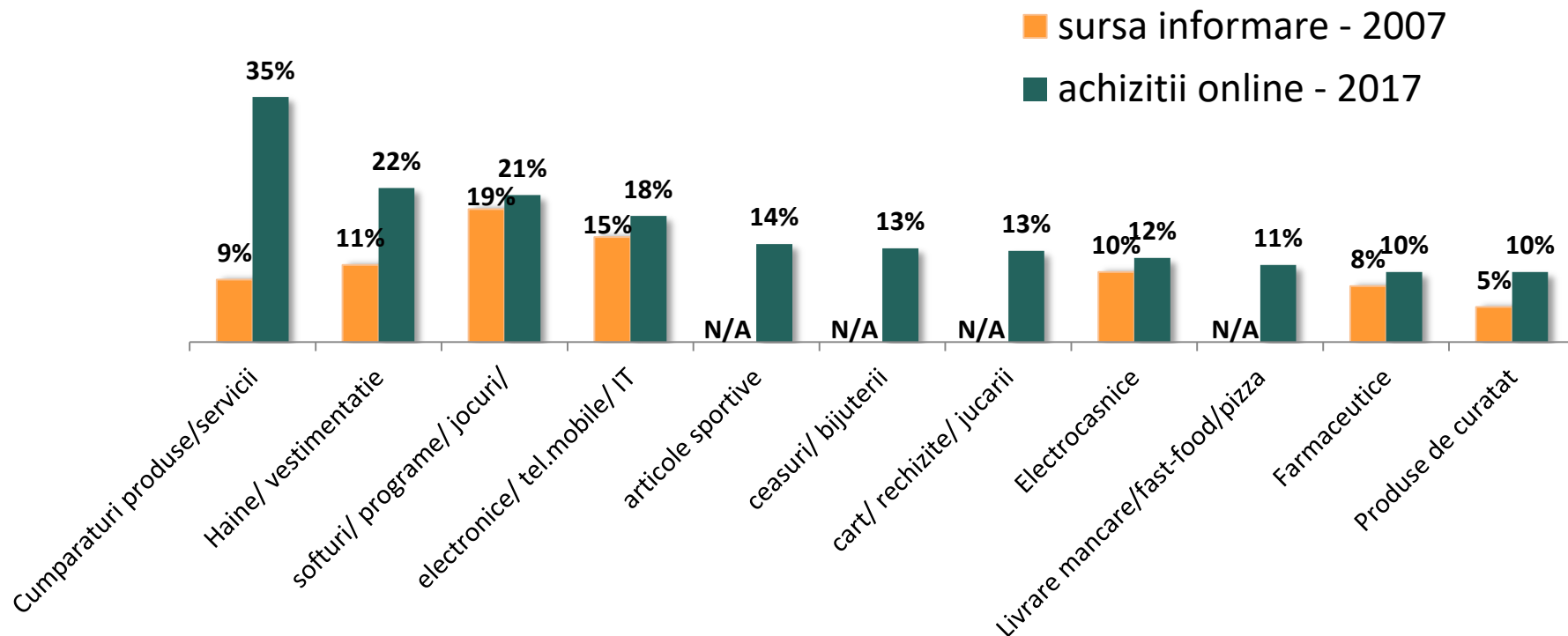
La fiecare 20 min: Rezultate de trafic: afisari, vizite, clienti unici, timp mediu, device, date tehnice

Aplicatie specializata offline: Evaluarea audientei siteurilor si realizarea de gruuri tinta variate, planificarea si evaluarea campaniilor publicitare online la nivel de numar de vizitatori.

