

Измерение рынка ООН и ДООН



Продукты и сервисы компании Admetrix



Оглавление

[О компании](#)

[О продуктах](#)

[Мониторинг всего инвентаря](#)

[Аудиторные данные](#)

[Мониторинг цифрового инвентаря](#)

[Сравнение методов мониторинга](#)

[Профилирование аудитории](#)

[Каналы доступа к данным](#)

[Методология расчетов](#)

[Источники данных в России](#)

[Геометрия и факторы обзора конструкций](#)

[Методика расчета OTS](#)

[Методика расчета OTS digital конструкций](#)

[Оценки медиаметрии адресных программ \(R&F\)](#)

[Контакты](#)

01

О компании

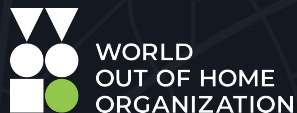


Об Admetrix

- С декабря 2021 года входит в группу компаний **Mediascope**
- **Admetrix** – стратегический партнер ЭСПАР
- **Независимый индустриальный поставщик данных** мониторинга наружной рекламы и аудиторных характеристик конструкций
- **Эксперт по работе с картами** и геоинформационными системами
- **Аудит размещения и оценка эффективности рекламы**
- Партнер индустриальных ассоциаций: АКАР, АРИР, Русбренд

В основе наших продуктов

- Международные и отраслевые стандарты: ESOMAR, World OOH Organization, АКАР и АРИР
- Сочетание технологической базы с математическими моделями и алгоритмами
- Научные методы в картографии и математико-картографическое моделирование
- Интегрированный подход, доступность и прозрачность
- Независимая экспертиза



ESOMAR

АКАР



— Наши продукты



Мониторинг
цифровых экранов



Мониторинг
рекламоносителей



Рейтинги рекламных
конструкций



Профилирование



Аудиторные
данные



Доступ к данным
через web-сервис

- Данные мониторинга наружной рекламы в России, конкурентный анализ, детальная эфирная справка
- Аудиторные данные по всем стандартным рекламным носителям по 41 городу России
- Высокоточные данные об объемах автомобильных и пешеходных потоков
- Ежемесячное визуальное инспектирование всех рекламоносителей

Фундаментальные основы для обработки данных



Карты и ГИС

Город



Факторы обзора

Городское окружение



Маршруты и профиль

Передвижение целевой аудитории



Инвентарь

Конструкции



Объем трафика

Люди

Система консолидированного принятия решений о развитии измерений

- ✓ Группы пользователей данных под эгидой Русбренд
- ✓ Отчетность о проведенных работах
- ✓ Обсуждение направлений развития исследований
- ✓ Внедрение изменений в соответствии с консолидированным решением



02

О продуктах



— Мониторинг всего инвентаря

- 50 городов России
- 95% инвентаря стандартного формата
- Ежемесячные объезды собственными силами
- Единые каталоги, описывающие рекламу
- Обновление каждый месяц - 12 обновлений в год

Неотъемлемая основа для комплексного и глубокого анализа конкурентной среды: в объеме сторон, в оценке затрат, в медийном весе

Пример анализа данных мониторинга



Пример карты размещения при конкурентном анализе



— Аудиторные данные

- Рейтинги и охватно-частотные характеристики на базовую аудиторию 18+
- OTS, GRP, TRP, Affinity Index, R&F для 36 ЦА (пол, возраст, доход)
- Для всех типов конструкций - цифровых и классических
- Для разных схем вещания на цифровых носителях
- Для 100% инвентаря стандартного формата в 41 городе России

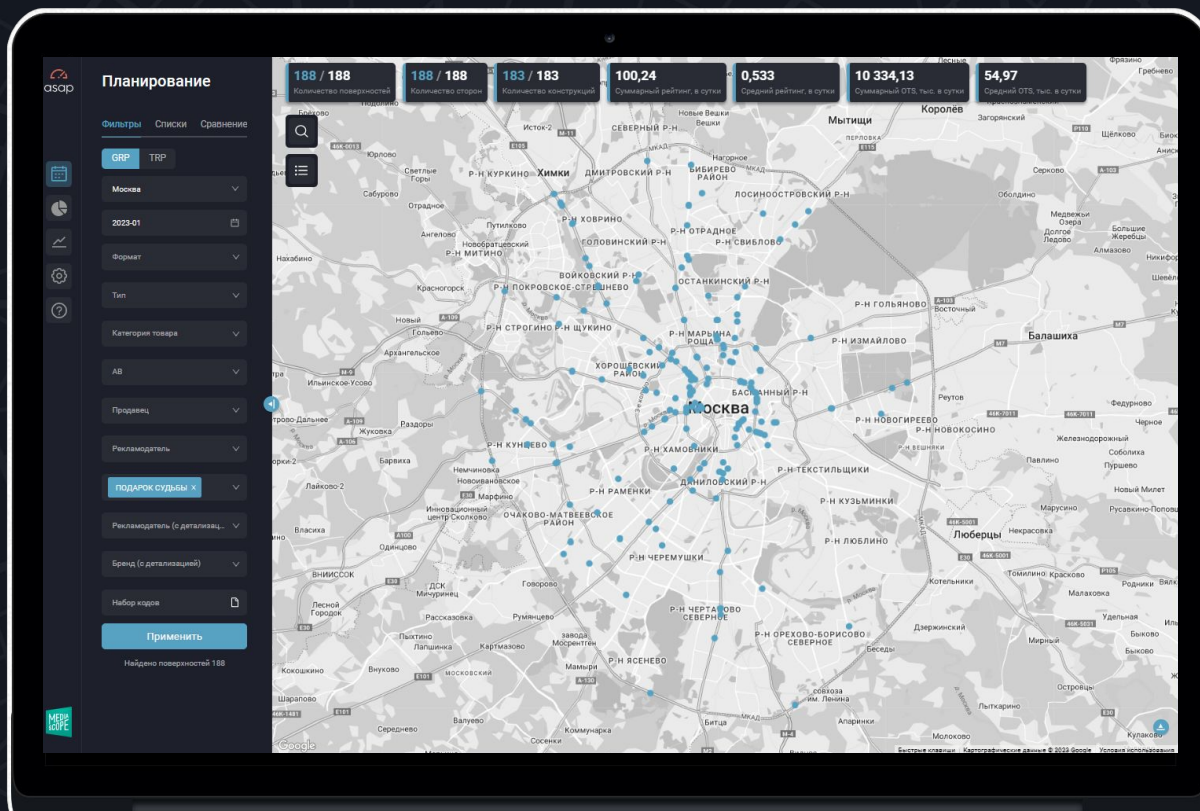
Выбирайте и покупайте нужную аудиторию, ее охват, объем и частоту воздействия, а не показы рекламы или стороны

