

Programatické audio Active Group

kontakt
internet@activegroup.cz

SPECIFIKACE

Úvod do nákupu a odbavené programatické audio reklamy u Active Group, které je provozovatelem rádií a značek Evropa 2, Frekvence 1, Rádio Bonton, Dance radio, , Pigy, Youradio a Youradio Talk.

Odbavení a nákup programatické reklamy je dostupný díky využití technologie globálního leadera kanadské společnosti Triton Digital, která je součástí iHeartMedia.

Programatické audio

Programatické audio přináší specifický způsob nasazení a nákupu audio reklamy na rozhlasových stanicích, kde se tradičně umísťuje reklama umístěním do daného času v rozhlasovém vysílání. Programatické audio umožňuje odbavit reklamu způsobem obvyklým v internetovém prostředí v modelu CPT (cena za tisíc zhlédnutí/spuštění) místo ceny za spot.

Média, formáty a technická specifikace

Programatická audio reklama je dostupná v digitální (on-line) na stanicích:

- Evropa 2 (mid-roll)
- Frekvence 1 (mid-roll)
- Rádio Bonton (mid-roll)
- Dance radio (mid-roll)
- Youradio (pre-roll a mid-roll)
- Youradio Talk - Podcastová platforma a podcastové widgety (pre-roll)

V přípravě:

- Rádio Z (mid-roll)

Reklama je dostupná v zařízení a přehrávačích, které takové odbavení umožňují:

- Webové přehrávače
- Služba Tune-in
- Aplikace Youradio a Youradio Talk
- Mobilní aplikace rádií (nové verze)
- Podcastové widgety Youradio Talk

Součástí nasazení reklamy je audio reklama, doplněná o doprovodný obrázek, případně odkaz. Obrázek a odkaz nicméně není k zobrazení ve všech zařízeních a přehrávačích a nejsou povinné pro odbavení kampaní. Součástí odkazu mohou být samozřejmě UTM parametry pro vyhodnocení kampaně.

Orientační časové zařazení

Přehled zařazení do reklamních breaků jednotlivých stanic. Jednotlivé breaky se mohou lišit dle vytížení standardních reklamních pozic dle RRT.

Stanice	Počet odpojení denně	Za hodinu
EVROPA 2	47	3 x
FREKVENCE 1	34	2 – 3 x
RÁDIO BONTON	16	1 – 2 x

DANCE RADIO	20	1 – 2 x
YOURADIO	On-demand (pre-roll, mid-roll)	Při spuštění + každých 20 min
YOURADIO TALK	On-demand (pre-roll)	Při spuštění

Audio specifikace

- Formát MP3 (*preferovaný*), WAV (*pouze nepřímý nákup via DV360*), WMA nebo OGG
- Doporučená délka 15-60 vteřin (15 a 30 vteřin jsou nejpoužívanější)
- Alespoň 128 kbps bit rate / 44100 Hz
- Očištěno o “ticho”

Banner specifikace

Nemusí zobrazen na všech přehrávačích.

- GIF
- JPEG
- PNG
- 1024 x 1024 px

Principy nasazení

- Reklama se plánuje na celkový počet impresí odbavený za vybrané období, doporučujeme realizovat kampaň na dobu cca 4 týdnů.
- Nastavení frekvence zásahu (nebo-li počtu spuštění na uživatele):
Na kampaň (doporučeno 6 - 8x)
Denně (doporučeno 2x)
- Pro cílení lze zvolit i konkrétní dobu (např. u vybraného pořadu) nebo konkrétní stanici, takové omezení nicméně snižuje efektivitu zásahu kampaň
- Cílení na vybraný segment(y) uživatelů, může znamenat efektivnější čerpání rozpočtu, případně lepší kreativní ztvárnění (např. verze muž/žena) a tedy i odezvu na kampaň. Čím detailnější cílení, tím delší nároky mohou být na odbavení kampaň. Dostupné segmenty jsou spravovány Active prostřednictvím technologie Bisko, kterou využívá např. i mediální Czech News Center.

