



Аудит рекламных кампаний: Верификация трафика

Март 2021

AD RIVER

AdServer

Система аудита,
верификации
и размещения
интернет-рекламы

Soloway DSP

Платформа programmatic
(self-service/full-service)

DMP

Сбор, анализ и
активация данных

SSP

Платформа продажи
инвентаря площадками
и селлерами

Член ассоциаций :



[AdRiver в экосистеме
Digital-рынка](#)

Верификация AdRiver

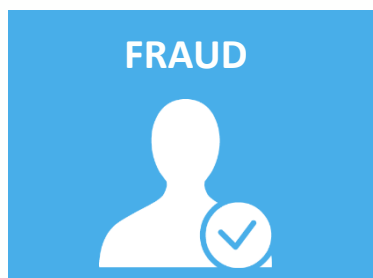
- AdRiver занимается не только верификацией
- AdRiver - часть вертикально интегрированной платформы, в которую входят SSP, DSP, DMP, publisher adserver, agency adserver
- Это на два порядка увеличивает объем информации, доступный для анализа: более 15 миллиардов показов в сутки

- Прямая интеграция с крупными издателями: Mail.Ru, GPMD, IMHO, Rambler.
Сквозная идентификация показов и работа с издателями по выявлению причин расхождений
- AdServer + верификация: снижение стоимости аудита
- Выявление проблемных размещений, не попадающих в классические категории некачественного трафика: outstream/instream, вторые плееры
- Выявление недействительного трафика, для определения которого используются сложные алгоритмы проверки
- Максимально открыты к сотрудничеству: интеграция кодов верификаторов с сохранением единой идентификации размещений (AdLoox и DoubleVerify)
- Соблюдение международных стандартов IAB/MRC

Верификация: основные параметры

При проведении рекламных кампаний, особенно тех, где оплата производится за рекламные контакты, а не за результат, важно понимать что этот контакт состоялся и деньги потрачены не впустую.

Для этого используются системы верификации, которые позволяют понять, что:



показ произошел **человеку**, а не явился следствием намеренной манипуляции при показе рекламного сообщения или созданием фиктивной пользовательской активности



рекламный баннер находился **в видимой зоне страницы** достаточное для визуального контакта и восприятия информации на баннере время



рекламный баннер был показан в окружении, **соответствующем требованиям бренда** и законодательства РФ

Верификация: Invalid traffic

Invalid traffic – это недействительный трафик, являющийся результатом намеренной манипуляции с открыткой рекламы и/или её измерениями, либо создающий фиктивную пользовательскую активность, а также трафик скомпрометированных устройств, замеченных в создании недействительного трафика ранее, обычно через вредоносные расширения браузеров и тулбары.

Выявление **Invalid traffic** трафика делится на две категории, которые по рекомендациям IAB/MRC принято обозначать **GIVT** и **SIVT**:

General Invalid Traffic (GIVT)

все это то, что можно отфильтровать с помощью black lists IP адресов, браузеров. Сюда же относится и аномальная активность, которую можно определить на уровне отдельного размещения

Sophisticated Invalid Traffic (SIVT)

остальные более совершенные способы фрода, т.е. недействительный трафик, выявление которого требует анализа больших объёмов информации за длительный период

МЕТРИКИ и работа алгоритмов

GIVT

Datacenter traffic

Трафик который система Adriver анализирует в режиме он-лайн, сравнивая со своей накопленной базой и помечает как заблокированные IP адреса.

bad browser

Трафик ботов и поисковых роботов. События из таких источников фильтруются и попадают в отдельный список с меткой «Роботы».

excessive activity

Подозрительная активность, несоответствующая типовому поведению человека.

SIVT

Blacklist IP

более сложный роботизированный трафик, имитирующий действия обычных пользователей, или использующий вредоносное программное обеспечение на компьютерах пользователей, расширения браузеров и другие. Для определения такого трафика требуется анализ действия пользователей по всей системе за длительный период времени.

Проверка каждого обращения к системе трехуровневым алгоритмом в режиме реального времени для показов, событий и кликов.