— Аудиторные данные

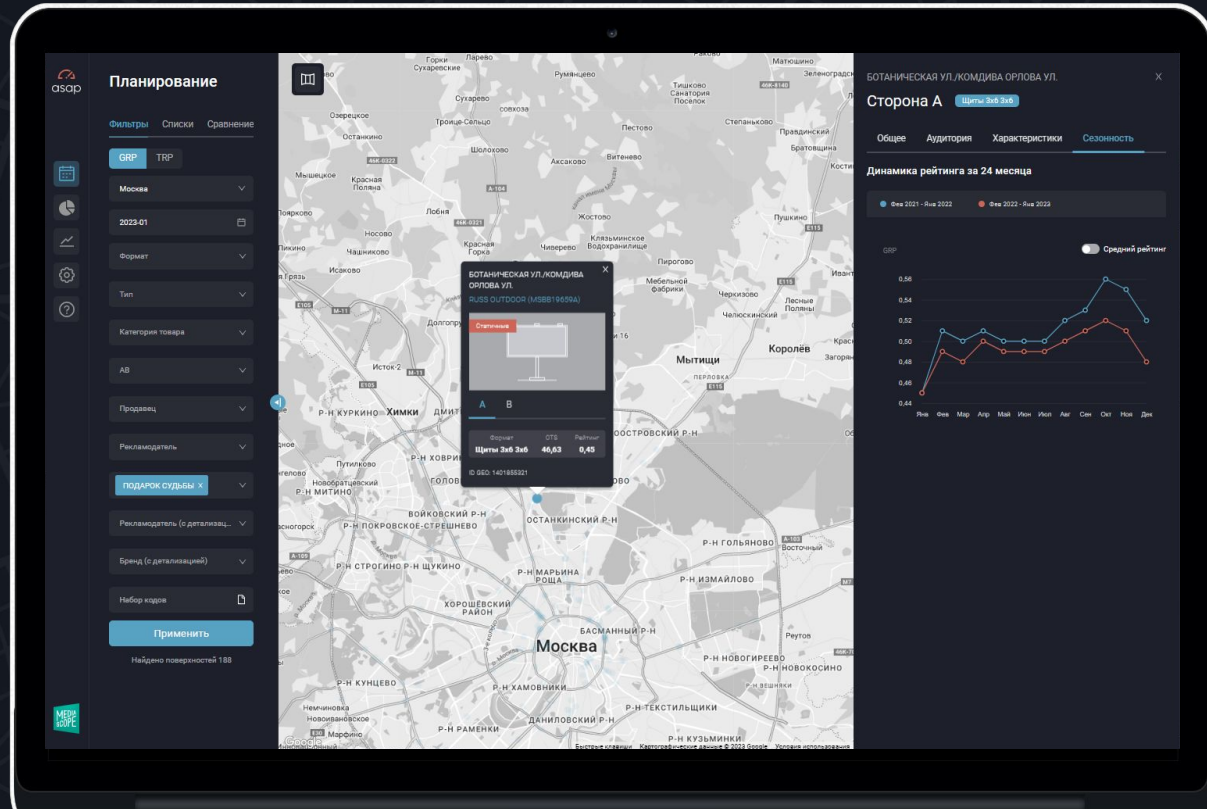
- Ежемесячное обновление - 12 раз в год
(с учетом изменений объемов аудитории)
- Единые поставщики данных об объемах аудитории
- Единая методика расчета медиаметрических характеристик
- С учетом восьми факторов обзора и скоростей движения
- Суточное распределение объемов аудитории

Выбирайте и покупайте нужную аудиторию, ее охват, объем и частоту воздействия, а не показы рекламы или стороны

