



Посібник з пропозиціями для видавців з програматик

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2022
У випадку використання тексту або будь-якої його частини обов'язкове
посилання на джерело та правовласника

03 Вступ

04 Основні терміни та визначення

05 Типи угод

09 Переваги прямих угод для публішерів та рекламодавців

13 Доступні рішення для Публішерів

27 Кейси

30 Команда

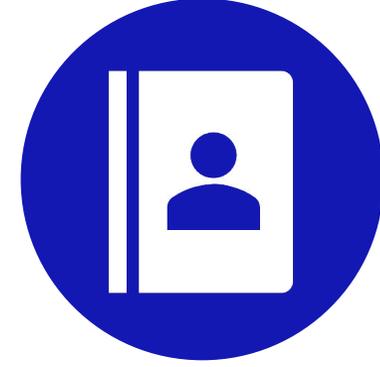
● Вступ та передмова



Programmatic Direct - один із найшвидше зростаючих напрямків digital реклами



Незважаючи на широке поширення прямих угод, ми часто все ще чуємо питання від **Покупців** про те, як **найефективніше використовувати** пряме автоматизоване розміщення для своїх кампаній, а від **Паблішерів** – який тип підключення інвентарю **найефективніший з погляду монетизації** власного інвентарю



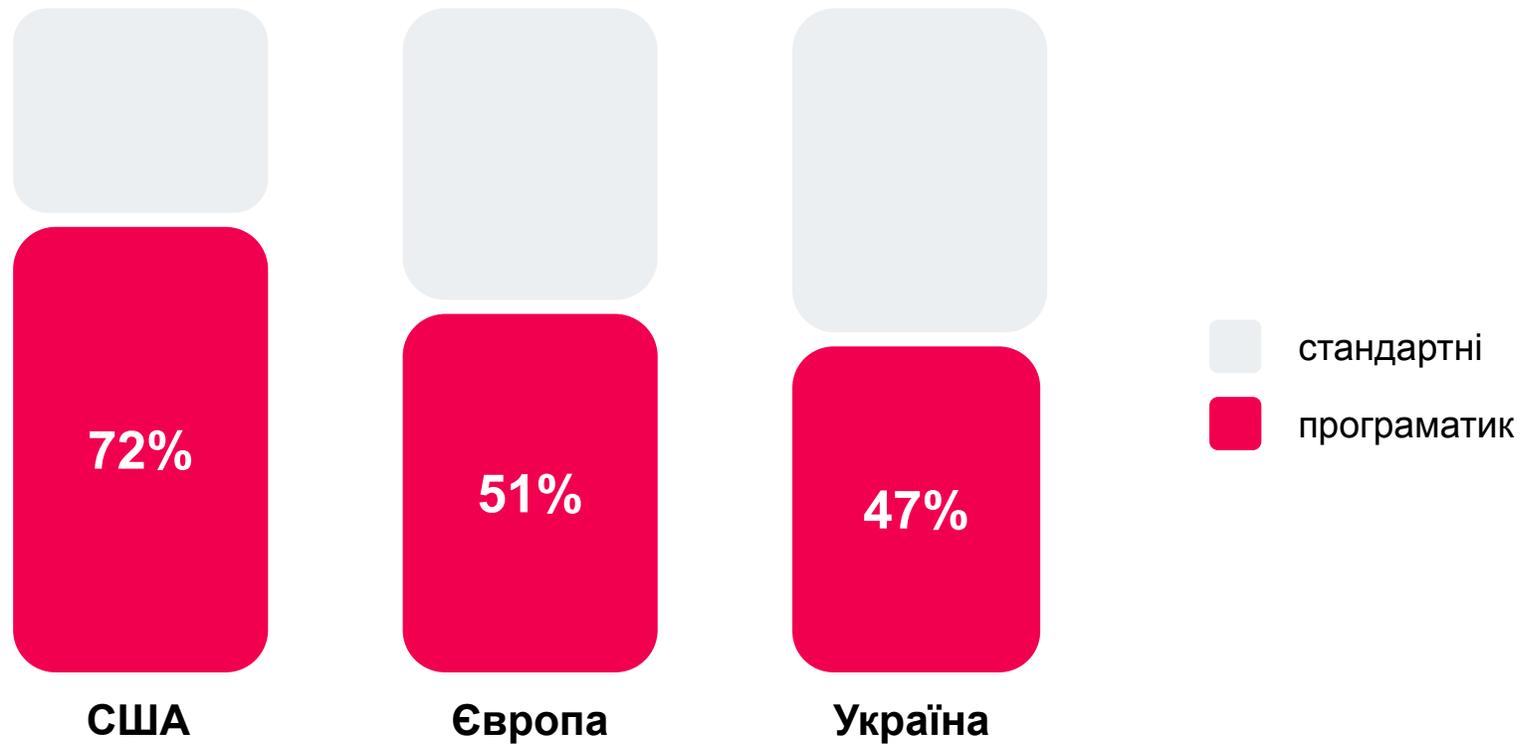
Комітетом Programmatic при IAB був розроблений **посібник**, щоб чітко визначити пряме автоматизоване розміщення, пояснити основні типи угод та доступні рішення для власників інвентарю, тому ви можете бути **впевнені у виборі кращого підходу для вас**

