

АКАР

ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛА КОМПАНИЙ ПО КАТЕГОРИЯМ КАРТЫ РЫНКА АДТЕСН

МОСКВА 2021 ГОД

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Карта AdTech-рынка России ставит перед собой задачу каталогизации и систематизирования компаний, предоставляющих услуги в области рекламы и маркетинга на основе технологий и программных решений. На карте могут быть представлены только компании, объектом продажи которых или в основе продукта которых находится собственный технологический или программный продукт, а не предоставление интеллектуальных услуг. Исключение составляет раздел **«DEVELOPMENT»**, в котором могут быть представлены компании, осуществляющие консалтинговые услуги в работе с технологическими продуктами в сфере AdTech, однако в этом разделе могут быть представлены только компании, предоставляющие консалтинговые услуги именно в сфере **ТЕХНОЛОГИЙ**, а не в каких-либо других включая маркетинговые, рекламные, креативные или стратегические.

ВЕРИФИКАЦИЯ РЕКЛАМЫ

Adtracking

Предоставление следующих возможностей:

- отчет по показам/кликам/конверсиям;
- кросс-частотность по каналам;
- цепочки взаимодействий (как по кликам, так и по показам);
- выстраивание цепочек по разным моделям атрибуции;
- время до совершения конверсии;
- количество итераций до совершения конверсии;
- места размещения с окружением.

Viewability

Предоставление данных по отслеживанию фактической видимости рекламного объявления для пользователя, которые позволяют рекламодателю убедиться, что его баннер/видеореклама не просто транслировался на площадке, а пользователь реально увидел его в видимой зоне экрана.

Fraud detecting

Предоставление следующих возможностей:

- выявление и отслеживание подозрительных транзакций;
- анализ пользователей с целью выявления роботности трафика;
- вычисление манипуляций, определение типа;
- осуществление классификации обнаруженных мошеннических манипуляций, учет критических значений;
- наглядное представление критических отклонений.

Brand safety

Предоставление автоматизированного мониторинга и аналитики по рекламным кампаниям с целью оценки контентного окружения показа рекламных форматов по следующим параметрам:

- контент с возрастными ограничениями (Adult Content, «для взрослых»);
- наркотики, алкоголь и другие опасные для здоровья человека вещества;
- призывы к противоправным действиям;
- экстремальная графика (яркое мигание, «бьющие» по глазам анимация и цвета);
- призывы к манипуляциям показателями измерений и прочему мошенничеству;
- нарушения авторских прав;
- вирусы, вредоносные файлы, шпионские программы;
- обсуждение политики, религиозные темы;
- разжигание ненависти, богохульство, ругательства;
- немодерируемый UGC (User Generated Content — пользовательский контент);
- сомнительные темы: оккультизм, табуированные темы, нетрадиционный образ жизни, etc.

СОЗДАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ КОНТЕНТА

CMP-платформы (Creative Management Platform)

Предоставление следующих возможностей:

- автоматическое обеспечение хранения графических и прочих

материалов в библиотеке;

- динамическая сборка анимаций;
- публикация и управление рекламными материалами в кампаниях с использованием технологий динамического креатива;
- генерация персонализированных баннеров или видео для каждого пользователя в реальном времени.

DCO-платформы (Dynamic Creative Optimization)

Предоставление следующих возможностей:

- атрибуция трафика по источникам для создания сквозной вариативности рекламных материалов;
- разметка страниц и блоков контента в качестве целей и фиксация их достижения и заполнение динамических шаблонов рекламных материалов соответствующими сообщениями;
- аналитика и выводы для трансформации под инсайты аудитории при эксплуатации сайта;
- использование данных для динамического ретаргетинга.

Множитель креативов

Предоставление следующих возможностей:

- автоматизированная генерация большого количества креативных материалов на основе потока данных из внешнего источника;
- создание шаблонов креативных решений для «дубликации» креативов по определенному принципу.

Хостинг креативов

Предоставление следующих возможностей:

- заливка и хранение креативных материалов для рекламных кампаний (видео, баннеры);

- каталогизированное хранилище рекламных материалов с возможностью внешнего доступа и управления;
- интеграция с рекламными системами для отправки необходимых рекламных материалов на размещение.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКОЙ/ ПРОДАЖЕЙ ИНВЕНТАРЯ

DSP (Demand Side Platform)

Предоставление агентствам и рекламодателям возможности осуществлять закупки онлайн-рекламы на разных рекламных биржах в рамках RTB-экосистемы.

SSP (Sell Side Platform)

Предоставление владельцам сайтов возможности автоматизировать продажи трафика, используя аукционное определение цены в рамках RTB-экосистемы.