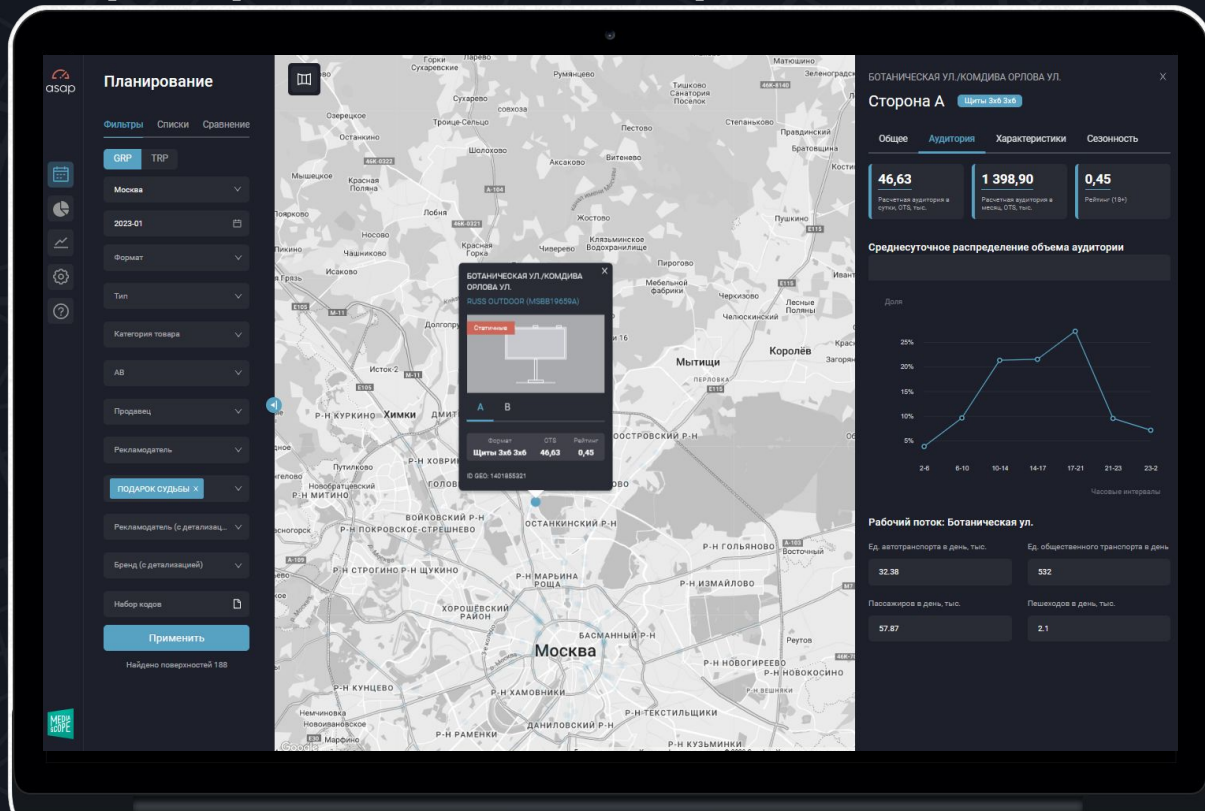
Пример анализа аудиторных данных



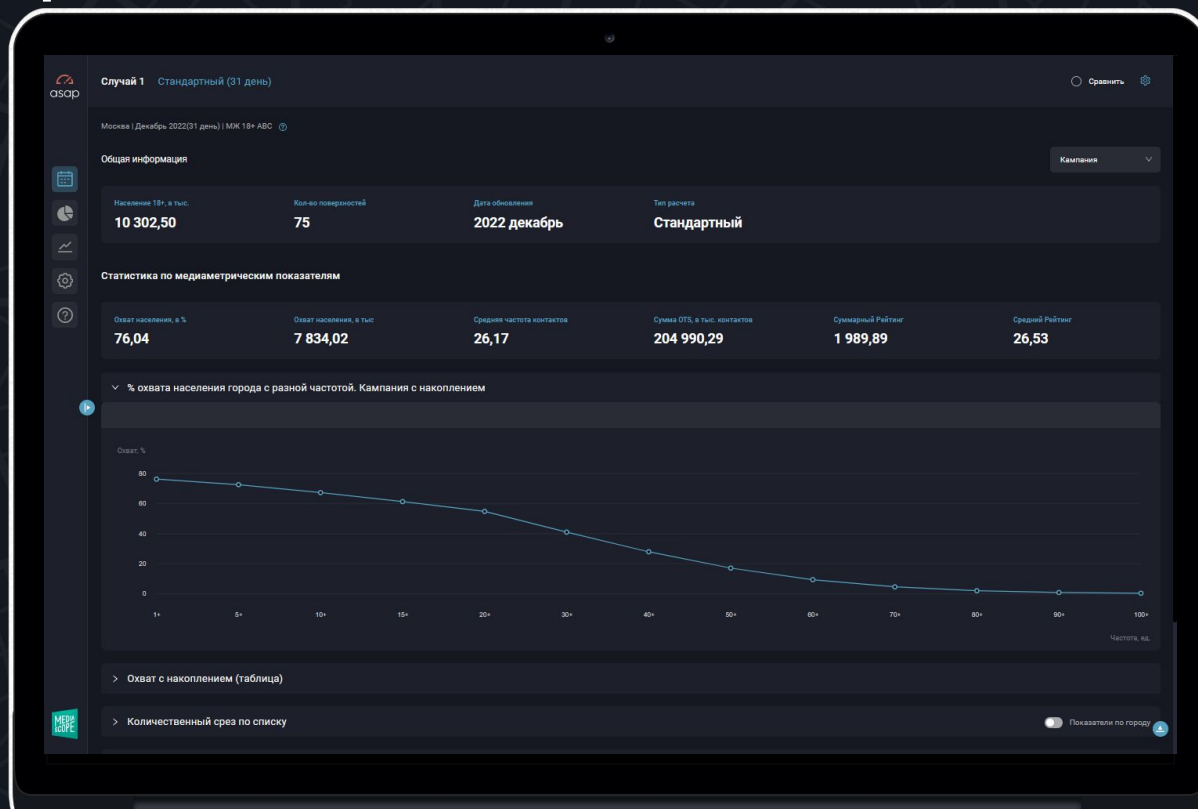
Пример анализа аудиторных данных: сезонность рейтинга рекламной поверхности



Пример анализа аудиторных данных: суточная динамика аудитории рекламной поверхности



Пример расчета охватно-частотных характеристик рекламной кампании



Мониторинг цифрового инвентаря

- ✓ Москва, Санкт-Петербург + 34 города
- ✓ Верификация 100% выходов рекламы для стандартных и нестандартных схем вещания (вкл. programmatic) с плееров экранов
- ✓ Единые каталоги, описывающие рекламу
- ✓ Обновление каждую неделю - **52** обновления в год
- ✓ Содержит **100%** креативов

Эфирная справка - проверяйте объем выходов своей рекламы, распределение выходов по экранам, по дням недели и по часам внутри каждых суток, делайте детальный анализ конкурентной среды



Мониторинг цифрового инвентаря



Весь цифровой инвентарь 9 операторов – участников проекта:

Russ Outdoor, Gallery, Расвэро, LBL, Sunlight Outdoor, Intention, ЭФИР, RGB, Insight Media



Потоковые данные (логи) с плееров раз в сутки



Видео-потoki с камер, установленных на экранах – для выборочной проверки данных с плееров