● Основні терміни та визначення

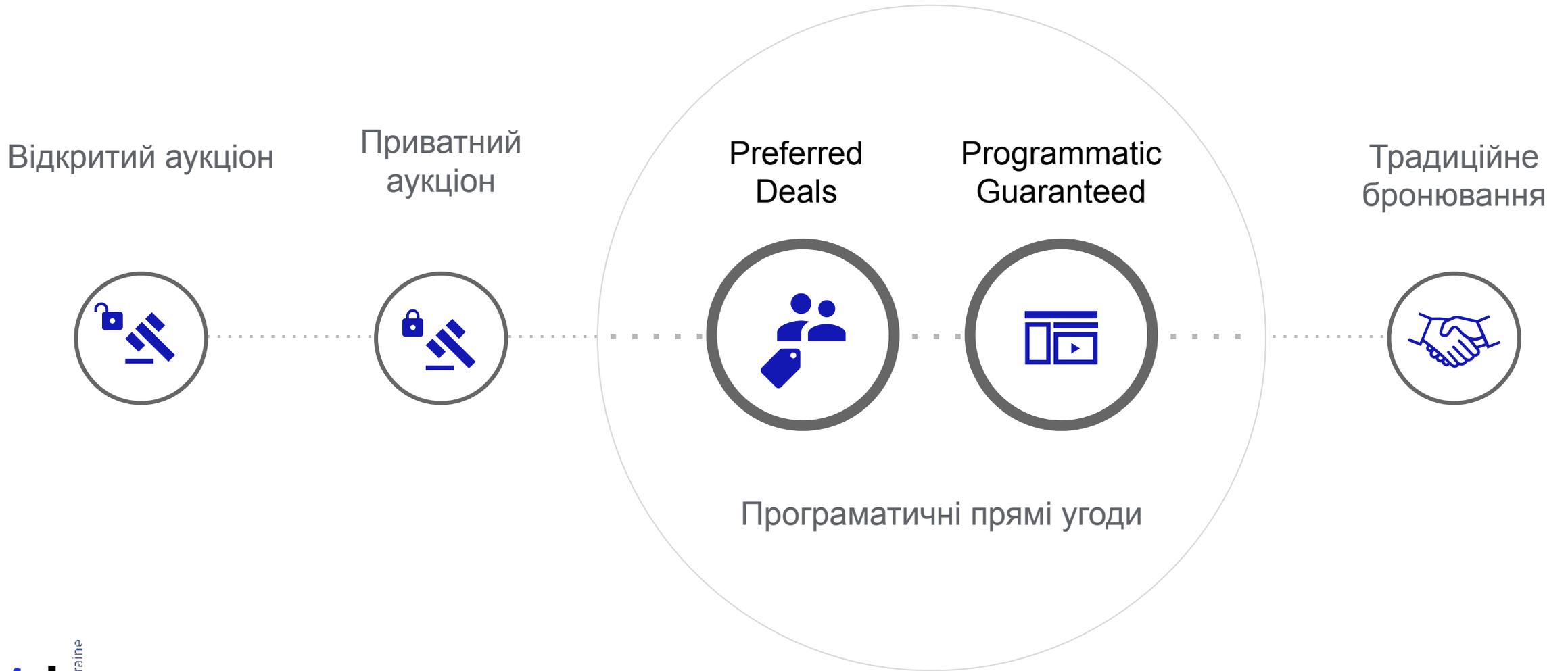
Ad Exchange	Комп'ютеризований ринок для купівлі та продажу рекламного простору, що з'єднує платформи на стороні постачання (SSP) і платформи на стороні попиту (DSP).
Платформа для закупівель (Demand Side Platform)	Платформа, яка дозволяє брендам та агентствам автоматично призначати ставки на рекламний ресурс. Покупці визначають таку інформацію, як оголошення та ціна, а також контролюють розповсюдження своїх оголошень. DSP визначають найкращий можливий інвентар для охоплення цільової аудиторії, здійснюють покупки та звітують про ефективність. Вони підключаються до SSP через біржі реклами.
Відкритий аукціон (Open Auction)	Під час відкритого аукціону видавець дозволяє всім учасникам торгів, підключеним через SSP, мати доступ до свого інвентарю. Показ отримує найвищу ціну.
Програмна пряма угода (Programmatic Direct Deal)	Трансакція між видавцем і рекламодавцем, яка здійснюється через програмну систему покупки реклами. Інвентар продається безпосередньо публішером покупцю (рекламодавцю), обминаючи відкритий аукціон.
Платформа продажу (Supply Side Platform)	Платформа, яка дозволяє видавцям автоматично продавати свій асортимент і часто пов'язана з біржами оголошень. Це дозволяє встановлювати мінімальні ціни та об'єднувати запаси для приватних ринків.
Приватний ринок (Private Marketplace)	Групи оголошень з більшою вартістю, згруповані видавцем або постачальником послуг та не доступні на відкритому аукціоні. Лише вибрані рекламодавці можуть робити ставки для цих місць розташування. Поділяється на пріоритетну угоду, приватний аукціон та автоматичну гарантію.