Учитываются: избыточная активность по показам, повторный клик, клик без показа, и другие параметры.

В случае, если система считает, что имеет место факт привлечения недействительного трафика, такой показ не учитывается в статистику.

Отслеживание интенсивности активности для разных сочетаний условий (сайт, страница, пользователь, ...)

Конкретные типы нарушений, относящиеся к той или иной категории не зафиксированы четко и меняются от поставщика к поставщику. В нашем случае к категории GIVT относится фильтрация событий, т.е. то, что система на основании заданных условий может отнести к фроду непосредственно в момент размещения и не учитывать случившееся событие в статистике.

К таким событиям относятся:

Контроль событий

- превышение пороговой частоты запросов для комбинации уникального пользователя и/или IP адреса и/или страницы (есть несколько уровней, отличающихся по времени, частоте и контролируемым параметрам);
- видеособытия без предварительного события запроса кода баннера;
- повторные видеособытия (impression, квантили, MRC viewability);
- события от занесенных в black list браузеров (useragent);
- события от занесенных в black list user IP (часть прокси, поисковые роботы, datacenter трафик с выявленной SIVT накруткой и т.д.)

Контроль кликов

- не учитываются клики, для которых не зафиксировано предварительное событие показа;
- не учитываются повторные клики по комбинации рекламный материал/уникальный пользователь/место размещения/IP адрес (есть несколько уровней, отличающихся по времени, частоте и контролируемым параметрам);
- не учитываются клики от занесенных в black list браузеров (useragent),
- не учитываются клики от занесенных в black list IP адресов
- помимо кликов фиксируются наведения на баннер (требуется специальная прошивка);

Верификация: viewability

Основные возможности:

- аудит качества контакта аудитории с рекламным сообщением на desktop устройствах и в мобильном web;
- **высокий процент измеримости трафика:** доля измеримых показов до 98%;
- соблюдение требований **стандартов верификации IAB/MRC;**
- для аудита баннерного размещения используется пиксель-аудит Adriver с библиотекой viewability; вызов библиотеки viewability прошивается в креатив;
- сбор данных для видео-баннеров фиксируется для каждой секунды размещения, а так же по квартилям; для каждой секунды отдельно фиксируется: активность вкладки, видимая площадь плеера, размер плеера, громкость, нахождение курсора над плеером

МЕТРИКИ

Подробная информация:

- показы, клики, охват, ctr
- измеримые показы, viewability (видимые показы);
- загрузки кода, загрузки баннера, доля измеримых и доля видимых показов; включая временные метрики.

- по типам устройств,
- по формату баннера,
- по доменам размещения

Дополнительные характеристики:

- длительность загрузки,
- момент наступления видимости,
- наведения*,
- время клика.

* **Наведения (фиксируется для видео)** — количество показов, для которых было зарегистрировано событие наведения курсора мыши и нахождение его над баннером более, чем 0,5 секунды. Учитывается только одно наведение на один показ видео-баннера. Требуется дополнительная прошивка

Верификация: viewability

Дополнительные возможности: custom viewability

Аудит видимости по пользовательским параметрам: количество показов, для которых было зафиксировано событие видимости в активной вкладке браузера согласно заданным значениям – **площади и времени контакта с креативом.**

Доступно измерение двух метрик одновременно: по стандартам MRC (IAB) и заданным пользовательским параметрам.

Для удобства анализа данные метрик отображены в одном отчете: стандарты MRC (IAB) + Custom

МЕТРИКИ

- Измеримые показы Custom, доля измеримых
- Видимые показы Custom: доля видимых, клики, доля кликов, ctr, охват, частота

Верификация: Brand Safety

Подход к brand safety делится на две составляющих части:

Определение места размещения рекламного материала

В настоящий момент в отчет выводится только домен размещения

Классификация места размещения по категориям контента *

Подход основан на анализе вхождения ключевых слов из списка чувствительных категорий в текст страниц, на которых происходит размещение.

Списки ключевых слов и корпус текстов для обучения формируются в полуавтоматическом режиме при участии ассессоров.

