

洞悉真實廣告效益

To see or not to see, that's the question.

Nicky Hsieh

數位媒體策略總監 / 創市際市場研究顧問

請您試想一個情境：

有個廣告投放在某個網站底部的版位，而您看到網站一半時就直接關掉網頁，廣告投放出來了，但是您看到了嗎？

沒有被看到的廣告，它該如何發揮廣告的效果，達到廣告主想要的目的呢？

根據 MRC / IAB 制定的廣告可視性標準

展示型廣告

標準：50% 以上廣告面積
停留在螢幕範圍中1 秒以上

大型：30% 以上廣告面積
停留在螢幕範圍中1 秒以上

影音廣告

50% 以上廣告面積，停留在
螢幕範圍中 2 秒以上

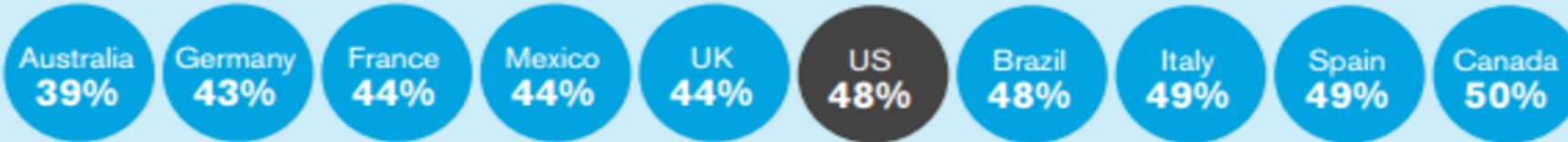
行動廣告

展示型廣告：50% 以上廣告
面積停留在螢幕範圍中 1 秒以上

影音廣告：50% 以上廣告面積
停留在螢幕範圍中連續播放 2 秒
以上

全球平均而言，有超過 50% 的廣告曝光沒有被看到

DESKTOP **DISPLAY** VIEWABILITY RANGES FROM 39% - 50% ACROSS MARKETS



41%

VIDEO VIEWABILITY IS EVEN LOWER

This is mostly due to IVT on programmatic exchanges, where video is commonly traded.