- Автоматизований тип закупки реклами в Україні наслідуює тенденції західних ринків

Розподіл non-social затрат на діджитал-рекламу по типу закупівель, 2020



● Типи алгоритмічних угод



● Типи алгоритмічних угод



Закритий аукціон

Аукціон за запрошенням від видавця, якому останній задає **мінімальний прайс** для входу в аукціон. При цьому кількість показів **не резервується**



Preferred Deals

Пряма угода з фіксованою ціною та **без гарантії** об'ємів показів за запрошенням від видавця (Deal ID)



Programmatic Guaranteed

Пряма угода з гарантованим об'ємом показів за **фіксованою** ціною. Фактично це реалізація прямих продажів за допомогою інфраструктури програматик



Tag Guaranteed

Гарантовані угоди на основі тегів є по суті **аналогом** Programmatic Guaranteed, але також дозволяють рекламодавцю купувати трафік у **декількох видавців в рамках однієї угоди**

 Google Ad Manager

SPOTX
 AppNexus

● Переваги алгоритмічних угод для покупця



Відкритість

Спрощений пошук угоди



Ефективність

Оптимізація часу при налаштуванні активації прямих угод



Відсутність зобов'язань

Угоди є доповненням і не вимагають жодних зобов'язань



Преміум інвентар

Добре знайомий преміальний інвентар допомагає генерувати попит для брендингових ініціатив



Performance

Пріоритетний доступ дозволяє реалізовувати performance ініціативи

● Переваги алгоритмічних угод для продавця



Контроль та дохід

Збільшення CPM залишкового інвентарю та контроль над продажами за рахунок продажу First Look покупцям. Сегментація власної аудиторії згідно з наявним попитом дозволить продавати свій інвентар дорожче



Оптимізація за рахунок автоматизації

Заощаджуйте до 57% операційних витрат за допомогою повністю програмованого робочого процесу та зменшуйте фінансовий ризик прострочення платежів із гарантованими термінами оплати в 30 днів



