???????

- Глоссарий Programmatic

????????? Programmatic

??????? ? ?????

Профиль — набор временных и календарных границ, циклов, данных об аудитории и стоимости рекламы, в рамках которого воспроизводятся Programmatic-кампании.

Цикл — часть профиля с собственной длительностью, расписанием, правилами и количеством повторов. В одном профиле может быть несколько циклов.

Длительность цикла — время одного полного прохождения цикла.

Повтор цикла — количество повторений цикла за заданный период.

Расписание цикла — дата и время начала и завершения его работы.

Правило расписания — дополнительное условие показа по месяцам, числам, дням недели или времени. Если создано несколько правил, цикл воспроизводится при выполнении всех условий хотя бы одного из них.

Базовый эфир — обычная трансляция точки вещания, между фрагментами которой могут размещаться цикличные рекламные вставки.

???? ????????

Цель — измеримый результат, после достижения которого кампания считается завершённой.

Календарное размещение — показ рекламы по заданному расписанию без участия в аукционе.

Ad Plays — цель по количеству воспроизведений без учёта аудитории. Подходит для точек без камер и аудиомаркетинга.

CPM — цель по количеству потенциальных контактов с рекламой. Расчёт использует исторические данные об аудитории из профиля устройства.

CPV — цель по количеству просмотров выбранной аудитории, зарегистрированных камерой.

Подробное сравнение приведено в статье «Как выбрать цель Programmatic-кампании».

?????? ? ??????

Ставка — максимальная цена, которую рекламодатель готов заплатить за единицу результата аукционной кампании. Для Ad Plays ставка задаётся за тысячу показов, для CPM — за тысячу потенциальных контактов, для CPV — за просмотр.

Бюджет — предел расходов кампании. После расходования установленного бюджета кампания завершается, даже если её цель ещё не достигнута.

Прогнозируемый бюджет — стоимость максимально возможного результата при текущем расписании и настройках устройств.

Установленный бюджет — сумма, которую пользователь задаёт вручную как лимит.

Фактический бюджет — уже израсходованная сумма.

????????? ? ??????????

Исторические данные об аудитории — сведения о среднем количестве людей у точки вещания, используемые для прогноза потенциального охвата.

Показ — один выход рекламы в эфир.

Просмотр — контакт с рекламой, зарегистрированный камерой по условиям кампании.

Прогноз — максимально возможный результат при текущем расписании, профилях и настройках устройств.

Факт — результат, накопленный кампанией к текущему моменту.

OTS (Opportunity to See) — потенциальное количество людей, которые могут увидеть рекламу.

CR — соотношение показов и просмотров, зарегистрированных камерой.

GRP (Gross Rating Point) — суммарный рейтинг рекламного воздействия за период кампании. Повторные контакты учитываются, поэтому значение может быть больше 100.

Описание полей интерфейса см. в статье «Как проверить показатели Programmatic-кампании», а настройку ставки и бюджета — в справочнике параметров.