Всего в настоящий момент настроено 11 системных категорий:

- контент для взрослых;
- обценная лексика;
- травмы, болезнь и смерть;
- ненависть;
- военный конфликт;
- терроризм;
- криминал;
- оружие;
- наркотики;
- табак;
- деликатный контент (вера/религия/сексуальность/...)

Также существует возможность создать индивидуальные категории для рекламодателя.

** В настоящий момент эта возможность тестируется в пилотном режиме*

Новые возможности: Brand Safety Firewall

- Перед стартом кампании настраивается WL доменов
- В момент показа VPAID контейнер определяет фактическое место размещения и соответствие WL
- В случае несовпадения показ ролика блокируется и в статистике фиксируется нарушение WL



Бенчмарки AdRiver



Средние показатели по системе AdRiver за 2020г.

	Desktop	Mobile Web	Планшеты	Smart TV	Общий итог
Видимость: баннеры	53,19%	44,88%	60,64%	42,99%	52,78%
Видимость: Видео	89,31%	75,49%	76,43%	81,60%	85,33%
IVT: Баннеры (GIVT + SIVT)	5,23%	1,32%	2,08%	1,29%	3,85%
IVT: Видео (GIVT + SIVT)	9,96%	1,95%	2,03%	0,86%	7,80%

Верификация: отчет

Суммарные показатели

AD RIVER

Всего запросов	Засчитано показов	Отфильтровано IVT		Измеримо		Измеримо Custom		Видимые показы IAB		Видимые показы Custom	
		Доля	Всего	Доля	Показов	Доля	Показов	Доля	Всего	Доля	Всего
6 180 582	5 877 102	4,91%	303 480	98,87%	5 810 825	38,68%	2 272 989	72,90%	4 236 254	68,07%	1 547 180

Отфильтровано GIVT	
Доля	Всего
0,02%	1 137
Отфильтровано SIVT	
Доля	Всего
4,89%	302 343

Типы устройств	Всего запросов	Отфильтровано IVT				Отфильтровано GIVT				Отфильтровано SIVT			
		Показы	Доля показов	Клики	Доля кликов	Показы	Доля показов	Клики	Доля кликов	Показы	Доля показов	Клики	Доля кликов
ПК и ноутбуки	1 867 904	175 378	9,39%	6 967	22,70%	2 618	0,14%	4 773	15,55%	172 760	9,25%	2 194	7,15%
Смартфоны	3 919 480	171 575	4,38%	22 914	20,45%	45 403	1,16%	20 132	17,97%	126 172	3,22%	2 782	2,48%
Планшеты	116 907	3 720	3,18%	579	24,49%	477	0,41%	533	22,55%	3 243	2,77%	46	1,95%
Смарт ТВ	21 120	166	0,79%	71	17,53%	2	0,01%	68	16,79%	164	0,78%	3	0,74%
Неизвестно	284	97	34,15%	18	69,23%	93	32,75%	18	69,23%	4	1,41%	0	0,00%
Всего:	5 925 695	350 936	5,92%	30 549	20,99%	48 593	0,82%	25 524	17,54%	302 343	5,10%	5 025	3,45%

Форматы баннеров
Video
300x250
300x600
360x400
412x400
393x400
Размещения (domains)
more.tv
ctc.ru
domashniy.ru
ctclove.ru
chetv.ru
ren.tv
78.ru
vokrug.tv
videomore.ru

Засчитано показов	Измеримо IAB		Измеримо Custom		Видимые IAB		Видимые Custom		Засчитанные события						
	Показов	Доля	Показов	Доля	Показы	Доля	Показы	Доля	Показы	Клики	CTR	Охват	Частота	Уник. клики	CTRU
1 865 286	1 846 396	98,99%	1 160 742	62,23%	1 528 057	82,76%	662 659	57,09%	1 865 286	23 722	1,27%	470 405	3,97	18 976	4,03%
3 874 077	3 828 103	98,81%	1 042 559	26,91%	2 606 191	68,08%	839 042	80,48%	3 874 077	89 142	2,30%	1 708 520	2,27	71 770	4,20%
116 430	115 100	98,86%	56 388	48,43%	82 739	71,88%	34 434	61,07%	116 430	1 785	1,53%	35 081	3,32	1 382	3,94%
21 118	21 043	99,64%	13 177	62,40%	19 179	91,14%	11 002	83,49%	21 118	334	1,58%	2 605	8,11	203	7,79%
191	183	95,81%	123	64,40%	88	48,09%	43	34,96%	191	8	4,19%	116	1,65	6	5,17%
5 877 102	5 810 825	98,87%	2 272 989	38,68%	4 236 254	72,90%	1 547 180	68,07%	5 877 102	114 991	1,96%	2 215 866	2,65	91 953	4,15%