Нові можливості

Programmatic Marketplace спрощує підключення до глобального попиту та збільшує можливості розвитку бізнесу в усьому світі



Be Programmatic First

Розвивайте свою комерційну стратегію та оновлюйте організацію прямих продажів: збільшуйте можливості для збагачення робочих місць за допомогою інтеграції нового способу програмної купівлі медіа

● Суб'єктивні бар'єри на шляху до programmatic direct

➤ Не цікаво

Автоматизований тип закупівлі реклами (programmatic) в Україні вже є основним

➤ Немає ресурсів

One-window service замінить комерційні пропозиції, виставлення рахунків, заключення договорів

➤ Важко

Для реалізації алгоритмічної угоди достатньо розміщення рекламного коду на своєму ресурсі

➤ Не вигідно

Збільшення CPM залишкового інвентарю за рахунок продажу First Look покупцям

● Об'єктивні бар'єри та рішення

> Частина інвентарю не монетизується

Пріоритезуйте обсяги свого інвентарю під різні типи угод

> Втрати показів, що не були викуплені рекламодавцем

Використовуйте функцію passback або підключайте Header Bidding для мінімізації ризиків відхилених запитів

> Відсутність попиту на окремі сегменти аудиторії

Сегментація 1P аудиторії згідно з попитом від рекламодавців дозволить продавати свій інвентар дорожче

● Консолідація програматик у пресі

Рекламодавці

Шановний Programmatic, ми йдемо у ва-банк. З любов'ю, Hallmark

В 2015 році 102-річна карткова компанія перевела всі свої медіа-витрати у програматик. «Це одне з найкращих рішень, які ми ухвалювали,» - каже Ліндсі Рой, віце-президент з маркетингу привітань в Hallmark.

«Програматик відкрив Hallmark можливості робити більше з єдиним бюджетом,» - додає Рой, посилаючись на ефективність та оптимізованість витрат і більші охоплення.



Lindsey Roy
VP, Greetings Marketing



AdExchanger- May 11, 2017

Паблішери

Подкаст: Crazy Like a Vox

«Програматик дозволяє набагато більше, ніж традиційні прямі продажі»

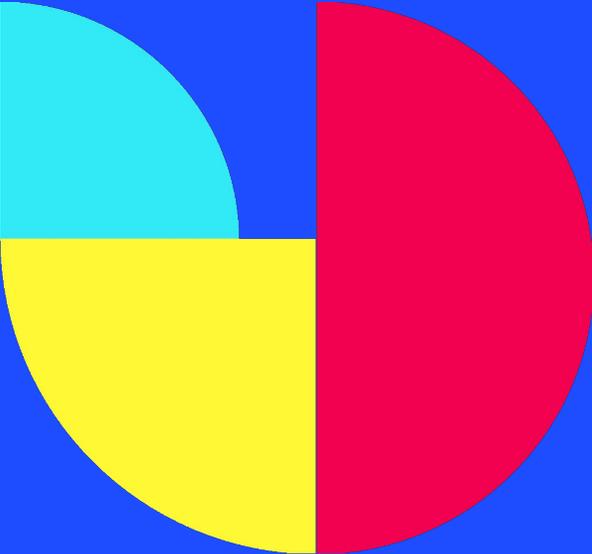
«Два-три роки тому програматик ототожнювався з мережевою, дешевою та низькоякісною рекламою. Тепер це інструмент, з яким бренди можуть масштабувати медіа. Ми висуваємо programmatic як найбільш вартісний та життєздатний варіант для брендів та маркетологів, з якими ми працюємо.»