DIRECT BUYS SEE HIGHER VIEWABILITY THAN PROGRAMMATIC



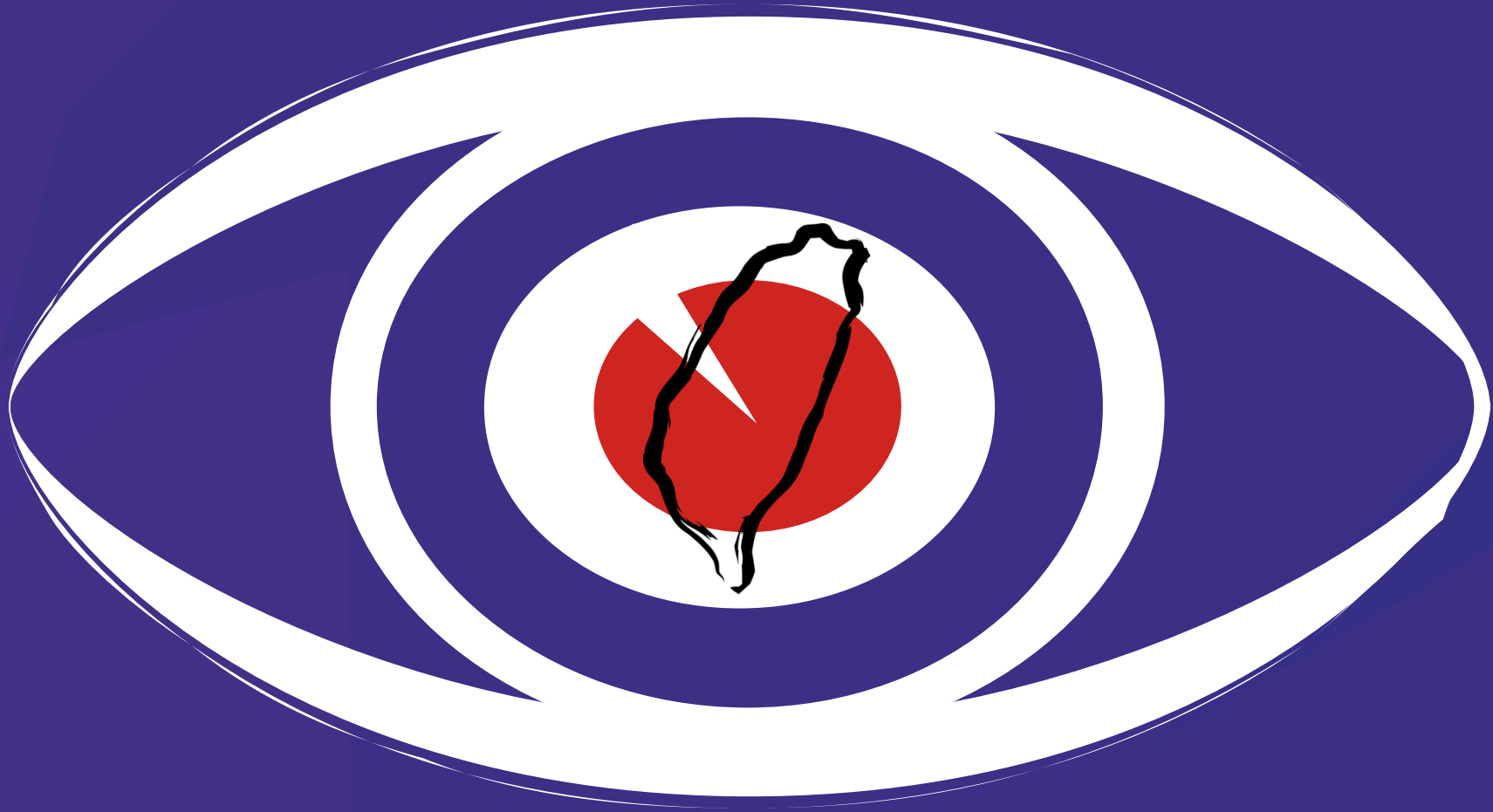
WHAT CAN I DO ABOUT IT?

Improve Delivery for Better Impact

Invalid traffic and low viewability can wreak havoc on campaign performance.

There is an upside: when evaluating campaign performance using only ads that have a chance to make an impact, advertising can be 2X more effective. This helps publishers prove the value of their advertising and marketers quantify true ROI.

那台灣媒體的「廣告可視性」有多高...?



