

Comscore 升級方法論 UDM 2.0 – 說明與準備

前言

隨著第三方 cookie 即將退場，數位環境正在進行變革，受眾測量方法也必須隨著進化。

Comscore 準備推出進化版的方法論 Unified Digital Measurement 2.0 (UDM 2.0)，以目前使用的 UDM 1.0 為基礎所推出的下一代方法論。

在 UDM 1.0 中，Comscore 採用來自追蹤樣本 (Panel)，以及仰賴媒體埋放追蹤碼得到的第三方 cookie 資訊當作數據來源；UDM 2.0 則會採用來自媒體提供的 first-party IDs (1P IDs) 來補強 third-party IDs (3P IDs) 訊號流失後的數據。

這個進化的方法論將確保 Comscore 的 MMX 產品，能讓媒體、代理商、廣告主在未來能持續獲得 Comscore 數據資料庫一直以來提供的詳盡資料維度，以及準確的用戶數據。

這意味著什麼？

所有已經在數位內容上加入 Comscore 追蹤碼（優先順序為：Website page tag、影音追蹤碼 streaming tag、行動 SDK）的媒體客戶，都需要盡快更新追蹤碼，並啟用傳送 1P IDs 功能，否則有可能因為沒有跟上方法論的演化導致流量數據遭低估，甚至有可能在 Comscore 系統中因為未達數據揭露門檻而無法被正常報告。

媒體仍然可以使用在埋 code 後台 Direct 取得的 Website page tag、Mobile SDK，現在已加入「啟用傳送 1P IDs (Enable first-party cookies)」與「傳送第一方網域特定 cookie 資訊 (first-party domain specific cookie)」。

如果您是使用 Google Tag Manager 安置 Comscore 追蹤碼，請在自訂容器 (Custom Container) 中手動加入啟用傳送 1P IDs 的 JS 文本。

我該怎麼開始行動？

我們強烈建議您在 UDM 2.0 網站上下載對應的 Tag Guide，並且完整閱讀所有資訊。

Preparing for UDM 2.0: Your First-Party Data Options

Important note: This change will **not** be reflected in your current measurement reporting, but instead enter you into a private BETA view to see the impacts of data collection and processing.

To get started, view these updated tagging implementation guides:

1. Desktop/Mobile web page tag ([Web Page Tag Guide](#))
2. Desktop/Mobile web video tag ([Javascript & Streaming Tag Guide](#))
3. Mobile App iOS/Android SDKs ([iOS](#) and [Android](#) Tag Guides)

而非僅參考 “Appendix C: How to add 1P data to web page impression tags” 或 1P 資訊等章節。

- 若您的網站上提供瀑布流文章 (Infinite Scroll) 或其他使用 AJAX、HTML5 的服務，您需要特別閱讀 “ Appendix A: Additional instructions for special use cases” 章節。
- 如果您想在既有的追蹤碼上啟用傳送 1P cookie，您需要特別閱讀 “ Appendix D: Update an existing Comscore Publisher Tag implementation”

Comscore 建議您立即更新您媒體數位內容上的追蹤碼，以確保我們有足夠的時間，在 UDM 2.0 正式全面採用之前能讓您有機會看到 Beta 版本數據。我們強烈建議您的團隊越早開始進行越好，以確保在第三方 cookie 退場前您已經做好準備，並且不會因此流失任何流量，或者是有任何的轉換陣痛期。

Comscore 的專業團隊將會在這個轉換過程中，為訂閱資料庫的媒體客戶盡可能地提供所需的協助。我們也將相關說明以及您可能會產生的疑問，彙整在特別設置的網站中（請參考網站[連結](#)），所有 UDM 2.0 相關的資訊都可在此找到，因此請您立即著手更新追蹤碼。

Comscore 的目標是在跨螢幕的數位測量世界中，提供一致性且與時俱進的測量方法，而邁向 UDM 2.0 方法論才能讓我們繼續提供最真實，以及最先進的受眾測量數據。

FAQ

（精華摘要，詳細說明請見 UDM 2.0 網站）

- UDM 1.0 跟 UDM 2.0 的不同處在哪？
 - UDM 2.0 的方法論基礎還是 UDM 1.0 的追蹤樣本 (Panel) 以及媒體監測資料 (Census)，只是現在使用來自媒體回傳的 1P ID 取代 3P 訊號。媒體仍然可以沿用目前安裝的 Comscore 追蹤碼/ Comscore SDK，唯一的不同處在於，媒體現在需要提供 1P ID 和/或啟用 1P domain-specific cookie，以維持在第三方 cookie 退場後能接受到同樣有效的測量。