AdExchanger- May 19, 2017



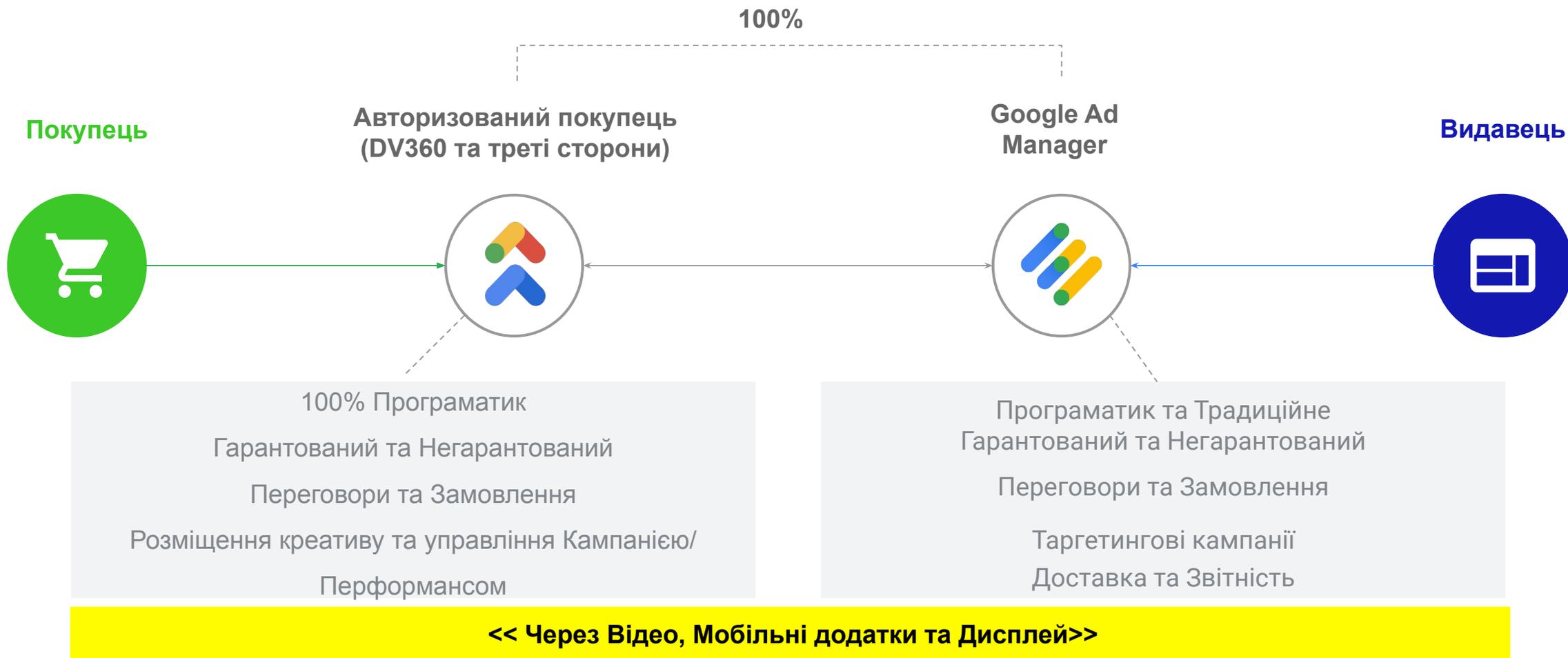
Ryan Pauley
VP, Vox Media
Revenue Operations





**Які рішення для Паблішерів
доступні зараз в Україні?**

● Google Ad Manager для Паблішерів



● Як зробити програматичну угоду за допомогою Google Ad Manager?

Продавець (Ad Manager)

1. Створює пропозицію
2. Створює Line Item
Вибирає, де зберігати рекламні оголошення (DSP/DFP)
3. Надсилає пропозицію на розгляд

6. Запит на схвалення

8. Пропозиція переходить у стан "Продано", Order та Line Item слід створити

Покупець (DV360 or other DSP)