Видимые события IAB							Видимые события Custom						
Показы	Доля	Клики	Доля	CTR	Охват	Частота	Показы	Доля	Клики	Доля	CTR	Охват	Частота
1 528 057	82,76%	22 258	93,83%	1,46%	384 024	3,98	662 659	57,09%	7 885	33,24%	1,19%	193 341	3,43
2 606 191	68,08%	81 514	91,44%	3,13%	1 069 844	2,44	839 042	80,48%	25 108	28,17%	2,99%	239 393	3,50
82 739	71,88%	1 581	88,57%	1,91%	23 023	3,59	34 434	61,07%	436	24,43%	1,27%	8 607	4,00
19 179	91,14%	302	90,42%	1,57%	2 216	8,65	11 002	83,49%	88	26,35%	0,80%	1 530	7,19
88	48,09%	2	25,00%	2,27%	59	1,49	43	34,96%	0	0,00%	0,00%	32	1,34
4 236 254	72,90%	105 657	91,88%	2,49%	1 478 443	2,87	1 547 180	68,07%	33 517	29,15%	2,17%	442 340	3,50

Интеграции с ведущими платформами

AD RIVER

Изменение схем сотрудничества с ведущими площадками и селлерами:

- вводится особый регламент работы с данными
- проводятся технические интеграции с ведущими ресурсами



Проведена интеграция и подтверждена сертификация для размещений на проектах: Mail.ru, OK.ru, VK.ru, MyTarget, Youla.ru и др.

Внесены изменения для выгрузки медиаданных. Введен запрет на выгрузку данных.

Креативы размещаются на сервере селлера.

Статистика по всем размещениям и верификации учитывается полностью и в интерфейсе AdRiver и в отчетах.

IMHO

Digital Sales House

Подтверждена сертификация.

VPAID-контейнер AdRiver принимают к размещению в стандартном режиме, без ограничений.



Проведена интеграция.

Суть интеграции GPMD — баннер с VPAID-контейнером AdRiver создается непосредственно в интерфейсе GPMD.

Креативы размещаются на сервере селлера.

Статистика по всем событиям VPAID и верификации учитывается полностью и в интерфейсе AdRiver и в отчетах.

Рамблер/

В январе 2020 завершена интеграция.

Яндекс

Проводим интеграцию. Плановое завершение проекта в первом полугодии 2021г.

Google

Проводим интеграцию с AdsData Hub. Плановое завершение во втором полугодии 2021г.

Интеграции

Интеграции: сторонние верификаторы

ADRIVER

Сложности

У зарубежных верификаторов не выстроена работа с локальными издателями.

Не у всех систем верификации есть свой AdServer.

Сложность подготовки материалов: не все издатели принимают коды верификации, не у всех верификаторов есть версии для прошивки креативов.

Получение отчетов со сквозными идентификаторами размещений требуют большего объема ручной работы при подготовке материала.

Частичные блокировки серверов верификаторов

Решение

Технология Adriver - AdServer для глобальных верификаторов, имеющих сертификацию MRC.

Двойная верификация трафика.

Сохранение единой идентификации размещений (автоматическая, а не ручная)

Подтверждение от сертифицированной технологии.

Облегченная технически установка счетчиков верификации на сайты издателей.

Увеличение количества измеряемых ресурсов и уменьшение количества блокировок верифицируемого трафика.



