

Panelové dáta pre programatické nakupovanie reklamy AdArrows vstupujú na slovenský trh

Na slovenský trh s dátami pre presné cielenie a programatické nakupovanie reklamy vstupuje silný hráč, AdArrows. Vznikol ako spoločný projekt výskumnej agentúry Nielsen Admosphere a technologickej spoločnosti CerebroAd. Pre slovenský trh predstavuje AdArrows výrazné rozšírenie možností cielenia online kampaní. Využíva totiž dáta z rozsiahlej výskumnej bázy a tie pomocou štatistického modelovania rozširuje na čo najväčší počet užívateľov slovenského internetu, aby si klienti mohli nadefinovať vlastné cieľové skupiny. Vďaka AdArrows tak klienti môžu efektívne cieľiť programatickú reklamu a pomocou DSP systému nakupovať ciele online kampane.

Nástroj AdArrows využíva rozsiahlu výskumnú bázu Slovenského národného panela pozostávajúceho z 20 tisíc respondentov, ktorý spoluvlastní spoločnosť Nielsen Admosphere. „Rozsiahla databáza kvalitných a preverených informácií z našich subpanelov, ktoré pokrývajú rôzne oblasti života, nám pomáha vytvoriť širokú bázu podporných dát pre kvalitné a efektívne cielenie reklamy. Cielenie reklamy tak už nie je potrebné zamerať iba na základe sociodemografie, ale klienti môžu ísť do väčšej hĺbky, ako je napríklad vlastníctvo konkrétnej značky automobilu, finančného produktu, alebo záležitostí ohľadom domácnosti,“ dodáva Marek Zámečník, Vice Director Nielsen Admosphere Slovakia. Pomocou štatistického modelovania odborníkov z Nielsen Admosphere a CerebroAd bol vytvorený funkčný model rozširujúci okruh respondentov z panela na čo najširší počet užívateľov slovenského internetu. Modelácia navyše prebieha v pravidelných intervaloch, aby AdArrows vždy ponúkali čo najaktuálnejšie informácie.

Klienti tak s AdArrows získavajú možnosť zostaviť si vlastnú cieľovú skupinu, na ktorú môžu cieľiť pomocou programatickej reklamy. „Dáta AdArrows prinášajú agentúram aj klientom výrazné rozšírenie možností kvalitného cielenia v rámci programatického nákupu,“ upresňuje Jiří Vítek, ambasádor projektu. Nástroj je primárne dostupný v systémoch DSP a DMP platforiem, kde je možné s dátami pracovať v reálnom čase. Dáta je však možné integrovať aj do interných systémov.

Výhodou riešenia AdArrows je, že je plne pod kontrolou zúčastnených spoločností a nie je závislé na externých technológiách.

„Som hrdý na tím ľudí, ktorým sa podarilo vytvoriť transparentný produkt na lokálnych dátach a technológiách,“ dodáva k projektu hlavný tvorca technologickej časti projektu a garant kvality digitálnych častí dát Pavel Pastor.

Dáta AdArrows sú aktuálne dostupné v DSP Adform. Novinkou roku 2019 je možnosť zostaviť si kontextovú cieľovú skupinu na základe požadovaných kľúčových slov a to priamo [na stránke AdArrows](#).

Marek Zámečník | Koordinátor projektu

Marek.Zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +421 949 461 734 |

www.adarrows.com

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.sk) je hlavným metodologickým partnerom projektu. Sme spoluautormi metodiky a metodiku ďalej rozvíjame. Staráme sa o to, aby celý projekt bol úplne v súlade so všetkými štandardami výskumu trhu a médií. Ako spolumajitelia Slovenského národného panela o jeho fungovaní vieme všetko a dokážeme naše znalosti využiť pre konštrukciu modelu. Pri svojej práci používame dlhoročné skúsenosti z výskumu médií zo všetkých mediatypov.

CerebroAd (www.cerebroad.com) je hlavným technologickým partnerom projektu. Staráme sa o prevádzku internetovej infraštruktúry a celej platformy, využívanej týmto projektom. Naše dlhoročné skúsenosti s projektami na internete dokážeme využiť k spolupráci na metodike projektu. Ako jedna z veľmi inovatívnych spoločností vieme priniesť do projektu nové myšlienky a originálne technologické riešenia.