- 更新到 UDM 2.0 的步驟是什麼？
 - 媒體應從數據收集 / 追蹤碼更新開始，這個舉措將允許 Comscore 在媒體更新追蹤碼後的 2-3 個月內持續收集媒體回傳的 1P 數據，以建立媒體的 Person Representation Unit (PRU) 模型，這些模型代表該網友造訪該媒體的行為，並將這個模型整合到受眾監測資料庫（如 MMX）數據產製流程中。
 - 所有目前在數位內容上埋設 Comscore 追蹤碼 / Comscore SDK 的媒體客戶都建議必須參與，否則他們的網站若因此未能觸及到足夠的追蹤樣本，因而不符合 Comscore 的資料揭露門檻（Minimum Reporting Standard, MRS – 最低為每月 10 個追蹤樣本），將產生數據無法顯示，或是數據不完整的風險。

➤ 哪些追蹤碼需要更新？

- Comscore 建議依據下列順序更新您的追蹤碼
 - Desktop/Mobile Web page tag
 - Desktop/Mobile Web video tag (Streaming Tag)
 - Mobile App iOS/Android SDK

請注意：雖然 Comscore 要求媒體更新上述三類追蹤碼，但一旦 UDM 2.0 啟動之後而媒體未回傳 1P ID，短期內會受到影響的是前兩者：網頁追蹤碼與影音追蹤碼，因為第三方 Cookie 退場會直接影響到瀏覽器環境的監測資料。

在行動應用程式 Mobile App 方面，Comscore 目前仍使用其他用戶標識方式來計算不重複訪客指標。但我們也知道其中一些我們在使用的 ID（Advertising ID 等）可能會朝著第三方 Cookie 退場的方向發展，因此，我們建議同時更新用以追蹤行動應用程式的 Comscore SDK 並回傳 1P ID 資訊。不過仍建議媒體應優先更新網頁追蹤碼和影音追蹤，其次才是 Comscore SDK。

➤ 追蹤碼需要更新哪些項目？

- 為了盡可能地滿足監測需求和提供彈性，Comscore 提供了兩種在網頁追蹤碼中納入 1P 數據的方法：

1P cookie 方式

- 在現有的 Comscore 追蹤碼中啟用 1P Cookie。
- 追蹤碼中有一個參數名為 **enablefirstpartycookie**，並且預設為 "FALSE"。媒體可以將其設為 "TRUE" 來創建 1P Cookie 資料回傳。詳細的操作說明可以在追蹤碼安裝手冊中找到，在追蹤碼安裝手冊中搜尋 "enablefirstpartycookie" 即可快速找到相關資訊。
- 除了更新追蹤碼外，您還應該與企業內部的隱私團隊合作，根據需要更新隱私公告。

1P ID

- 或者您可以包含參數 `cs_fpid` 與一個 1P ID，以下提供一些範例。
 - Logged in ID (hashed emails, hashed visitor IDs, hashed subscriber IDs)
 - 3P ecosystem IDs (UID 2.0, LiveRamp ATS, ID5, etc.)

請注意：當追蹤碼回傳 `cs_fpid` 時，我們還會要求您回傳以下三個參數：`cs_fpit`、`cs_fpdm` 和 `cs_fpdt`，如下圖所示。如果沒有相關數值的話，您可以回傳 `*null` 代替。

Appendix C: How to add 1P data to web page impression tags

The following optional parameters can be added to provide 1P identifier data and additional demographics data about the consumer:

Tag parameters for 1P data

Parameter	Required or Optional	Description	Explanation	Example value
<code>cs_fpid</code>	Optional	1P identifier	Contains the pseudonymized 1P identifier value, which could be either a <code>user_id</code> , <code>login</code> (preferred), OpenID or a first-party cookie.	1570113661206_6059410249
<code>cs_fpit</code>	Optional	Type of identifier in <code>cs_fpid</code>	Specifies the type of identifier <ul style="list-style-type: none">• <code>11</code>: logged-in ID• <code>10</code>: logged-out ID• <code>0</code>: OpenID• <code>c</code>: first-party cookie	<code>c</code>
<code>cs_fpdm</code>	Optional	1P demographics data	Contains an obfuscated value of the demographics data which belong to the 1P identifier. This obfuscation calculation is explained further below this table.	39642313001
<code>cs_fpdt</code>	Optional	Type of 1P demographics data in <code>cs_fpdm</code>	Indicates the origin of the demographics values. Accepted values: <ul style="list-style-type: none">• <code>01</code>: collected by publisher• <code>02</code>: collected through / purchased from third party• <code>03</code>: mixed sources or modelled• <code>99</code>: unknown origin	<code>01</code>