Základní segmenty

Odhadované velikosti segmentů se liší od parametrů kampaň a očekávaný zásah spočítáme na vyžádání.

Segment	ID segmentu
Pohlaví	
Muži	27910
Ženy	27917
Věk	
18 - 24	27924
25 - 34	27931
35 - 44	27938
45 - 54	27945

55 - 64	27952
65+	27959
Třída	
Nastupující kosmopolitní třída	28043
Zajištěná střední třída	28050
Tradiční pracující třída	29051
Strádající třída AKA Zranitelní	29058
Zájmy	
Aktivní sportovci	28631
Auto-moto	28365
Autodoplňky a servis	28407
B2B	28624
Bílá technika	28316
Bydlení	28253
Cestování	28134
Cestování exotika	28155
Cestování města, hory - poznání	28148
Chovatelské potřeby	28673
Design & architektura	28337
Elektro & Hybrid	28379
Elektronika	28218
Energie	28309
Erotika	28645
Estetická chirurgie	28470
Foodies	29324
Fotbal	28127
Geek & Nerd	28652
Hokej	28120
Home Renovations	27707
Hypotéky	28491

Investice	28498
Kočky	28680
Kosmetika	28442
Koupelny a sanitární technika	28330
Krása & styl	28484
Kultura	28659
Malá auta	28421
Móda	28449
Módní doplňky	28456
Motorky	28393
Movití	28666
Nemovitosti nákup/prodej	28526
Nositelná elektronika	28239
Ojetá auta	28400
Osobní auta	28435
Péče o zdraví	28638
Počítače a příslušenství	28246
Prémiová auta	28386
Psi	28687
Půjčky	28505
Rodiče dětí školního věku (do 16 let)	28106
Rodiče miminek (do 2 let)	28078
Rodiče předškolních dětí	28099
Rodina	28064
Rodinná auta	28372
Speciální výživa	28610
Sport	28113
Střední auta	28428
SUV	28533
Těhotenství	28071

Telefony	28232
Televize	28225
Zahrada, bazén, chaty	28260

Způsob nákupu

Přímý

- Zákazník nakupuje reklamu přímo u Active za ceny vycházející z platného ceníku a obchodních podmínek.
- U přímého nákupu je možné využít všechny parametry cílení.
- Nasazení kampaně realizuje traffic Active prostřednictvím nástroje TAP od Triton Digital, který zároveň poskytuje data o průběhu a celkovém odbavení kampaně (počtu odbavených impresí).
- Kampaně obchodované přímo jsou prioritně odbaveny v případě, že není dostatek reklamního prostoru k odbavení všech kampaní.
- Po odbavení kampaně je klientovi zaslán report a faktura dle skutečně odbavených impresí.

Nepřímý

- Nepřímý nákup a odbavení reklamy si realizuje zákazník sám v rámci tzv. DSP nástrojů. V ČR jsou to zejména nástroje DV360 nebo AdForm, kterými disponuje většina digitálních agentur.
- Reklamní pozice poskytuje Active jako SSP prostřednictvím A2X, BidSwitch.
- Spolupráce probíhá prostřednictvím nastavením tzv. "Dealů"

Postup odbavení nepřímého nákupu

Základní nastavení dealu

- Dohoda o ceně za CPT, ta se odvíjí od ceníku Active, obchodní dohody a cílení (+ 30 %)
- Active vytvoří v nástroji Yield-OP Deal ID, který identifikuje kampaň a nastavuje tzv. Floor price v USD (ta je v nastavení snížena o 10 % na transakční poplatky), časové omezení (3 - 6 měsíců, bez omezení pouze u dlouhodobých smluvních partnerů) a vlastní segmenty pro zacílení, Active nepředává informace o uživatelích třetím stranám.

Příklad Deal ID "AR-PARTNER-2022-02-28-001".

- Zákazník si přidá Deal ID zasláné ve svém nástroji pro správu reklamy do inventory a nasazuje kampaň přímo, stejně tak vyhodnocuje odbavení kampaně.