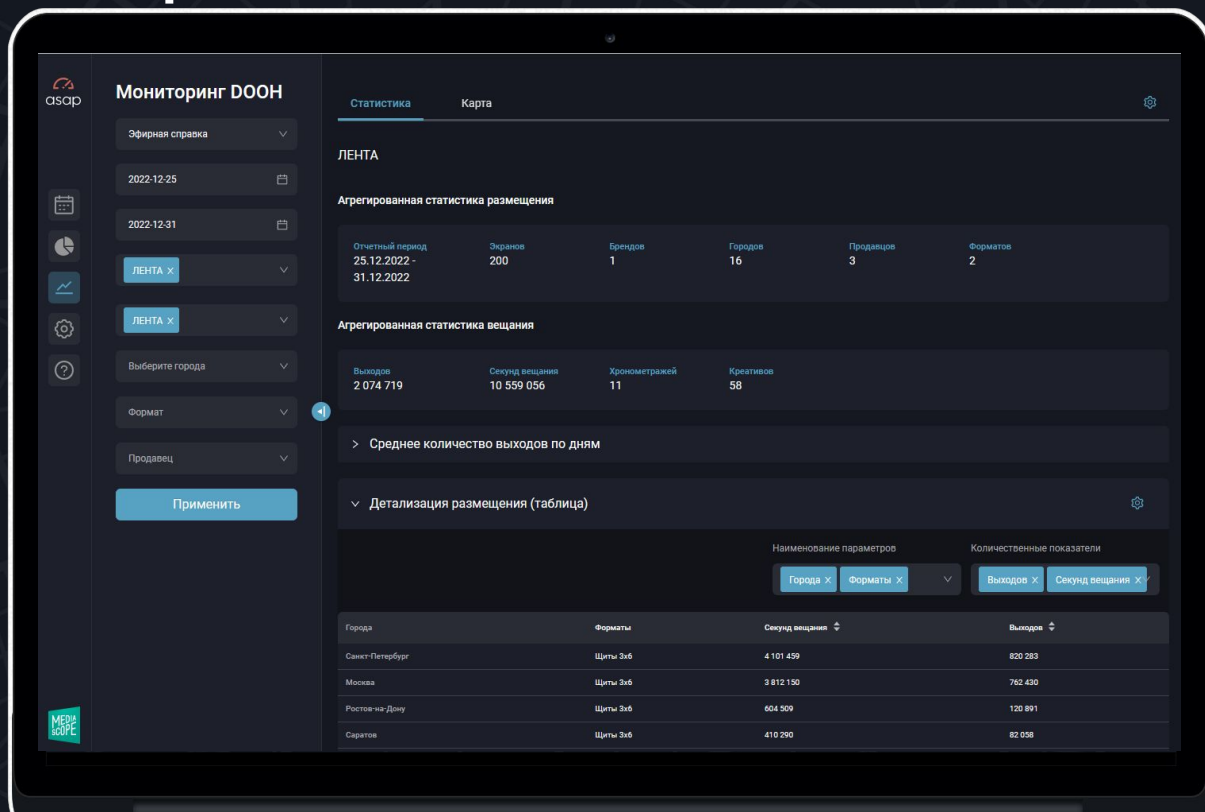
**Вовлекайте операторов к участию в проекте,
делайте Digital ООН понятнее и прозрачнее!**



Сравнение методов мониторинга

	Мониторинг цифрового инвентаря	Мониторинг всего инвентаря (по части цифрового инвентаря)
Точность	Не менее 95%	...
Частота	Раз в неделю	Раз в месяц
Полнота	100%	80%
Детализация	До каждого выхода	Выход при стандартной покупке на месяц (в «барабане»)
«Эфирная справка»	Да	Нет
Креатив / Фото	Да	Частично
Охват рекламодателей	Только операторы-участники	95%

Пример отчета и анализа данных из мониторинга цифрового инвентаря



Профилирование аудитории



- Абоненты 18+
- Определение всех треков в радиусе конструкции в соответствии с восемью факторами обзора
- Пол, возраст, доход – на стороне сотового оператора
- Определение города постоянного пребывания абонента по базовой станции с приоритетом ночного интервала
- Экстраполяция данных на долю абонентов сотового оператора в регионе
- Обогащение ASAP новыми данными - TRP

Профилирование аудитории: состав города как на ладони



Планирование по индексу соответствия (Affinity index) – охватная программа с акцентом на заданную целевую аудиторию*

Affinity index = TRP / GRP

36 ЦА

Пол: 2 группы

Возраст: 6 групп

Доход: 3 группы

Телеком замеры

25 городов

>2К направлений

>28К сторон

с учетом восьми факторов обзора

Совместно с **М Т**
С

* На сегодня только по инвентарю Russ Outdoor

Каналы доступа к данным



asap

Admetrix Statistical
and Planning system

Данные традиционного и цифрового мониторинга, аудиторные данные. Анализ рынка наружной рекламы, конкурентный анализ, охватно-частотные характеристики рекламных кампаний, эфирные справки.

API

Методы API позволяют получить доступ к исходным данным мониторинга и рейтингам, проводить анализ, строить нужные (настроенные под конкретные параметры) отчеты на своей стороне.