Internetul a devenit a doua utilitate din Romania



Internetul a devenit o platforma ce faciliteaza desfasurarea afacerilor



Evolutia mediului online a dus la nevoi noi

TIMP REAL

Raportarea rezultatelor si timp de raspuns

TARGETARE

Segmentarea audientei dupa diverse criterii

PORTABILITATE

Transferul userilor sau a criteriilor de calificare a acestora intre sisteme

AUTOMATIZARE

Mod de lucru automatizat, prin alocarea de resurse minime

si face fata unor noi **provocari**

TRANSPARENTA

Sursa datelor, modul de colectare si procesare

SIGURANTA

Sisteme de control si ajustare adecvate, in timp real

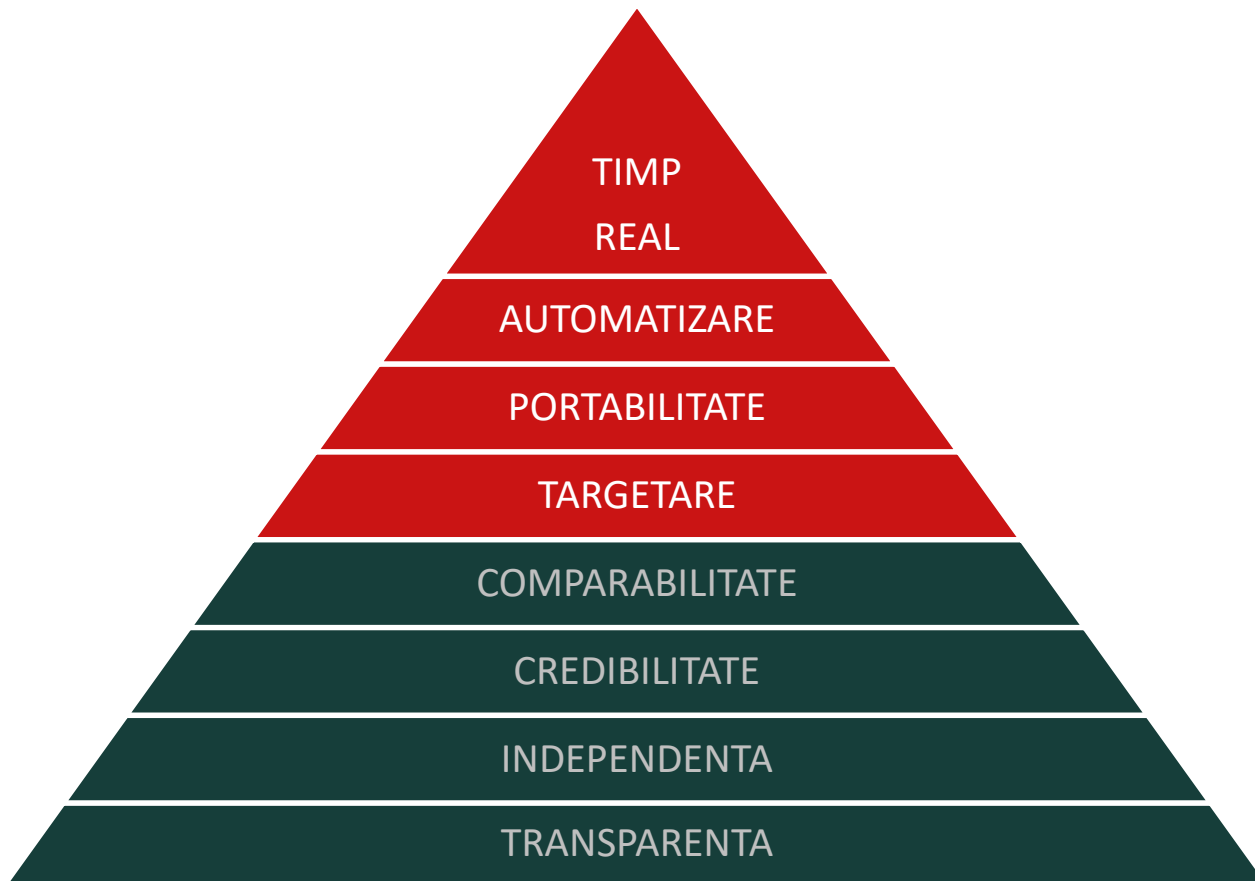
EFICIENTA

Adaptarea criteriilor de targetare obiectivelor propuse

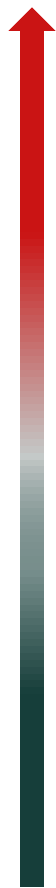
LEGALITATE

Dreptul de a colecta, accesa sau transfera informatii ale userilor

SATI _{si} DMP



SATI si DMP



SATI (Studiul de Audienta si Trafic Internet) = Un sistem de cercetare online, care prin metode diverse de colectare a datelor (masurare mecanica exhaustiva a datelor de trafic, studiul online realizat prin chestionar pe baza unui esantion reprezentativ si procesare de date) ofera rezultate cu privire la traficul, numarul de vizitatori (persoane) si profilul acestora, pentru siteurile web.