ATD (Agency Trading Desk)

Централизованная платформа закупки рекламы по различным рекламным моделям в рамках RTB экосистемы.

AntiAdblock

Предоставление следующих возможностей:

- сбор статистики о посетителях с adblock и вывод уведомлений;
- гибкий вывод уведомлений для пользователей с включенным блокировщиком рекламы.
- установка двух версий контента, для посетителей с adblock и без него;
- анализ поведения и установка правил для пользователей

- с включенным блокировщиком рекламы;
- полная блокировка контента при обнаружении adblock;
- возможность программного «преодоления» ограничений на показ рекламы со стороны Adblock-ПО.

Управление ставками в аукционных платформах

Предоставление возможности автоматического создания и применения стратегий управления ставками и корректировки ставок в аукционных системах закупки рекламного инвентаря и получения статистики по рекламным кампаниям.

CPA-сети (Cost per action)

Предоставление возможности автоматизированного размещения рекламы на интернет-ресурсах с фиксированной стоимостью целевого действия любого вида.

Affiliate marketing

Предоставление возможности автоматизированного размещения рекламы на интернет-ресурсах с возможностью построения различных моделей коммерческого расчета между заказчиком и исполнителем на основе информации о покупках пользователями товара заказчика.

Direct marketing (рассылки смс, e-mail и т.д.)

Предоставление следующих возможностей:

- автоматизированное распространение предложения через надлежащее медиасредство; - получение отклика или заказа;
- выполнение заказа;
- управление базой данных и обслуживания покупателей.

УПРАВЛЕНИЕ ДАННЫМИ

DMP (Data Management Platform)

Предоставление следующих возможностей:

- сбор, хранение и обработка любых типов аудиторных данных (1st, 2nd, 3rd party);
- формирование аудиторных сегментов и активация (использование) их через медиаканалы;
- возможность использования данных в DSP, SSP, CRM, CMS (динамическая адаптация контента), DCO (динамическая адаптация креативов), а также на площадках через их систему управления рекламой (Ad Server);
- автоматизированный обмен данными в экосистеме RTB.

CDP (Customer data platform)

Предоставление следующих возможностей:

- сбор информации из различных источников в реальном времени first party data: емейл-адреса, номера телефонов, аккаунты соцсетей, токены для пуш-уведомлений, ID устройств, историю браузинга, cookie, офлайн-события и т.д.;
- унификация клиентской информации в единый профиль;
- сегментация накопленных клиентских профилей;
- возможность работать как с персональными данными, так и с деперсонализированными данными о пользователях;
- использование результатов сегментации подключенными к платформе инструментами для проведения рекламных кампаний.

CRM (Customer Relationship Management)

Предоставление следующих возможностей:

- сбор и обработка аудиторных данных;

- хранение транзакций и истории общения с клиентом, основываясь на твердых идентификаторах (hard keys);
- формирование аудиторных сегментов;
- наличие лицензии для работы с персональными данными;
- предоставление услуг по формированию стратегии использования инструментов direct marketing;
- предоставление инструментария для проведения рассылок в любых каналах direct marketing.

Data-sources

Платформенные решения, созданные для накопления и объединения различных типов данных от разных поставщиков для их использования в коммерческих целях или аналитики.

wi-fi аналитика

Платформы и ПО для проведения любой аналитики на основе MAC-адресов, а также возможности сбора, хранения и передачи в различные рекламные системы таких аудиторных списков.

Аналитические платформы

Платформы и сервисы, позволяющие получать «сырые» данные из различных источников и обрабатывать их на основе собственных алгоритмов с целью проведения аналитических работ и создания аналитических отчетов или продуктов на основе собранных данных.

Визуализация данных

Платформы и ПО, обладающие возможностью получения данных из различных источников и их визуализации в различном виде с целью предоставления бизнес-заказчику наиболее наглядного доступа к необходимой информации

Нейромаркетинг

Платформы и ПО, обрабатывающие любые данные о пользователях в сети с целью изучения поведения покупателей, анализа воздействия на их эмоциональные и поведенческие реакции, использующие разработки в областях маркетинга, когнитивной психологии и нейрофизиологии, а также при помощи данных принципов классифицирующие пользователей по любым различным аудиторным группам психологического характера .

ERP

Предоставление следующих возможностей:

- регистрация обращений клиентов, работа с ними;
- проведение анализа ABC, XYZ и BCG;
- построение воронки продаж;
- анализ показателей работы менеджеров с клиентами;
- проведение и контроль эффективности маркетинговых мероприятий и рекламных каналов;
- ведение учета и работа с поступающими от клиентов претензиями;
- формирование списков email- и SMS-рассылок по группам клиентов.