- Zúčtování probíhá automaticky na měsíční bázi, za vyčerpané inventory dojde zákazníkovi/partnerovi faktura od poskytovatele jeho nákupního nástroje. Active realizuje vyúčtování s Triton Digital.
- Odbavování kampaně je zahájeno do 24 hodin. V případě, že se kampaň neodbavuje, je třeba ověřit důvody (nedostatek reklamního prostoru, chybně nastavená cena, špatně vložené kreativy).

Nastavení dealu na straně Active

Správa programatických dealů na straně Active se provádí v nástroji Yield-Op (<https://yield-op.tritondigital.com/publisher/deals>)

Krok 1

Založit základní Deal ID, který bude poskytnout partnerovi/zákazníkovi, který si odbaví kampaň sám. Partner má ve svém nástroji deal dostupný během několika minut, může to ale trvat i déle, nejvíce však 24 hodin.

Deal ID je unikátní řetězec pro snadnější identifikaci je používána řada AR-KLIENT-ROK-MĚSÍC-POŘADOVÉČÍSLO, tedy např. "AR-PEPSI-2022-02-001".

Nastavení partnera nákupu:

- Pro AdForm je třeba nastavit "BidSwitch" a Seat na "Specific", id 70
- Pro DV360 je nastavení Seat na "All"

Časové omezení není povinné, ale je žádoucí pro zamezení "nekonečným" tvorby neukončených obchodních dohod.

Deal
Advanced Settings

Enable

Name *

Deal ID *

Demand Partner ? *

Seat *

Auction Type *

Hard Floor *

Soft Floor

Market Type ? *

Start

End

Only letters, numbers, dash, underscore and dot.

Specific

All

2.5

Enter Soft Floor (2 decimals)

Krok 2

Nastavení ceny je vždy prostřednictvím “Hard floor”, cena se definována v USD a je třeba ji snížit o 10 % proti domluvené ceně s partnerem z důvodů automatických poplatků, které se pohybují na úrovni 5 - 10 % dle partnera. Nastavení ceny v EUR nebo CZK není v tuto chvíli k dispozici. Auction type a Market type je třeba nastavit dle parametrů níže.

Auction Type *	Fixed Price (Winner pays the defined price which is equal to the hard floor) ▼
Hard Floor *	2.5 USD
Soft Floor	Enter Soft Floor (2 decimals) USD
Market Type ⓘ *	Preferred (Preferred deals has a priority over Private Auction) ▼

Krok 3

V případě, že je kampaň cílená zadávají se segmenty do záložky “1st party data”, kde se přidáním do pole ttag přidají čísla segmentů.

Geographic Device Content **1st Party Data**

Registration information

Age group	From	—	To
Gender	All ▼		

Key/Value (ttag)		+
Exclude	<input type="checkbox"/>	
	x 21151	x 211212

Krok 4

V ČR nejsou vždy dostupné informace o IAB kategorii kreativy, to způsobuje nedoručování kampaní. Je nutné aktivovat ignorování IAB kategorie v záložce “Advanced settings”

Deal Advanced Settings

Ignore IAB category

⚠ When enabled:

- *Bid responses with no IAB category will be accepted.*
- *Excluded IAB categories defined in your Ad Quality settings will be ignored.*

Monitoring kampaní

Aktuální výkonnost a reporting je dostupný v nástroji Rilldata, který vyžaduje samostatný přístup. V analytikách jsou dostupné informace o výnosech z open marketu a aktivních private dealů.