SATI DMP (Data Management Platform) = O platforma tehnologica de administrare a datelor referitoare la userii online, care preia diverse seturi de informatii despre acestia (din surse primare, secundare sau tertiare), le standardizeaza si le utilizeaza pentru a crea diverse segmente de useri. Platforma permite apoi portarea acestore segmente, catre alte sisteme sau platforme, fie in scopul monetizarii in publicitate, adresare de mesaje personalizate sau altor tipuri de interactiuni.

SATI 2.0 si SATI DMP – O solutie sindicalizata

Constructie transparenta

Credibilitate

Standardizare

Relevanta

Eficienta costuri

Durata proiect

Decizii pe baza de consens

AVANTAJE

DEZAVANTAJE

SATI 2.0 – O solutie sindicalizata

64 publisheri si regii

12 agentii de media

202 siteuri masurate

65 milioane de clienti unici

2 miliarde de afisari

SATI 2.0 si SATI DMP – Furnizori ai solutiei tehnice



CXENSE – furnizor principal

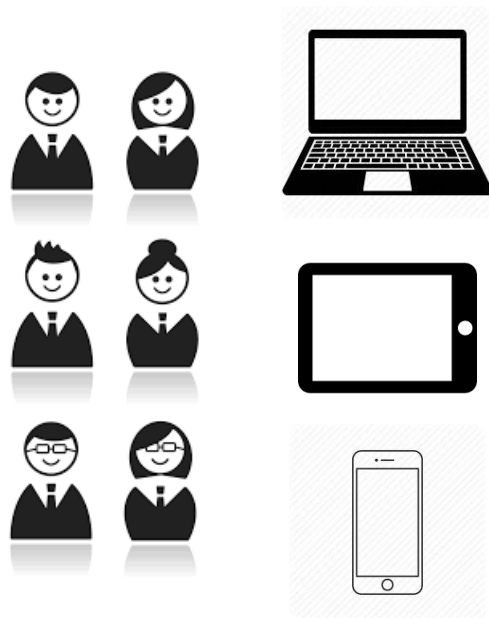
- Colectare date trafic
- Colectare date comportamentale
- Integrare date private
- Solutie tehnica DMP
- Furnizor aplicatii evaluare, analiza, creare segmente de audienta

enreach

Enreach Solutions - subcontractor

- Colectare date chestionar online
- Estimare numar vizitatori si profile
- Analiza semantica si profilare clienti unici

SATI 2.0 si SATI DMP

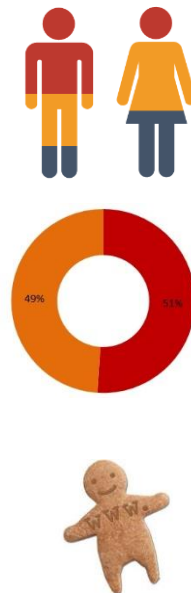


Date comune

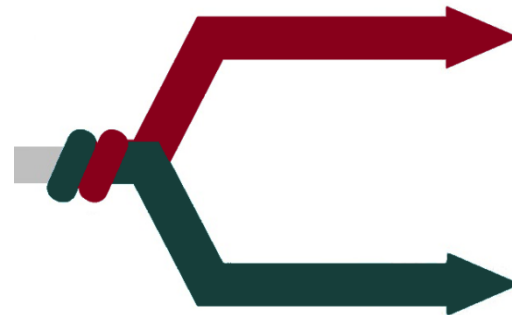
- Siteuri web
- Aplicatii mobil
- Continut accesat
- Chestionar SATI

Date private

- la nivel de user
- detinute de publisheri
- Clienti de publicitate



SATI 2.0 : audienta vizitatori si profile, trafic



SATI DMP: creare segmente audienta si utilizarea lor ulterioara: publicitate sau personalizari

COLECTIE DATE

PROFILARE

FURNIZARE REZULTATE

Vizitatorul, clientul unic si afisarile

www.continut_sportiv.ro

30%



www.continut_sportiv.ro

20%



www.continut_sportiv.ro

10%



70%



80%



90%



profil vizitatori

profil clienti unici

profil afisari

SATI 2.0



Date de audienta si profile sociodemografice: numar vizitatori site si profilul lor: gen, varsta, ocupatie, categorie sociala ESOMAR, venituri etc.

