

Na trhu je nový nástroj pro nákup programatické reklamy AdArrows

Na českém trhu je nově k dispozici nástroj pro přesné cílení a nákup programatické reklamy, AdArrows. Vznikl jako společný projekt výzkumné agentury Nielsen Admosphere a technologické společnosti CerebroAd. Pro trh představuje AdArrows možnost cílení online kampaní nové generace. Využívá totiž data z rozsáhlé výzkumné báze a ty pomocí statistického modelování rozšiřuje na co největší počet uživatelů českého internetu, aby si uživatelé mohli nadefinovat vlastní cílové skupiny. Díky AdArrows tak klienti mohou efektivně cílit programatickou reklamu a pomocí DSP systému nakupovat online kampaně.

Nástroj AdArrows využívá rozsáhlou výzkumnou bázi Českého národního panelu, největšího výzkumného online panelu v České republice čítajícího 50 tisíc respondentů, který spoluvlastní společnost Nielsen Admosphere. „Díky kvalitním a ověřeným datům z panelu je možné respondenty rozdělit do mnoha potřebných skupin, a to nejen na základě sociodemografie, ale také například podle využívání konkrétních typů finančních produktů nebo vlastnictví vozu či nemovitosti,“ říká Tomáš Hynčica, Business & Research Director Nielsen Admosphere. Pomocí statistického modelování odborníků z Nielsen Admosphere a CerebroAd byl vytvořen funkční model rozšiřující okruh respondentů z panelu na co nejširší počet uživatelů českého internetu. Modelace navíc probíhá v pravidelných intervalech, aby AdArrows vždy nabízely co nejaktuálnější informace.

Klienti tak s AdArrows získávají možnost sestavit si vlastní cílovou skupinu, na kterou chtějí cílit pomocí programatické reklamy. „Data AdArrows přináší agenturám i klientům výrazné rozšíření možností kvalitního cílení v rámci programatického nákupu,“ upřesňuje Jiří Víték, ambasador projektu. Nástroj je primárně dostupný v systémech DSP a DMP platforem, kde je možné s daty pracovat v reálném čase. Data je však možné integrovat i do interních systémů.

Výhodou řešení AdArrows je, že je plně pod kontrolou zúčastněných společností a není závislé na externích technologiích.

„Jsem hrdý na tým lidí, kterým se podařilo vytvořit transparentní produkt na lokálních datech a technologií,“ dodává k projektu hlavní tvůrce technologické části projektu a garant kvality digitální části dat Pavel Pastor.



Jiří Víték | Ambasador projektu

Jiri.Vitek@adarrows.com

AdArrows | Václavské náměstí 3 | 100 00 Praha 1 | tel.: +420 777 713 140 |

www.adarrows.com

Eliška Morochovičová | Public Relations Nielsen Admosphere

Eliska.Morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je hlavním metodologickým partnerem projektu. Jsme spoluautory metodiky a metodiku dále rozvíjíme. Staráme se o to, aby celý projekt byl zcela v souladu se všemi standardy výzkumu trhu a médií. Jako spolumajitelé Českého národního panelu o jeho fungování víme vše a dokážeme naše znalosti využít pro konstrukci modelu. Při své práci používáme mnohaleté zkušenosti z výzkumu médií ze všech mediatypů.

CerebroAd (www.cerebroad.com) je hlavním technologickým partnerem projektu. Staráme se o provoz internetové infrastruktury a celé platformy, využívané tímto projektem. Naše dlouholeté zkušenosti s projekty na internetu umíme využít k spolupráci na metodice projektu. Jako jedna z velmi inovativních společností umíme přinést do projektu nové myšlenky a originální technologická řešení.