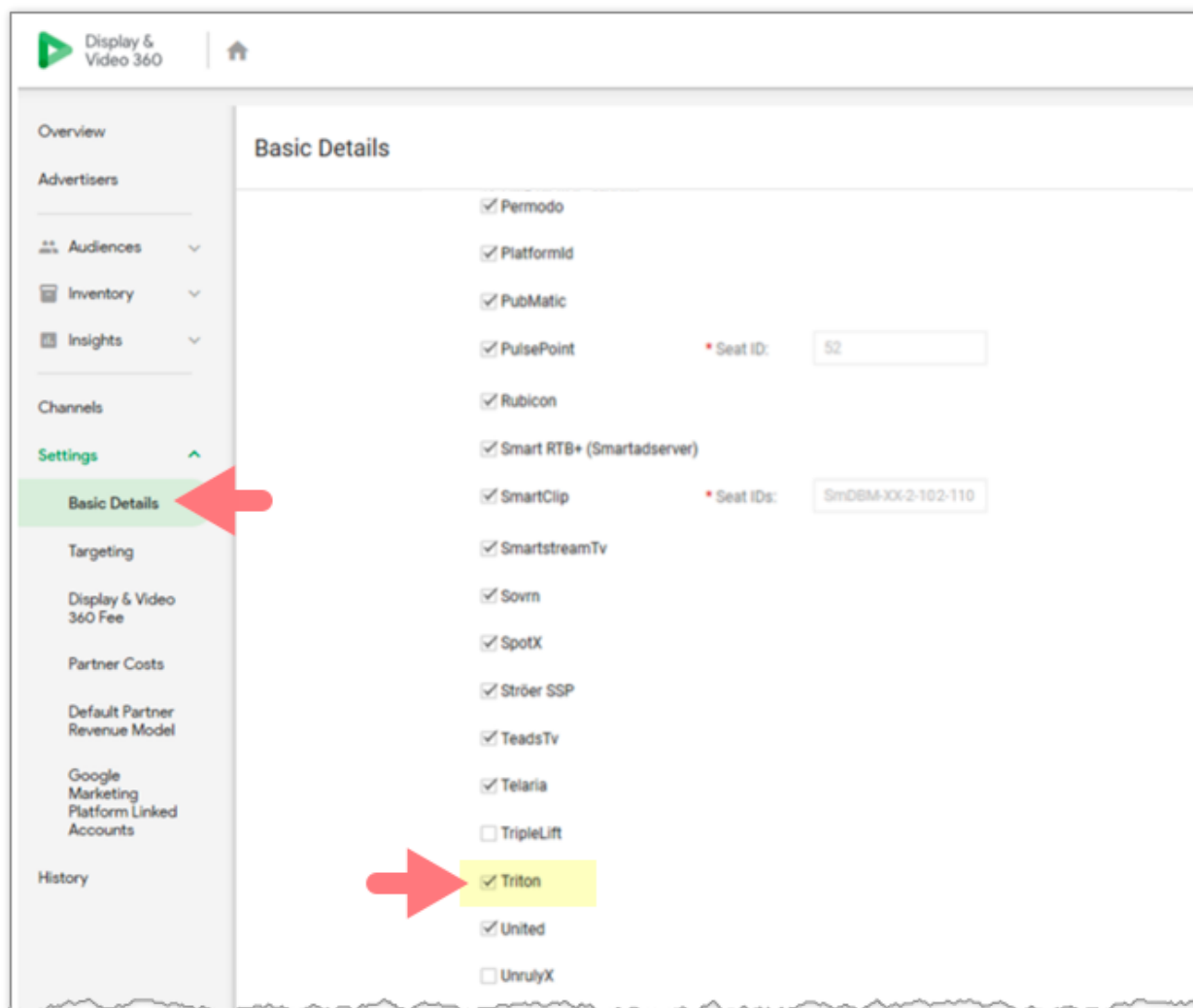
<https://dash.rilldata.com>

Přidání dealu v DV360

Následující kroky ukazují, jak si partner/zákazník přidá reklamní prostor Active prostřednictvím Triton Digital s využitím nástroje Google Display & Video (DV360). Integrace mezi SSP Triton a DV360 je přímá.