4. Отримує пропозицію в DV360
5. Надсилає зустрічну пропозицію

7. Приймає пропозицію

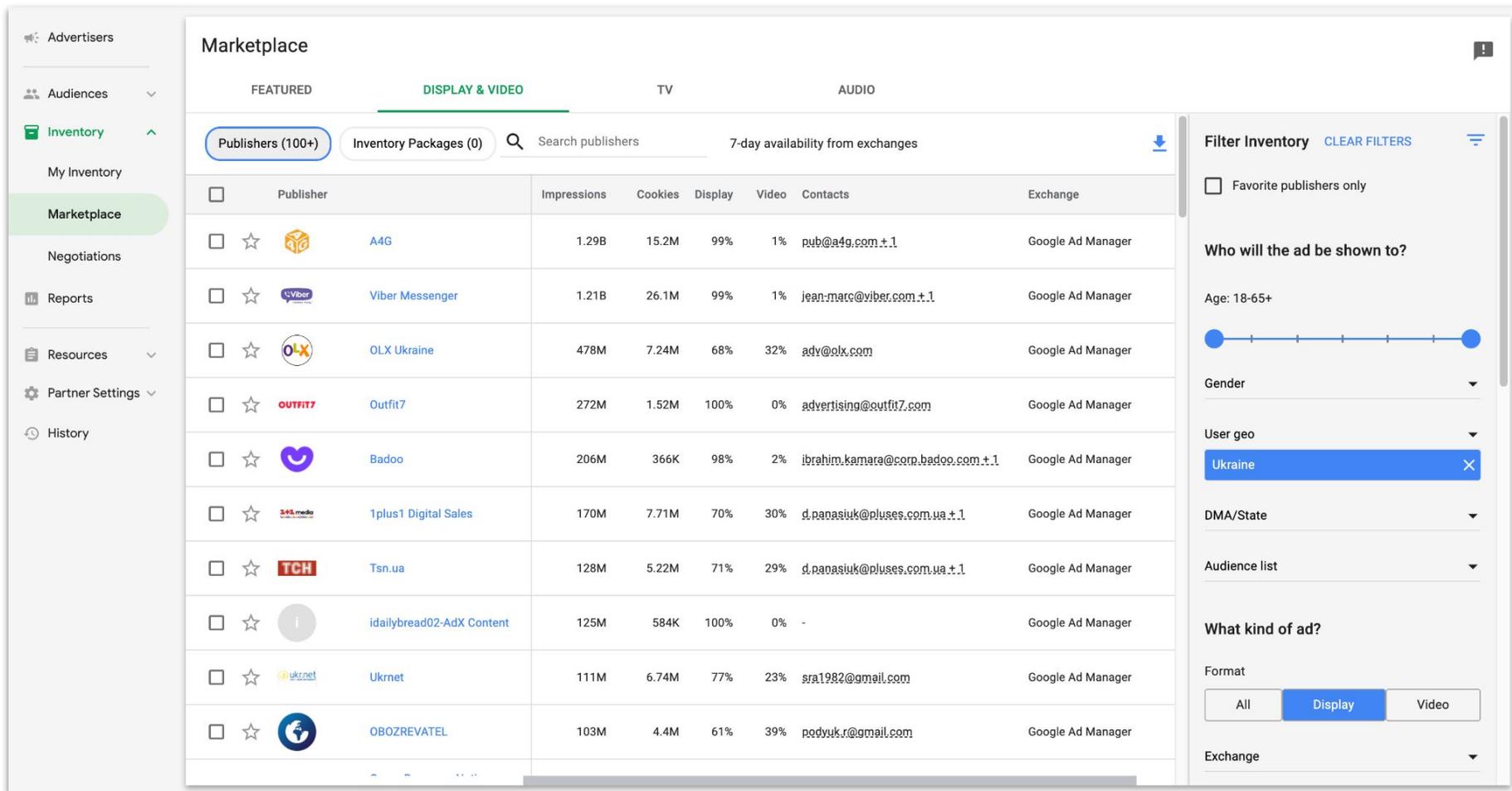
● Як знайти публішера в Marketplace та зробити programmatic deal?


Відкритий
маркетплейс


Клік на цифрову
вкладку


Сортувати
інвентар праворуч


У геолокації
оберіть Україну



The screenshot shows the Google Ad Manager Marketplace interface. The main content area displays a table of publishers under the 'DISPLAY & VIDEO' tab. The table columns include Publisher, Impressions, Cookies, Display, Video, Contacts, and Exchange. The right sidebar contains filter options for inventory, audience, and ad format.

