

Kvalitní prostor v RTB i v open aukci



Klient:
s.Oliver



Agentura:
Dark Side



Rozpočet:
88 000 Kč

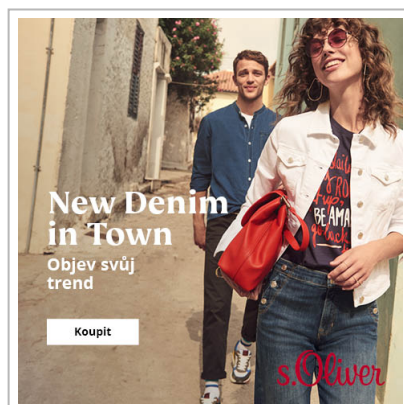


Období:
27. 3.-23. 4. 2020



Cíl:
vizibilní zásah
relevantní
cílové skupiny

Objem impresí: 2 836 022 impresí
Objem unikátních impresí: 1 400 783
Objem vizibilních impresí: 2 163 470
Průměrná vizibilita: 76,29 %
eCPM: 31,19 Kč
vCPM 40,88 Kč
CTR: 0,21 %
CPC: 14,74 Kč



Příležitost kvalitního nákupu v open aukci

Agentura Dark Side objednala u Seznamu pro svého klienta s.Oliver brandovou kampaň, která zahrnovala také nákup ploch přes RTB. Pro tuto část jsme se v Seznam RTB rozhodli využít aktuální možnost nakupovat přes otevřenou aukci prémiový prostor za velmi výhodné ceny. Díky vhodně zvolenému poměru mezi otevřenou aukcí v rámci Seznam inventory a našimi privátními dealy se podařilo výslednou cenu za tisíc zobrazení stáhnout na 31,19 Kč. V samotné otevřené aukci jsme vlastní inzertní prostor nakupovali za CPM 15,96 Kč.

Zajištění vizibility i v open aukci

Vizibilita bannerové reklamy je jedním z klíčových parametrů pro úspěch u bannerové reklamy. Otevřená aukce klade na optimalizátora větší nároky než privátní deal, u kterého dopředu známe pozice, na kterých se bude reklama vydávat, a také disponujeme průměrnými statistikami „viditelnosti“.

Použití DSP Xandr umožňuje omezit výdej reklamy pouze na pozice, o kterých nákupní platforma dostala informaci, že splňují určité procento vizibility dle IAB standardu. Tento standard říká, že je banner vizibilní, pokud byl vidět alespoň z 50 % po dobu minimálně jedné sekundy v aktivním okně uživatelova prohlížeče. Pro nákup reklamy byl práh vizibility stanovený na 50-70 % dle zvolené strategie.

Viewability Threshold



Only buy impressions with

70.00

% predicted viewability

Vizibilita

Metrikou úspěchu brandové kampaně byl vizibilní zásah. V kampani bylo dosaženo průměrné vizibility 76,29 %, přičemž vizibilní vCPM se rovnalo 40,88 Kč. Tyto nadstandardní výsledky byly dosaženy díky postupné optimalizaci, která spočívala v postupném vylučování domén s vysokou cenou za proklik a nižší vizibilitou.

Závěr

Výsledky nám ukazují cestu, jak účinně přes otevřenou aukci kampaň klienta zlevnit při udržení kvality zásahu. Optimalizátorka naplno využila aktuálně dostupného prostoru v otevřené aukci a tento způsob nákupu vhodně doplnil privátní deal.



Chcete-li se dozvědět víc ohledně detailů kampaně, kontaktujte [Miloše Uldricha](#) nebo [Patricii Polcovou](#).