- Lunar



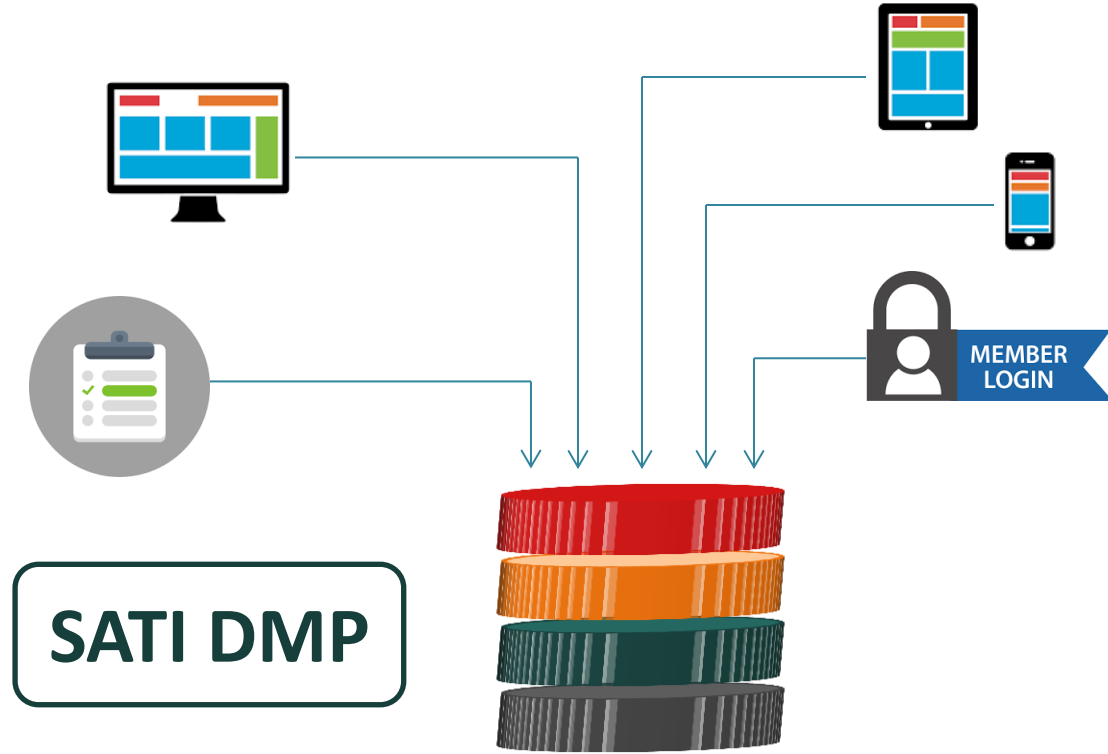
Rezultate de trafic: afisari, vizite, clienti unici, timp mediu, device, date tehnice, **profil sociodemografic.**

- In timp real



Date comportamentale si interese de continut: bazat pe tipul de continut accesat de fiecare user (la nivel de articol) si frecventa de acces.

- In timp real



SATI DMP – O solutie sindicalizata

17 publisheri si regii

11 agentii de media

106 siteuri masurate

50 milioane de clienti unici

1 miliard de afisari

Lista companii beneficiare SATI DMP

Publisheri/regii

Adevarul Holding

Antena 3

Antena TV Group

Burda Romania

Convergent Media

Dogan Media International

eAd.ro Interactive

Eta Media Publishers

Inteligo Media

Internet Corp

Mediafax Group

OLX Online Services

Pro TV

RCS&RDS

Ringier Romania

Transilvania Grup Business

ThinkDigital

Agentii de media

B.V. McCann Advertising

Carat Romania

Havas Media

Initiative Media

Media Investment Communication

MediaCom Romania

Publicis Groupe Media

United Media Services

Wavemaker Romania

Zenith Media Communications

Organizarea datelor in cadrul SATI DMP

Agentie/ Client 1



Agentie/ Client 2



Agentie/ Client 3



Publisher/Furnizor 1



Publisher/Furnizor 2



Publisher/Furnizor 3

SATI 2.0 si SATI DMP – Furnizori ai solutiei tehnice



CXENSE – furnizor principal

- Colectare date trafic
- Colectare date comportamentale
- Integrare date private
- Solutie tehnica DMP
- Furnizor aplicatii evaluare, analiza, creare segmente de audienta