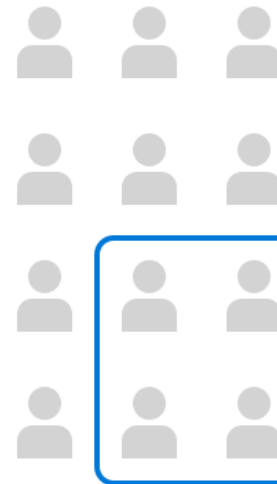
Интеграция с исследовательскими панелями

Данные о взаимодействии с рекламным сообщением в AdRiver можно интегрировать с популярными исследовательскими панелями (Tiburon, OMI, Online Interviewer). У них вы можете заказать любые опросы среди онлайн-панелистов из числа вашей аудитории.

Исследовательская панель



Аудитория РК



Ваш опрос



1. Данные о аудитории отправляются в исследовательскую панель



2. Панель определяет пользователей, являющихся панелистами

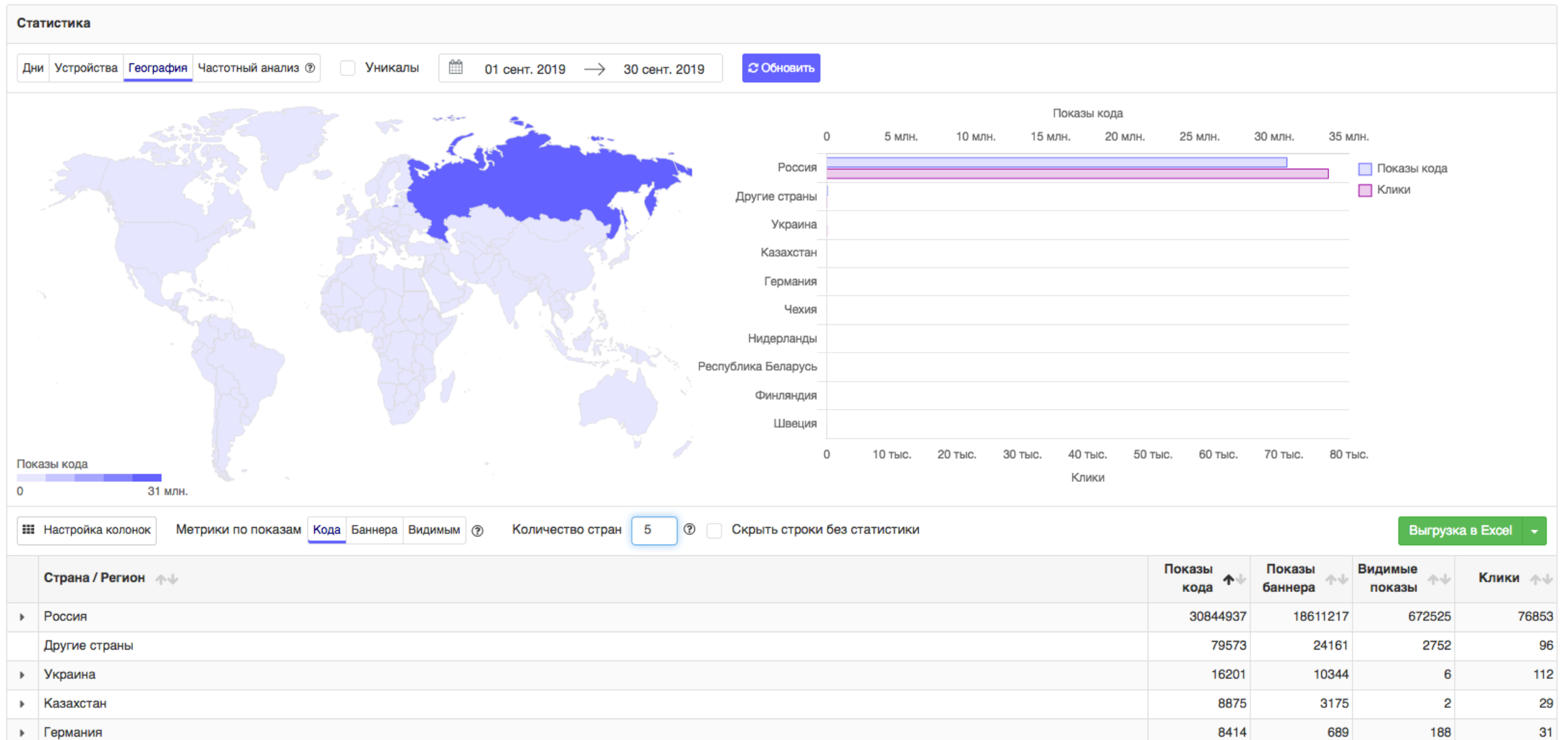


3. Панелисты участвуют в исследовании

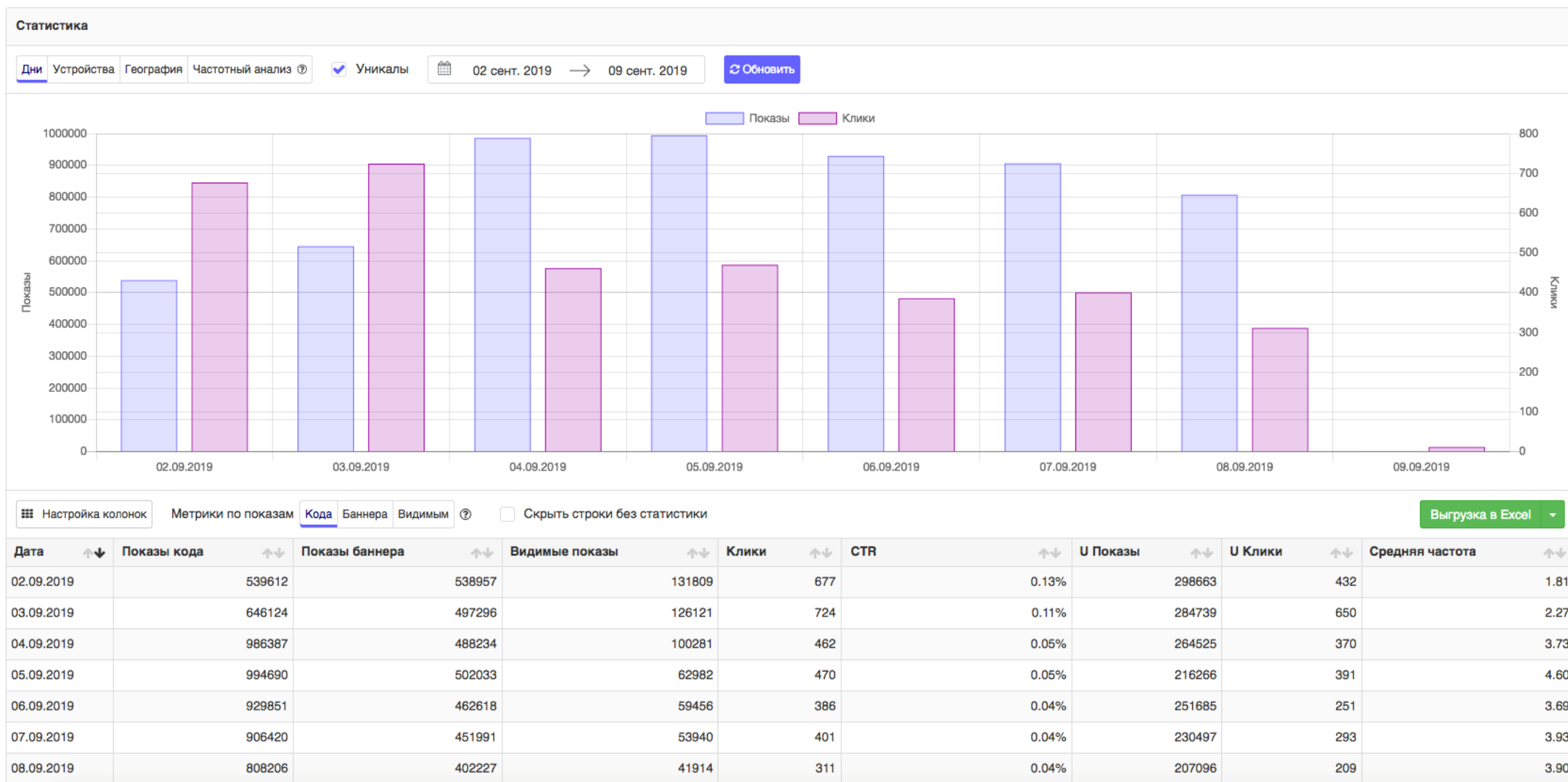
Интерфейс

Интерфейс: Предоставление данных о трафике в режиме on-line

Показатели: частота, данные по геоэонам, по типам устройств



Интерфейс: статистика в режиме on-line



Метрики и отчеты

Платформы мониторинга

	Display	Video	Mobile Web	Mobile In-App	Native	Smart TV
AdServing						
показы	+	+	+	+	+	+
охват	+	+	+	-	+	+
клики	+	+	+	+	+	-
частота	+	+	+	-	+	+
гео	+	+	+	+	+	+
Verifications						
IVT (Givt)	+	+	+	+	+	+
Viewability	+	+	+	+	-	+
Домены (url)	+	+	+	-	-	+
Размер баннера	+	+	+	-	-	+

Примечание:

Аудит форматов native верификация возможна при установке VPAID контейнера для видео и библиотеки верификации для баннеров