- 如果第三方 cookie 退場了，但我還沒有更新到 UDM 2.0 的環境會怎樣？
 - 隨著第三方 cookie 無法再準確地代表使用者行為，未更新到 UDM 2.0 的媒體數據將轉向完全採用追蹤樣本數據源（報告“Panel Only”的狀態）。Comscore 建議您立即更新追蹤碼以整合 1P ID，並收集三個月的數據用於建立僅適用於您網站的 PRU 模型。資料庫訂閱客戶可提出要求獲取 Beta 數據。

➤ 若我是用 Google Tag Manage 進行 Comscore 埋 code，我該怎麼更新？

- 如果您是使用 GTM 埋 Comscore 追蹤碼，請在 GTM 的 Custom Container 欄位中新增我們的 JS 文本，如下方範例（並請將下方所有提及 CLIENT_ID 處該改為您專屬的 C2 ID）。

```
<!-- Begin Comscore Tag -->
<script>
var _comscore = _comscore || [];
_comscore.push({
c1: "2", c2: "CLIENT_ID", cs_ucfr: "1",
options: {
enableFirstPartyCookie: true
}
});
(function() {
var s = document.createElement("script"), el =
document.getElementsByTagName("script")[0];
s.async = true;
s.src = "https://sb.scorecardresearch.com/cs/CLIENT_ID/beacon.js";
el.parentNode.insertBefore(s, el);
})();
</script>
<!--End Comscore Tag-->
```

➤ 如果我有個新的網站要做流量追蹤，我要怎麼埋 UDM 2.0 的追蹤？

- 你仍需要在所有數位內容上安裝 Comscore 的追蹤碼，不論是更新現有的追蹤碼以包含 UDM 2.0 的參數 / 需求，還是安裝新的追蹤碼，這些新追蹤碼將有相同的 UDM 2.0 參數需求。唯一的變化在於需要包含 1P 數據。

Website Tag

Tag Code: Enable first-party cookies

```
<!-- Begin comScore Tag -->
<script>
  var _comscore = _comscore || [];
  _comscore.push({ c1: "2", c2: "██████████" ,
options: { enableFirstPartyCookie: "true" } });
  (function() {
    var s = document.createElement("script"), el =
document.getElementsByTagName("script")[0];
s.async = true;
```

- 為什麼 UDM 2.0 需要傳送 1P data 而不是 3P data?
 - Comscore 將方法論更新到 2.0 版本，以應對 Google 預計停用第三方 cookie 以及其他訊號流失所帶來的衝擊。透過利用第一方識別符，UDM 2.0 能確保在第三方 cookie 及其他訊號淘汰 / 流失的同時，媒體的數據還能持續被完整監測。
- 傳送給 Comscore 的第一方識別符會不會被用在訓練 PRU 模型以外的用途?
 - 不會，當媒體將第一方識別符透過 Comscore 追蹤碼傳送時，這些識別符僅用於分配給 PRU（個人可識別訊息單位）以進行受眾測量，且同樣適用於該媒體用戶人口變項數據的推估上。
 - Comscore 透過追蹤碼直接收集的其他數據，可以根據 Comscore 與媒體之間的追蹤碼規範繼續使用。根據 Comscore 的保留政策，第一方識別符會以 90 天的週期進行刪除。
 - 如果您對於在目前適用的隱私法規下傳送第一方識別符給 Comscore 有疑問，我們建議諮詢您的法律顧問。

- 我傳送的 1P data 會不會被用來訓練模型並使用在其他網站上？
 - 不會，Comscore 僅使用每個媒體傳送的第一方數據來訓練、增益提供數據的媒體 PRU 模型，這些第一方數據不會在這個應用場景之外被分享或被使用。

更多完整資訊，請參考 Comscore UDM 2.0 網站

<https://www.comscore.com/Products/Digital/Unified-Digital-Measurement-Enhanced>