XLS
CSV

Возможность частичной выгрузки данных в файлы формата Excel, CSV для самостоятельного построения нужных отчетов, сводных таблиц, графиков

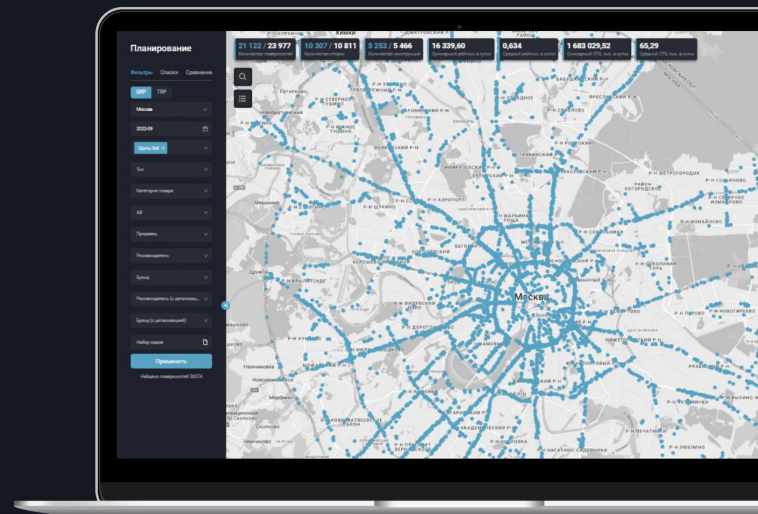
Доступ к данным через Web-сервис ASAP



asap

Admetrix Statistical
and Planning system

- Карта рынка
- Обзоры динамики и тенденций рынка
- Рейтинги поверхностей конкурентов
- Адресные программы размещения всех брендов
- Оценка затрат рекламодателей на наружную рекламу
- Расчеты охватно-частотных характеристик
- Мониторинг цифрового инвентаря
- Профилирование аудитории
- Удаленный доступ и работа
- Ежемесячное обновление данных
- Еженедельное обновление данных мониторинга цифрового инвентаря
- Индивидуальная настройка сервиса

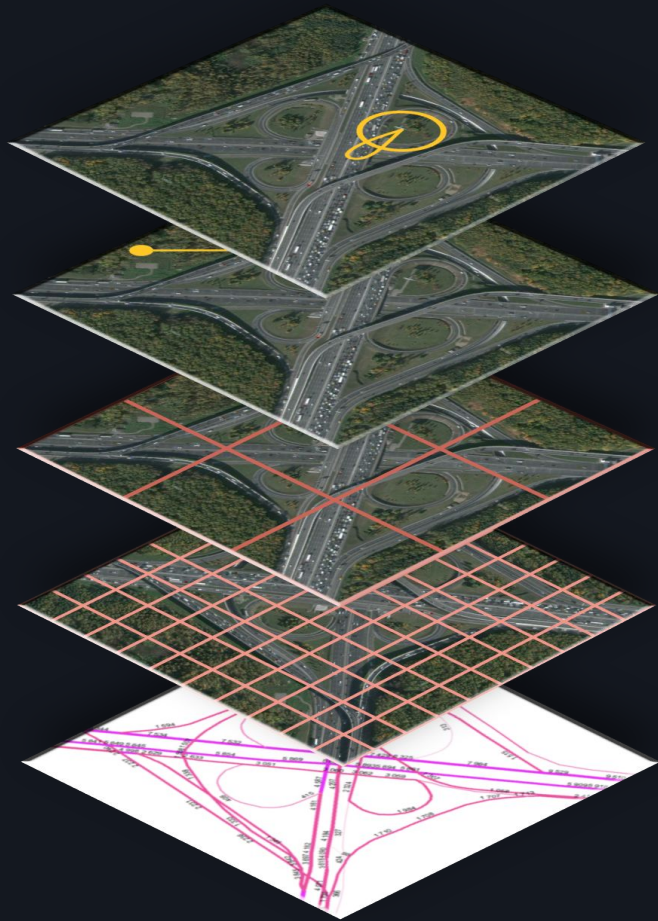


03

Методология расчетов



Источники данных в России



ТЕСТ

Wi-Fi

Калибровка для настройки модели расчета охватов и частот

ЕЖЕМЕСЯЧНО

Оптика

Калибровка для верификации данных по автомобильному трафику

ИССЛЕДОВАНИЕ

Телеком

Количество устройств, зарегистрированных в ячейке за отчетный период по социально-демографическому таргетингу (36 ЦА)

ЕЖЕМЕСЯЧНО

GPS (События)

Количество устройств, зарегистрированных в ячейке за отчетный период

ЕЖЕМЕСЯЧНО

GPS (Объемы потоков)

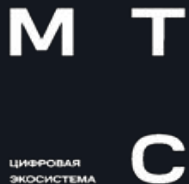
Количество транспортных средств, прошедших по отрезку за отчетный период

СТАРТ

Основные данные: автомобильные и пешеходные потоки, скорости

- Точность и качество данных
- Доступность данных
- Применимость данных для решения задач

Уникальная модель закупки, обработки и поставки данных с учетом принципов международных и стандартов ESOMAR



ESPAR

tomtom

locomizer



Квазар

Информационно-аналитический центр

и другие

TomTom: количественные данные о транспортных потоках

БАЗА 10%

280,5 тыс.

Количество сегментов
дорожной сети

18 932,2 км

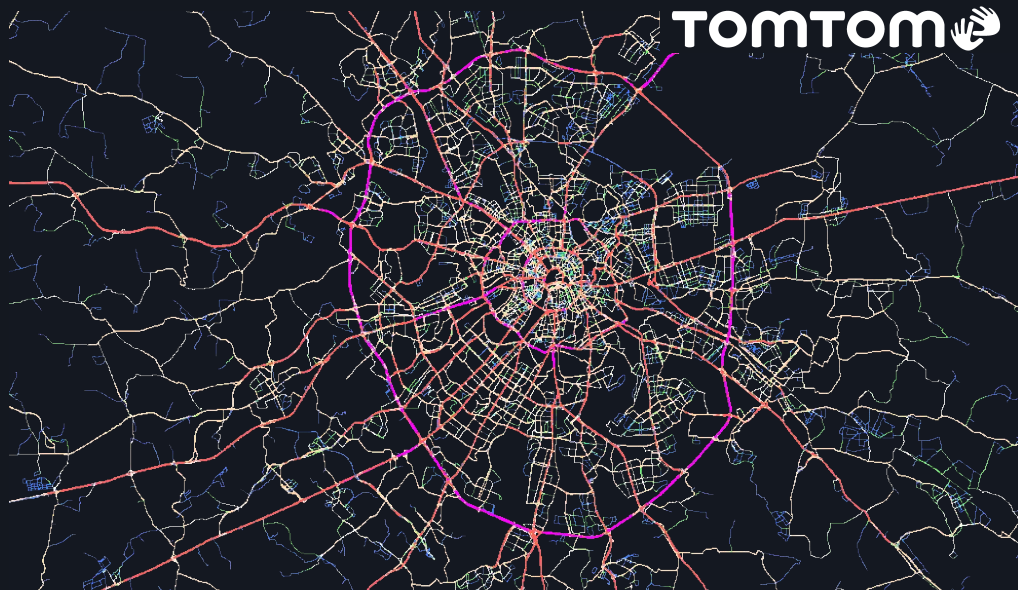
Общая протяженность

547,2 млн.