我們做了一個實驗...想知道幾個媒體網站的 「廣告可視性」如何

A

大型
主題性網站
網友來來去去
每天都數百萬



74.6%

B

小型
垂直性網站
網友停留率高

32.7%

C

小型
垂直性網站
網友忠誠度高

67.4%

D

小型
垂直性網站
需求導向拜訪

19.9%

E

中型
主題性網站
屬於年輕人的媒體
鄉民文化

3%

A & E 網站的可視廣告比例影響因素？

A

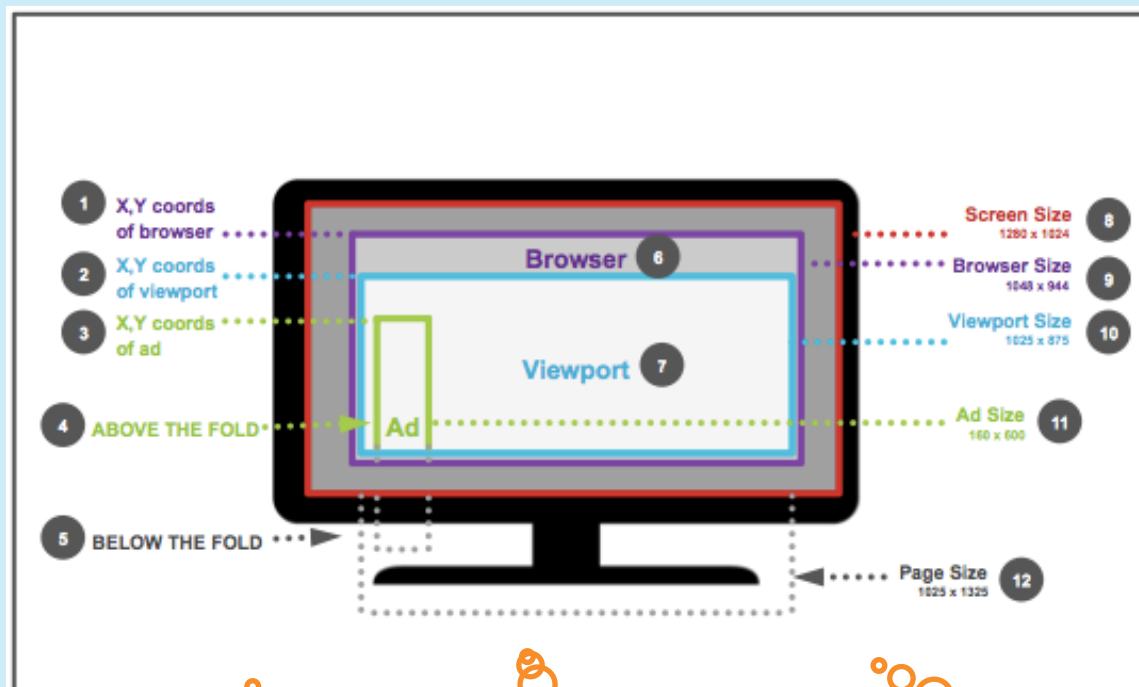
大型
主題性網站
網友來來去去
每天都數百萬

74.6%

網友閱讀習慣？

追蹤碼擺放位置？

廣告形式不同？



E

中型
主題性網站
屬於年輕人的媒體
鄉民文化

3%

B / C / D 網站的可視廣告比例影響因素？

B

小型
垂直性網站
網友停留率高

32.7%

C

小型
垂直性網站
網友忠誠度高

67.4%

D

小型
垂直性網站
需求導向拜訪

19.9%

所有版位都在
螢幕線之上嗎？

廣告版位放追蹤碼

B 網站的所有廣告版位可視性不一

B

小型
垂直性網站
網友停留率高

32.7%

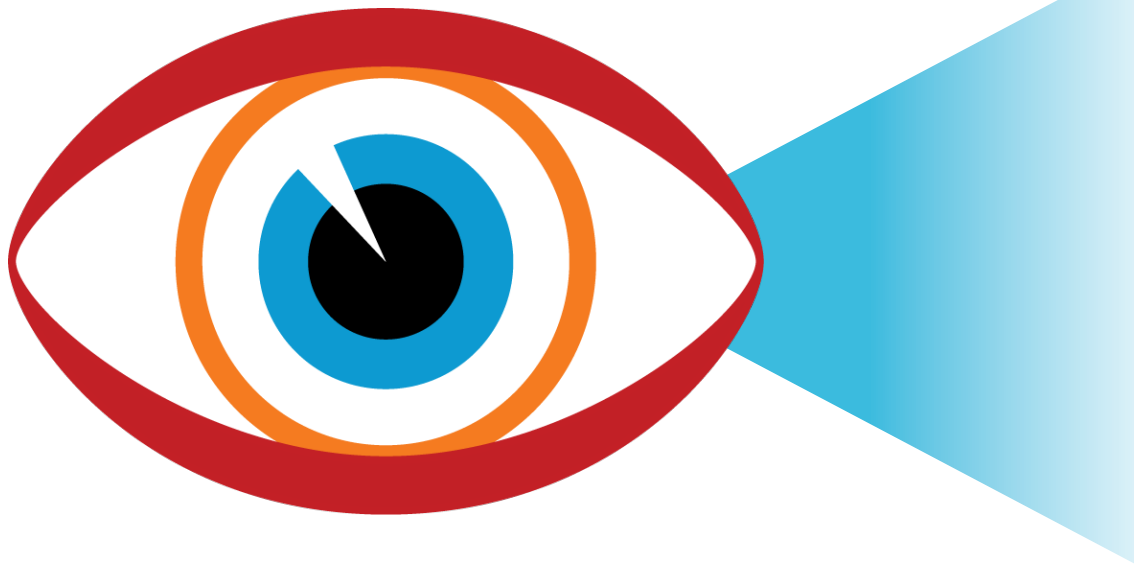
60%

50%

15%

6%

在 comScore vCE 2.0 中，我們對可視廣告的驗證



完整的廣告可視性測量方法：

- 幾何相對位置預測
- 出現時機預測
- 複雜模型推估
- 監測 100% 的展示型廣告
- 預先濾除 IVT，呈現真實消費者的觀看情形
- 於單一監測系統中提供展示型廣告及影音廣告、PC 及行動裝置的可視廣告報告