Аудит Smart TV зависит от формата размещения

Медиа:

обычные баннеры, PR, спецпроекты, интерактивные баннеры, баннеры в мобильном вебе, приложения, программатик

- Показы / Клики
- Охват
- Уникальные клики
- Частотное распределение (показы, события)
- Эксклюзивная аудитория
- Пересечение аудитории
- Повторные показы
- Видимые показы
- Средняя частота
- CTR / CTRU (уникальный CTR)
- События интерактива баннера/видео события (Показы/Клики/Охват/Уникальные клики)
- Viewability
- custom viewability
- Наведения на баннеры, время, размер баннера
- Оценка качества трафика (fraud: GIVT, SIVT)
- Фактические домены размещения (url)
- Пол, возраст, интересы аудитория по показам и кликам
- География по странам, городам
- Типы устройств
- МЕТАданные из медиапланов (бренд, название размещения, формат, тип открутки, объемы размещения и пр.)

VAST/VPAID:

все форматы видео-рекламы

- Показы/Клики
- Выбран данный креатив
- Начало/Окончание/Четверти просмотра
- Звук: Вкл /выкл
- Пауза/Перемотка
- Расхлоп/сворачивание рекламного блока
- Подгрузка дополнительного блока
- Заккрытие рекламы
- Полноэкранный режим/выход из полноэкранного режима