Сумма устройств
(автомобильная навигация, навигационные
приложения и мобильные устройства Apple)
на всех сегментах в среднем в сутки

GPS (Объемы потоков) ЕЖЕМЕСЯЧНО

Количество транспортных средств, прошедших
по отрезку за отчетный период



Locomizer: количественные данные о пешеходных потоках

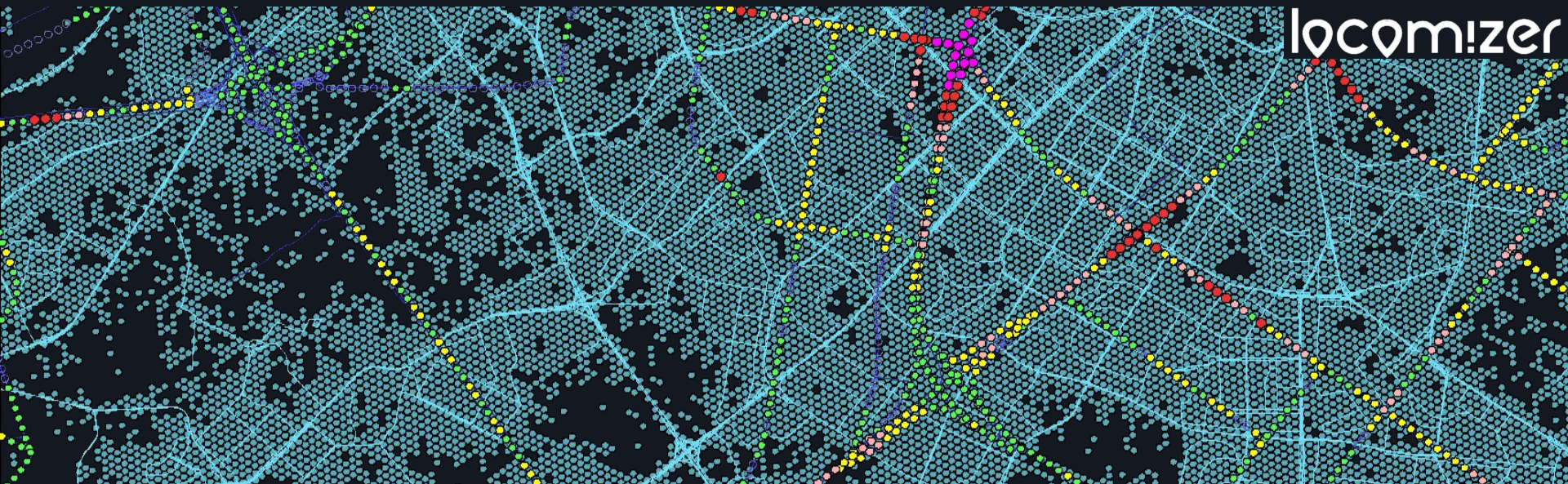
БАЗА 10%

297,7 тыс.

Полигонов

GPS (События) ЕЖЕМЕСЯЧНО

Количество устройств, зарегистрированных в ячейке за отчетный период



BestPlace: моделирование пешеходных потоков

Открытые источники

- Жилые дома
- БЦ и ТЦ
- Станции метро и наземного транспорта

Коэффициенты

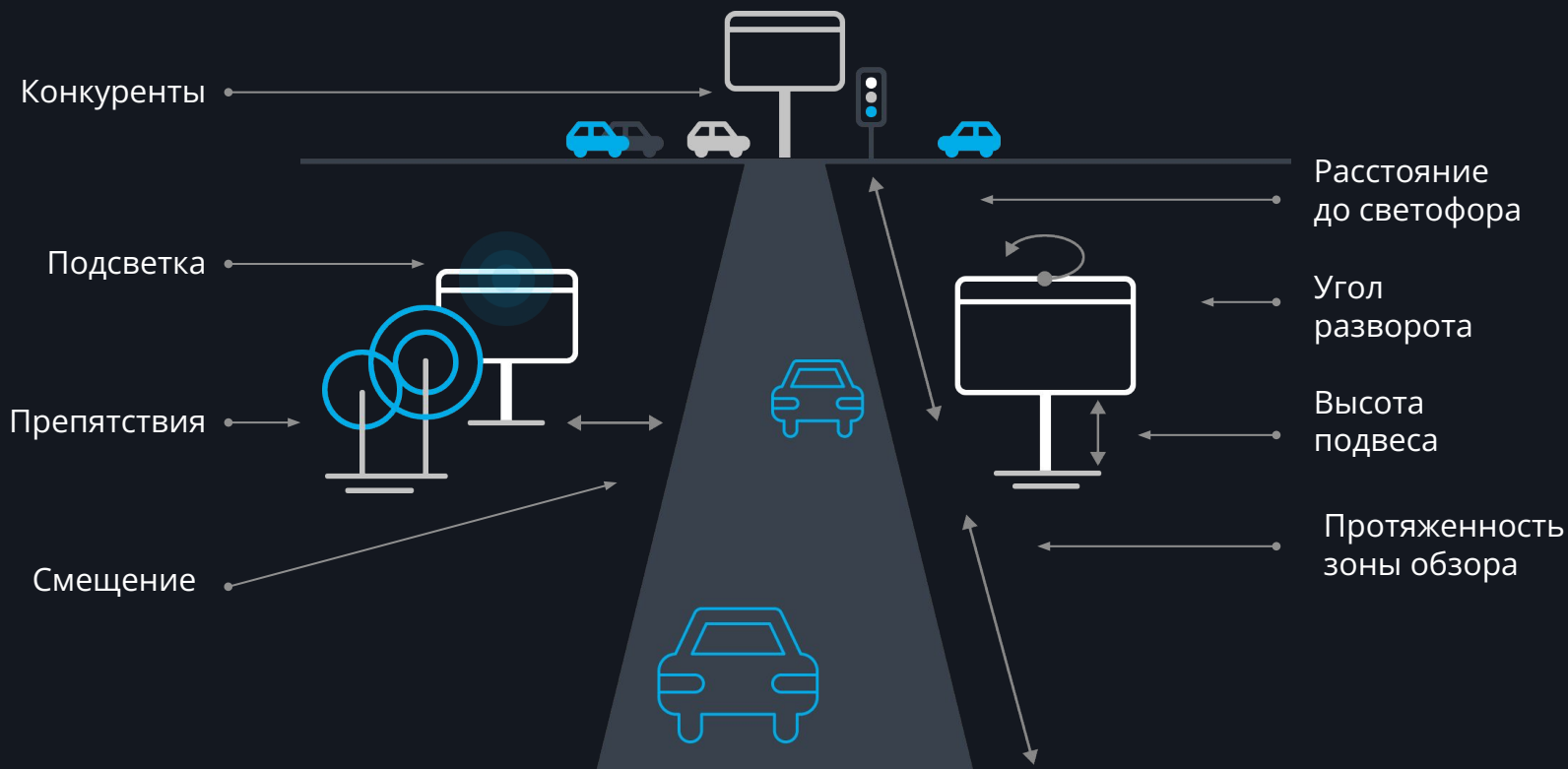
Только на территориях, где
может появиться пешеход