有彈性地客製廣告可視性的基準

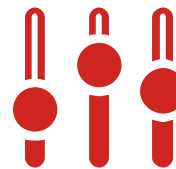
除了 MRC 制定的標準定義外，
客戶也可以自訂影音廣告
及展示型廣告的定義



看了多少比例的像素
影音廣告、展示型廣告



看了多少時間
影音廣告、展示型廣告



有無開啟音量
影音廣告

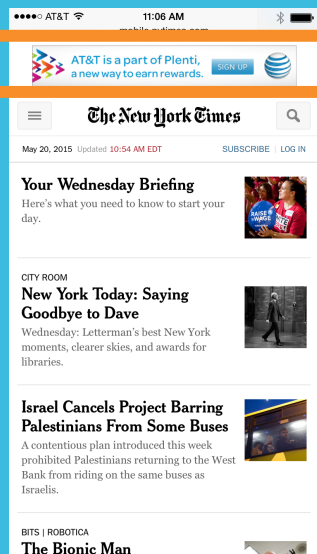
vCE 針對影音廣告可視性的作法



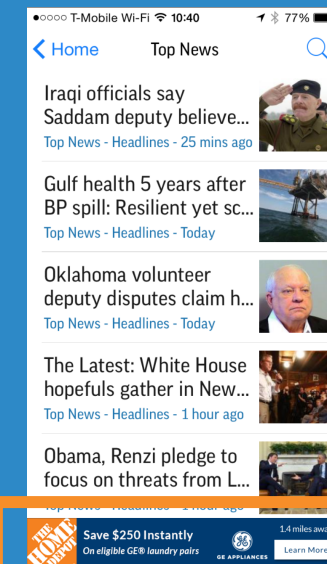
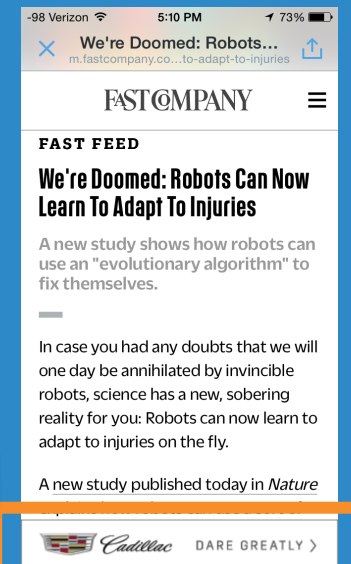
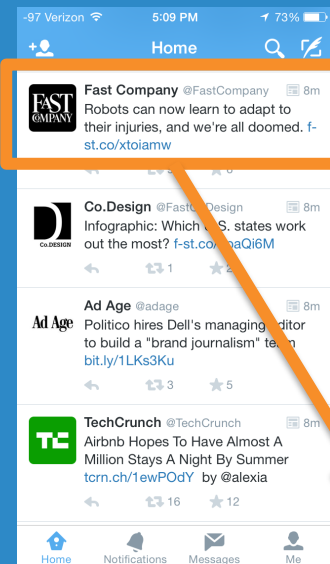
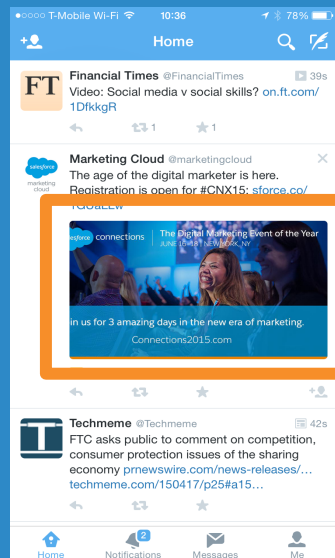
- 領先的科技可監測所有影音廣告，包含VPAID與 non-VPAID 廣告
- 與合作夥伴的介面整合可做延伸報告
- 可作跨媒體間的受眾重疊比較與可視廣告比較
- 由 MRC 認可