SATI 2.0 si SATI DMP – Furnizori ai solutiei tehnice



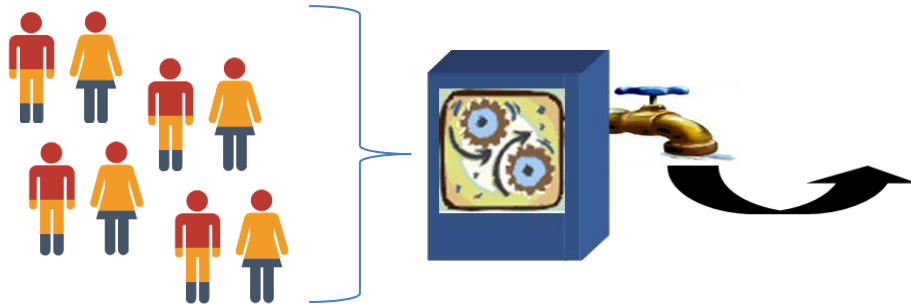
Kimmo Kiviluoto
CEO, co-fondator al Enreach Solutions

enreach

Enreach Solutions - subcontractor

- Colectare date chestionar online
- Estimare numar vizitatori si profile
- Analiza semantica si profilare clienti unici

Profiling process in a nutshell



Key Inputs

- All behavior on the covered ~200 sites
- Detailed analysis of content on sites
- Survey ~10,000 responses per month, 35 questions



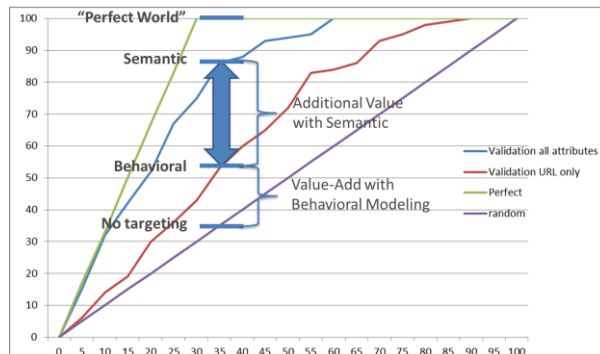
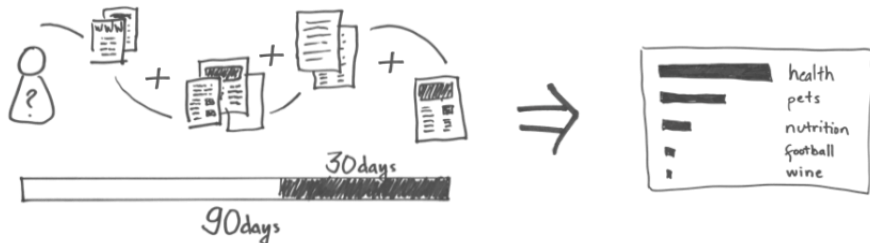
Technology

- Machine Learning / Advanced Analytics
- Semantic Content Analysis

Outputs

- 175 segments, covering all main segment types
- Defined for each visitor in the Active Audience in Romania
- Directly available for monetization in advertising & marketing, as well as reporting & insights

Semantic content analysis provides more depth to profiles & improves results



The result: significant improvement in segmentation accuracy

Plenty of ways to segment audiences

– each have their own use cases, so all should be covered



- Demographics
 - Socioeconomics
 - Values
 - Product & service usage
 - Product & service buying intent
 - Interests
 - Geo
 - Device
 - Specific site visits
 - Sign-in (CRM) data based
- ... Plus all combinations of the above!**



Segmentarea audientei in DMP

125 de segmente, comune tuturor beneficiarilor SATI

Utilizand operatori logici ele pot fi utilizate in orice combinatie, creand propriile descrieri de segmente de audienta.

Segmentele pot fi utilizate in combinatie cu orice alte informatii disponibile in SATI (metrici trafic, cuvinte cheie din pagina, date private ale unui publisher, evenimente custom urmarite in pagina, etc)

Temele de interes ale vizitatorilor (pe baza continutului)

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Active outdoors & nature | 13. Home improvement & diy | 25. Religion and spirituality |
| 2. Automotive | 14. Interior design & furnishing | 26. Science |
| 3. Books and literature | 15. Medical health | 27. Shopping |
| 4. Business and finance | 16. Movies | 28. Sports |
| 5. Celebrities & entertainment | 17. Music and audio | 29. Style and fashion |
| 6. Education | 18. News and politics | 30. Technology and computing |
| 7. Events and attractions | 19. Organic & sustainable development | 31. Television |
| 8. Family and relationships | 20. Personal finance | 32. Theater, arts & culture |
| 9. Fine art | 21. Pets | 33. Travel |
| 10. Food and drink | 22. Plants & gardening | 34. Video gaming |
| 11. Healthy living | 23. Pop culture | 35. Video imaging & photos |
| 12. Hobbies and interests | 24. Real estate | |