GPS (События) ЕЖЕМЕСЯЧНО

Количество устройств, зарегистрированных
в ячейке за отчетный период



Геометрия и факторы обзора конструкций



Геометрия и факторы обзора конструкций

Протяженность зоны обзора (метры)	100>	75...100	50...75	25...50	>25
Смещение от оси движения (метры)	0...15		15...30		30>
Высота подвеса (метры)	>3	3...6	6...12		12>
Конкурирующие конструкции (кол-во)	0	1	2	3,3>	
Угол разворота	Перпендикулярно		По диагонали		Параллельно
Расстояние до светофора (метры)	>50	50...100		150>	
Препятствия обзору	Нет		Незначительные		Значительные
Подсветка	Есть			Нет	

Методика расчета OTS

Работа с исходными данными и влияние 8 факторов обзора на примере автомобильных потоков TomTom

$$5 \text{ (000)} \times 10 \times 1,5 \text{ (000)} = 75 \text{ OTS Gross (000)}$$

$$\times K \left\{ \begin{array}{l} \text{Протяженность зоны обзора (метры)} \quad 1 \\ \text{Смещение от оси движения (метры)} \quad 1 \\ \text{Высота подвеса (метры)} \quad 1 \\ \text{Конкурирующие конструкции (кол-во)} \quad 0,8 \\ \text{Угол разворота} \quad 1 \\ \text{Расстояние до светофора (метры)} \quad 0,8 \\ \text{Препятствия обзору} \quad 0,9 \\ \text{Подсветка} \quad 1 \end{array} \right\} = 43,2 \text{ OTS (000)}$$

Коэффициент
K = 0,57

Методика расчета OTS digital конструкций

Сравнение с аналогичной статичной конструкцией

Дано:

OTS = 43,2

Статика

V = 11,1 м/с

скорость движения 40 км/ч

S = 125 м

протяженность зоны обзора

T = 11,3 с

время нахождения в зоне обзора

K = 1,5

Digital



$$\begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{Статика} \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{K} \\ \text{Digital} \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{Доля блока,} \\ \text{которую} \\ \text{можно} \\ \text{увидеть} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{OTS выхода} \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{OTS выхода} \end{matrix} \times \begin{matrix} \text{Выходы} \\ \text{Количество в блоке} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{OTS блока} \end{matrix}$$

$$\begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{Статика} \end{matrix} / \begin{matrix} \text{OTS} \\ \text{OTS выхода} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{Доля OTS digital} \\ \text{выхода от OTS} \\ \text{статики} \end{matrix}$$

Методика расчета OTS digital конструкций

Сравнение с аналогичной статичной конструкцией

Разная скорость
Одинаковая
продолжительность выходов



Щиты 3 x 6

		статика	digital	digital	digital	digital
Скорость	км/час		40	60	80	100
Скорость	м/сек		11,1	16,7	22,2	27,8
Протяженность зоны обзора	м		125	125	125	125
Время нахождения в зоне обзора	сек		11,3	7,5	5,6	4,5
Продолжительность выхода	сек		5	5	5	5
Кол-во выходов в блоке	шт		10	10	10	10
Время ротации (блок)	сек		50	50	50	50
Кол-во увиденных выходов	шт		3,1	2,3	1,9	1,7
Доля блока, которую можно увидеть	%%		31%	23%	19%	17%
K digital	коэф-т		1,5	1,5	1,5	1,5
OTS статика	контакты	43 200				
OTS выхода	контакты		19 764	14 904	12 474	11 016
OTS блока	контакты		197 640	149 040	124 740	110 160
Кол-во блоков в сутки	шт		1 728	1 728	1 728	1 728
Доля OTS digital выхода от OTS статика	%%		46%	35%	29%	26%