針對行動廣告亦提供全方位的可視性報告

行動裝置瀏覽器



行動 App














原生App廣告

App中另開瀏覽器

App內嵌廣告版位

vCE 中的所有廣告可視監測都受到 MRC 認證

	 DESKTOP	 MOBILE App	 MOBILE Browser
 DISPLAY			
 VIDEO			



當然也包含 FB / IG 廣告可視性的監測



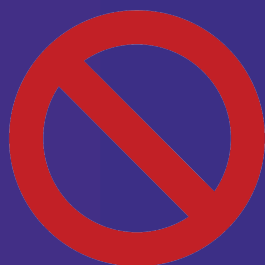
- 完整的 PC 及 Mobile 廣告監測報告:
 - 展示型廣告及影音廣告的廣告可視性關鍵監測指標
 - 完整的影音廣告報告,包含:
 - 完成率百分比 (25%, 50%,75%,100%)
 - 可聽度
 - 觀看停留時間
 - 也包含在 Instagram 及 Facebook Audience Network 中的所有影音廣告

*** vCE 全球客戶皆適用 ***

但是別忘記，廣告除了「被看到」很重要，
還有其他值得關注的事情...



廣告可視性



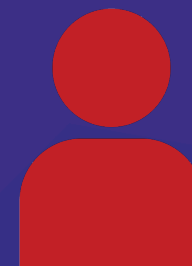
非人流量



品牌安全

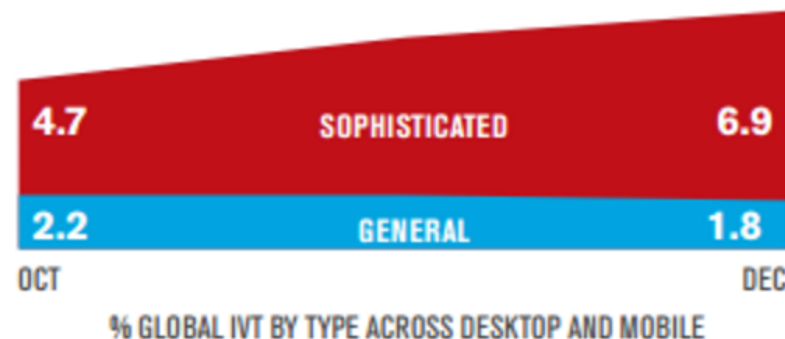


地理區界定



受眾資料

科技在進步，非人流量 (Invalid Traffic, IVT) 也演化得越來越難捉摸



80%
OF GLOBAL IVT WAS **SOPHISTICATED**
IN DECEMBER 2015

HIGH-VALUE VIDEO ADS ATTRACT THE MOST IVT

With higher CPMs, video provides a ripe opportunity for fraudsters to reap even greater gains.

PROGRAMMATIC MAGNIFIES THE IVT PROBLEM

Video ads on programmatic exchanges – where there is less transparency – have IVT rates 4.5x direct buys.