- Пропуск рекламного блока
- Просмотр определенной части ролика
- Наведения
- IAB Viewability
- Вкладка в фокусе
- Размеры плеера
- Фактические домены размещения (url)
- Метрики для каждой секунды ролика и каждого домена размещения
- Оценка качества трафика (fraud: GIVT, SIVT)
- custom viewability

Postcampaign:

Postclick и Postview для сайта рекламодателя сайт/приложение/спецпроект

- Сайт Показы страниц и их групп
- Сайт Уникальные показы страниц и их групп
- Привлечено посетителей на сайт всего
- Привлечено посетителей совершивших клик
- Привлечено посетителей видевших рекламу и пришедших на сайт самостоятельно
- Привлечено посетителей только по клику (контекст)
- Потери при переходе на сайт рекламодателя
- Видели хотя бы две зоны сайта (в Google Analytics это показатель отказов)
- Взвешенный коэффициент интереса (iKI)
- Средняя глубина просмотра сайта
- Вернулись хотя бы один раз на сайт в разные дни
- Среднее количество возвратов для вернувшихся
- Пол, возраст, интересы аудитория посетителей



Отдел по работе с клиентами

Телефон: (495) 981-34-00

agency@adriver.ru

Техническая поддержка

Телефон: (812) 438-10-74

support@adriver.ru

Команда **AdRiver** всегда рада помочь
в решении ваших задач!