Caracteristici sociodemografice disponibile pentru segmentare

- 1. Gen**
- 2. Varsta**
- 3. Educatie**
- 4. Starea civila**
- 5. Statut social**
- 6. Statut ocupational**

- 7. Venit personal**
- 8. Venit pe gospodarie**
- 9. Prezenta copiilor in gospodarie**
- 10. Varsta copiilor**
- 11. Intentie de cumparare bunuri**
- 12. Intentie de cumparare servicii**

Facilitati SATI DMP

SATI DMP



Crearea oricor segmente de audienta, in timp real



Analiza segmentelor (la nivel de site), in functie de volum sau de comportament



Compararea facila a caracteristicilor a doua sau mai multe segmente in paralel



“Activarea” segmentelor pe siteurile participante SATI DMP (prin intermediul publisherului ce detine respectivul site)

Utilizarea SATI DMP pentru tranzactionarea publicitatii



Agentie sau
advertiser



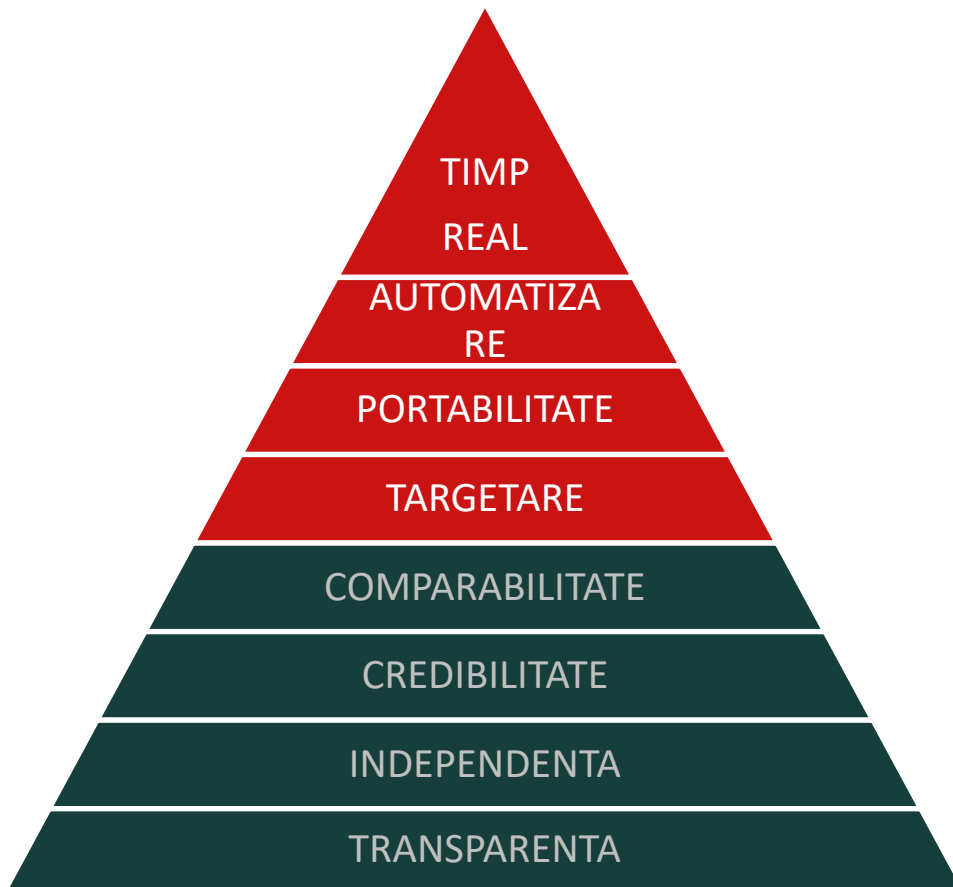
Gender
FEMALE
Age
31 YEARS

Publisher sau
regie

Adserver
publisher/regie



SATI si DMP



- ☒ CONTROL
- ☒ SIGURANTA
- ☒ EFICIENTA
- ☒ TRANSPARENTA

Anne Roland
GM CXENSE EMEA

Kimmo Kiviluoto
CEO Enreach

Arina Ureche
Director General BRAT