Методика расчета OTS digital конструкций

Сравнение с аналогичной статичной конструкцией

Одинаковая скорость
Разная продолжительность
выходов



Щиты 3 x 6

		статика	digital	digital	digital	digital
Скорость	км/час		60	60	60	60
Скорость	м/сек		16,7	16,7	16,7	16,7
Протяженность зоны обзора	м		125	125	125	125
Время нахождения в зоне обзора	сек		7,5	7,5	7,5	7,5
Продолжительность выхода	сек		5	10	25	50
Кол-во выходов в блоке	шт		10	5	2	1
Время ротации (блок)	сек		50	50	50	50
Кол-во увиденных выходов	шт		2,3	1,7	1,3	1,1
Доля блока, которую можно увидеть	%%		23%	33%	63%	113%
K digital	коэф-т		1,5	1,5	1,5	1,5
OTS статика	контакты	43 200				
OTS выхода	контакты		14 904	21 384	40 824	73 224
OTS блока	контакты		149 040	106 920	81 648	73 224
Кол-во блоков в сутки	шт		1 728	1 728	1 728	1 728
Доля OTS digital выхода от OTS статика	%%		35%	50%	95%	170%

Методика расчета OTS digital конструкций

Сравнение с аналогичной статичной конструкцией

Дано:

OTS = 43,2

Статика

V = 11,1 м/с

скорость движения 40 км/ч

S = 125 м**

протяженность зоны обзора

T = 11,3 с

время нахождения в зоне обзора

K = 1,5

Digital

40

БЛОК	5 сек 10 выходов
БЛОК	10 сек 5 выходов

Количество увиденных выходов	Доля блока, которую можно увидеть	OTS выхода	OTS блока	Доля OTS digital выхода от OTS статика
3,1	31%	19,7	197	46%
2,0	41%	26,2	131	61%

* Данные скорости потока - Квазар

** В соответствии с восемью факторами обзора



Методика расчета OTS digital конструкций

Сравнение с аналогичной статичной конструкцией

Дано:

OTS = 43,2

Статика

V = 22,2 м/с

скорость движения 80 км/ч

S = 125 м**

протяженность зоны обзора

T = 6,6 с

время нахождения в зоне обзора

K = 1,5

Digital

80

БЛОК	5 сек 10 выходов
БЛОК	10 сек 5 выходов

Количество увиденных выходов	Доля блока, которую можно увидеть	OTS выхода	OTS блока	Доля OTS digital выхода от OTS статика
1,9	19%	12,4	124	29%
1,5	29%	18,9	95	44%

* Данные скорости потока - Квазар

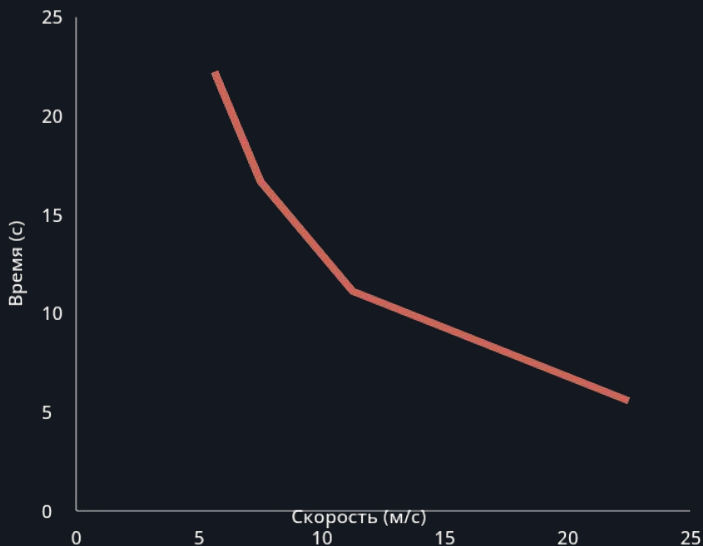
** В соответствии с восемью факторами обзора



Методика расчета OTS digital конструкций

Выводы

Чем ниже скорость, тем больше время нахождения в зоне обзора

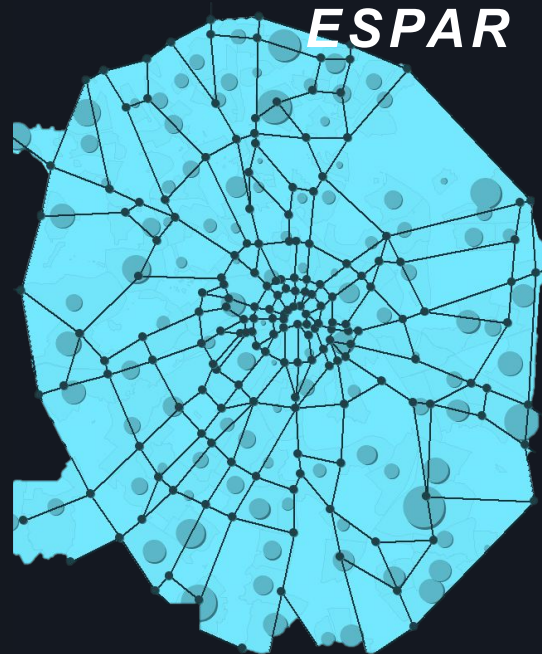


Чем больше время нахождения в зоне обзора, тем больше вероятность увидеть выход в блоке и больше OTS поверхности



Оценки медиаметрии адресных программ (R&F)

- Математические имитационные модели перемещений аудитории на основе транспортных графов городов и данных о размещении населения и объектов городской инфраструктуры
- Расчет объемов перемещений аудитории из мест отправления в места назначения (origin – destination) на основе гравитационных моделей пространственного взаимодействия
- Калибровка моделей на основании данных об интенсивности транспортных потоков и опросов о перемещениях населения
- Расчет дублирующихся контактов и показателей охвата и частоты (R&F) для любого произвольного набора оцененных рекламоносителей (адресной программы)
- Математические транспортные модели разработаны для 41 города России



Став подписчиком ASAP, Вы
гарантируете доступ к данным по
наружной рекламе в базе Adex
Mediascope*

*При наличии действующего контракта с Mediascope





Хотите все знать о наружной рекламе?

Свяжитесь с нами, и мы ответим на интересующие Вас вопросы!

Дмитрий Аввакумов

Ведущий менеджер по работе с клиентами,

главный аналитик

+7 905 793 03 43

davvakumov@admetrixcis.ru