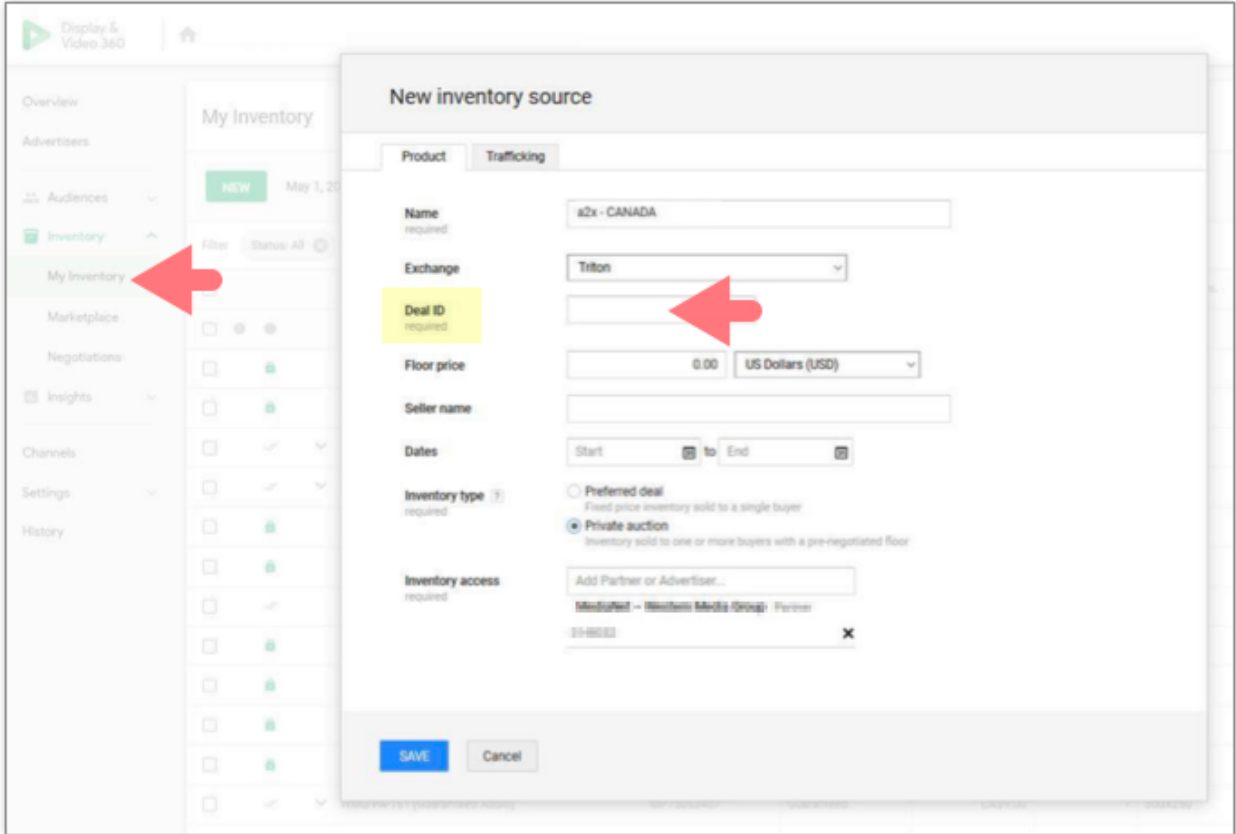
Krok 1

Zapnout "Triton" jako síť v účtu DV360 (sekce "Basic Details").



Krok 2

Vytvořit nový zdroj reklamy prostřednictvím Deal ID poskytnutém Active.



Krok 3

Založit kampaň, která cílí na vlastní deal.

<input type="checkbox"/>	Private Deals	ID	Exchange	Transaction Type	Rate	Rate Type	Auto Deals	Start date
<input checked="" type="checkbox"/>	WMS - adx - Canada	WMS-CA	Triton	Private auction	\$0.00	CPM (Floor)	No	-
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 12, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 12, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 12, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 16, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 16, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Oct 18, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Nov 2, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Nov 2, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Nov 5, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$14.00	CPM (Floor)	No	Nov 7, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	\$12.00	CPM (Floor)	No	Dec 18, 2018
<input type="checkbox"/>			Rubicon	Private auction	CA\$18.00	CPM (Floor)	No	Feb 26, 2019
<input type="checkbox"/>			Google Ad Manager	Guaranteed	CA\$9.00	CPM (Floor)	No	Nov 2, 2018
<input type="checkbox"/>			Google Ad Manager	Guaranteed	\$12.00	CPM (Floor)	No	Jan 3, 2019
<input type="checkbox"/>			Google Ad Manager	Guaranteed	CA\$15.00	CPM (Floor)	No	Jan 15, 2019

Přidání dealu v AdForm

Propojení mezi AdForm a SSP Triton je nepřímá a probíhá prostřednictvím BidSwitch, Seat ID 70. Toto nastavení musí přidat Active při zakládání Dealu na své straně.