6% IVT
US DESKTOP DISPLAY



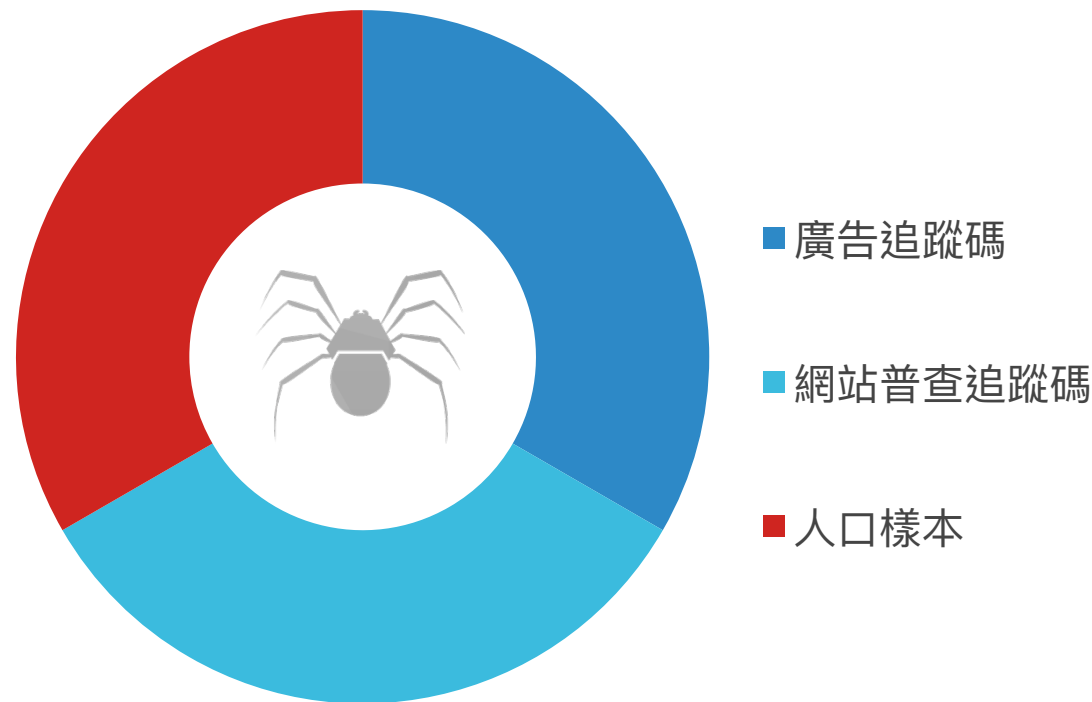
8% IVT
US DESKTOP VIDEO



comScore 擁有精確濾除 IVT 的技術

- General IVT 及 Sophisticated IVT 皆於受眾指標及可視性指標數據中濾除
- 自動診斷技術偵測 IVT 並判斷其來源
- 由 MdotLabs 數據科學團隊執行網路安全、機器學習 (machine learning) 與異常檢測

三重檢驗技術



透過監測通盤了解無效曝光哪裡來

vCE 報告能讓您瞭解為什麼廣告曝光會被舉報為無效曝光

無效的用戶特徵

在一般正常網頁瀏覽環境下，不可能會出現的流量特徵

非真人的行為傾向

用戶與廣告互動後所帶來的流量，與一般正常的瀏覽行為傾向不一致

異常流量趨勢

流量趨勢與comScore特有的間接流量濾除機制所偵測出的全球網友或網站均值偏差過大

加上「品牌安全性」



「地理區界定」



「受眾資料」



這才是完整 vCE 2.0 可以提供給您的解決方案

而 vCE 中所有的廣告監測技術全都受到 MRC 認證



Accredited by
Media
Rating Council®

Viewability

Brand safety

In-country delivery

Invalid traffic

Engagement

並且，comScore 是第一個，也是唯一一個能提供



MRC 認證過的可視廣告 GRPs，
認證範圍涵括 PC 展示型廣告與 PC 影音廣告。

MRC 認證過，在 PC 或行動網頁上的內容流量 / 廣告
活動流量的深層 IVT 濾除技術。

最重要的，您只需要一組追蹤碼，就能完成所有監測

廣告驗證模組

廣告可視性 

有效流量 

品牌安全性 

適切地理區 

受眾模組



不重複網友

觸及率與接觸頻率

真人 GRP

人口變項

- 年齡
- 性別
- 行為傾向

 comSCORE.
VCE[®] 2.0

vCE 串接平台夥伴，簡化您的工作流程

YAHOO!

FreesWheel®

 DoubleClick
by Google

BrightRoll
○○○○○○

 appnexus

Sizmek™

 eyereturn
marketing

 TubeMogul

 theTradeDesk

INNOVLD

 MediaMath

adf○rm

vCE – Changing How the World Sees Digital Advertising



Thank you!

Nicky Hsieh

數位媒體策略總監 / 創市際市場研究顧問

nicky.hsieh@ixresearch.com