ОФД

Предоставление следующих функций:

- передача всех данные использования кассового аппарата в налоговую службу, конфиденциально;
- анализ продаваемых грузов на основе статистики в зависимости от каналов продаж, локаций, регионов, выручки и категорий;
- мониторинг бизнес-показатели;
- электронный документооборот.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗМЕЩЕНИЕМ РЕКЛАМЫ (КРУТИЛКИ)

Предоставление следующих возможностей:

- управление рекламодателями и доставка рекламы из сторонних рекламных сетей;
- задание приоритетов для рекламных кампаний, параметров таргетинга;
- ограничение на количество просмотров для уникальных посетителей;
- интеграция с существующими базами данных бизнеса для улучшения таргетинга рекламы;
- управление веб-сайтами и рекламными местами;
- статистика по эффективности рекламных показов;
- масштабирование рекламной системы на несколько серверов.

В таких сегментах, как:

- Видеореклама
- Аудиореклама
- Нативная реклама
- Мобильная реклама
- Размещение ТВ-рекламы
- Размещение OOH-рекламы
- Размещение аудиорекламы
- Кросс-канальное размещение рекламы
- Контекстная реклама
- Реклама в соц. сетях
- Ad-serving (multiformat)

DEVELOPMENT

Агентства и продакшн-студии

Компании, предоставляющие профильные услуги в области консалтинга по использованию AdTech продуктов, а также разрабатывающие уникальные рекламные материалы для специфических технологических видов рекламы (например, HBB TV Информеры, реклама на IOT или рекламные 3D модели для AR / VR приложений).

Разработчики

Компании, предоставляющие услуги разработчиков, программистов, системных архитекторов и профильных сотрудников, специализирующихся на разработке на аутсорсе, преимущественно с опытом в поле AdTech.

Интеграторы

Профильные компании, предоставляющие услуги по внедрению и сопровождению использования технологических продуктов в сфере AdTech и MarTech.

UX ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Adblock

Предоставление следующих возможностей:

- блокировка рекламы;
- защита от слежения;
- блокировка вредоносных доменов;
- отключение кнопок социальных сетей.

Internet of Things

Рекламные и технологические платформы в сфере «интернета вещей» — технологической концепции подключения всех вещей в мире к интернету для удалённого управления ими через программное обеспечение и обмена данными в режиме реального времени через сервер или напрямую с возможностью использования таких «подключенных» девайсов в рекламных целях

Voice tech

Предоставление следующих возможностей:

- транскрипция;
- перевод;
- навигация по пользовательскому интерфейсу;
- голосовые помощники на основе AI.

Машинное зрение

Предоставление следующих возможностей:

- поиск и распознавание изображений;
- распознавание текста;
- биометрия;
- видеоаналитика;
- тегирование и машинное обучение в сфере автоматизированной каталогизации графических объектов.

E-COM

Product info management

Предоставление следующих возможностей описания продукта:

- создание и хранение электронного каталога продукции;

- иерархия принадлежности продукта категории;
- техническая спецификация продукта;
- маркетинговые данные о продуктах.
- информация, необходимая для продажи продукта через маркетплейсы;
- производственная информация;
- логистическая информация.

Управление стоком

Системы и продукты для управления складом, учета запаса продуктов, распределения сроков хранения и т.д. осуществление функций контроля перемещения товара, включая операции приемки, размещения, пополнения, отбора, упаковки, контроля, отгрузки, инвентаризации.

Управление логистикой

Предоставление возможности автоматизации следующего функционала:

- материально-техническое снабжение, формирование хозяйственных связей по поставкам товаров или оказанию услуг, их развитие и рационализация;
- складское обслуживание движения материальных потоков;
- транспортное обслуживание материальных потоков;
- обеспечение услугами логистического характера;
- финансовое обеспечение создания и развития логистической инфраструктуры;
- управление материальными и товарными запасами;
- информационное обеспечение управления логистическими процессами;
- физическое распределение и поставка продукции;
- стандартизация и контроль качества логистических процессов;

- планирование объемов и направлений материальных и информационных потоков;
- прогнозирование потребности в логистических ресурсах;
- проектирование логистических систем и их структурных элементов.

Fullfilment

Предоставление следующих возможностей:

- хранение товаров;
- комплектация;
- отправка клиенту;
- оповещения клиентов;
- трекинг заказа.

Управление карточками товаров

Системы создания специализированного контента для размещения или описания карточек товаров, их визуализации, аналитики взаимодействия с карточками товаров в любом виде.

Системы динамического ценообразования

Предоставление следующих возможностей:

- анализ текущего рынка;
- создание стратегий ценообразования, основанных на результатах постоянно проводимого анализа рынка и глобальной стратегии развития бизнеса;
- установка цен на товары;
- анализ продаж и оптимизация выбранных моделей и тактик ценообразования.