Krok 1

Ve správci dealů nástroje AdForm Flow (Deals -> Create) založit nový deal pro cílení, v Deal ID poskytnutém Active a "Inventory Source" nastavit Triton Digital (BidSwitch). V případě, že není dané inventory source kontaktuje partner AdForm pro aktivaci. Cena se nenastavuje, nechává se v základním nastavení.

Create Deal ×

General

Deal name

Deal ID

Availability

Assign the deal to an inventory source and specify the advertisers who will have access to it. [Read more](#)

Inventory source

Advertisers Available to all Select

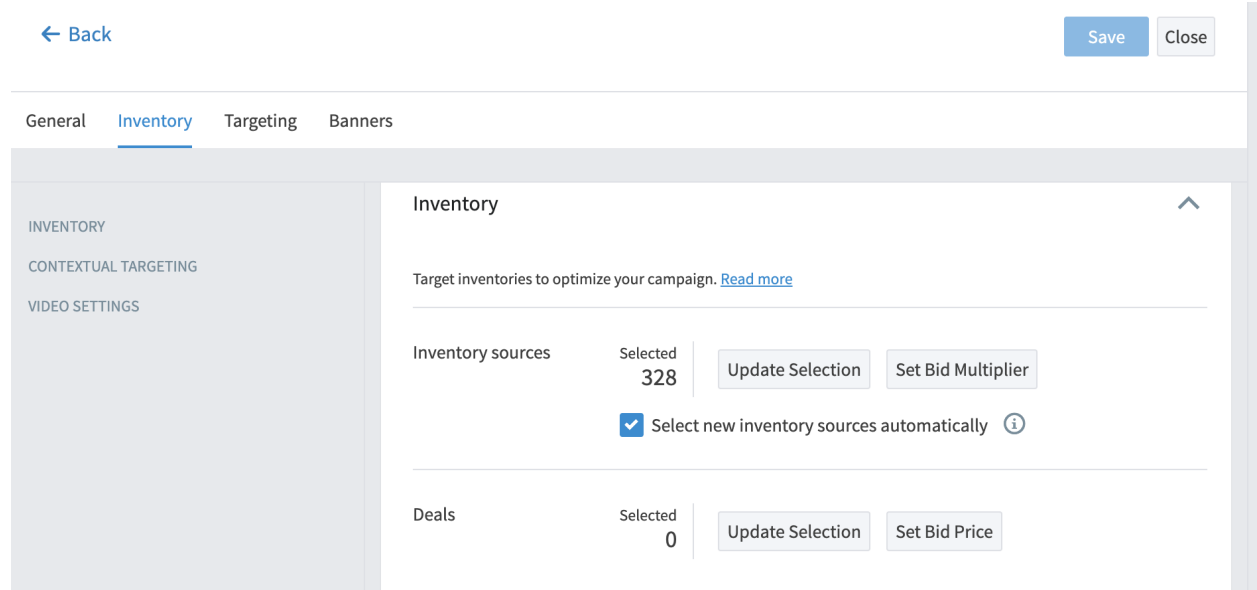
Pricing

Indicate the type of the deal and the CPM price that you and a publisher agreed on. The price you enter will be for your reference only. [Read more](#)

Type

Krok 2

V nastavení položky kampaně nastavit cílení na vytvořený Deal (Campaign -> Line Item -> Inventory) a nastavit formát reklamy "Video/audio".



Krok 3

Vložení audio reklamy - vytvořit jako "Legacy In-Stream".