Publisher	Impressions	Cookies	Display	Video	Contacts	Exchange
A4G	1.29B	15.2M	99%	1%	pub@a4g.com.ua	Google Ad Manager
Viber Messenger	1.21B	26.1M	99%	1%	jean-marc@viber.com.ua	Google Ad Manager
OLX Ukraine	478M	7.24M	68%	32%	adv@olx.com	Google Ad Manager
Outfit7	272M	1.52M	100%	0%	advertising@outfit7.com	Google Ad Manager
Badoo	206M	366K	98%	2%	ibrahim.kamara@corp.badoo.com.ua	Google Ad Manager
1plus1 Digital Sales	170M	7.71M	70%	30%	d.panasjuk@pluses.com.ua	Google Ad Manager
Tsn.ua	128M	5.22M	71%	29%	d.panasjuk@pluses.com.ua	Google Ad Manager
idailybread02-AdX Content	125M	584K	100%	0%	-	Google Ad Manager
Ukrnet	111M	6.74M	77%	23%	sra1982@gmail.com	Google Ad Manager
OBOZREVATEL	103M	4.4M	61%	39%	podyukr@gmail.com	Google Ad Manager

Джерело: Торговий майданчик у Дисплей і Відео 360

● Переваги використання Marketplace для покупців

➤ Відкрийте для себе великий інвентар:

Ви можете знайти всі програмні прямі угоди, зокрема негарантовані аукціони, негарантовані фіксовані угоди та програмні гарантовані.

➤ Спростіть переговори з видавцями:

Завдяки Marketplace можна легко зв'язуватися з видавцями та здійснювати операції безпосередньо з ними. Marketplace також відстежує всі переговори про угоду, тому ваші комунікації організовані та легко доступні.

➤ Отримайте єдиний огляд усіх угод:

Щойно ви досягнете угоди, ваша нова угода автоматично додається до вашої бібліотеки інвентарю Marketplace. Тут ви отримаєте єдине представлення всіх ваших угод, здійснених у DV360.

➤ Статистика звітів:

Marketplace використовує дані прогнозування та класифікації DV360 для визначення обсягів показів, унікальності, розбивки демографічних даних або категорії вмісту, що відображаються для видавців та їхніх продуктів

1. Покупець знаходить партнера та записує пропозицію угоди

The screenshot shows the 'Marketplace' section of the Display & Video 360 interface. It displays a table of publishers with columns for Impression, Uniques, Display, Video, Contacts, and Exchange. The 'Spotify Music' publisher is highlighted.

Publisher	Impression	Uniques	Display	Video	Contacts	Exchange
Wynk	2.1B	78M	100%	0%	-	Google Ad Mana
Detikcom	1.3B	55.1M	97%	3%	audia.uitfa@detik.com	Google Ad Mana
Opera Browsers Native Inventory	8.6B	303.5M	100%	0%	raulod@opera.com	Google Ad Mana
Cricbuzz	8.2B	211.4M	100%	0%	pivush.agarwal@cricbuzz.com.t.2	Google Ad Mana
Telegraaf Media Groep	7B	0	-	-	-	Rubicon
The Match Group	5.6B	116.5M	100%	0%	gregg@matchmediagroup.com.t.4	Google Ad Mana
Spotify Music	4.8B	87.2M	93%	7%	programmaticsales@spotify.com	Google Ad Mana
Pandora Media, Inc.	5B	156.7M	64%	36%	programmaticsales@pandora.com	Google Ad Mana
Wayfair.com	4.5B	23M	-	-	-	Rubicon

The screenshot shows the 'Spotify Music' inventory summary page. It features a '7-day forecast from Google Ad Manager' with 4.8B Impressions and 87.2M Uniques. Below this are three donut charts for Gender, User geo, and Device, and a table for Age, Inventory size, Vertical, and Top domains/apps.

7-day forecast from Google Ad Manager
4.8B Impressions, 87.2M Uniques

Gender: 70.4% Female, 29.6% Male

User geo: 35.3% Germany, 28.2% Australia, 13.9% United States, 22.6% Other

Device: 94.5% Desktop, 3.0% Mobile, 2.5% Tablet

Age	Inventory size	Vertical	Top domains/apps
25-34	2B	728x90	4.8B
18-24	1.6B	native	1B
35-44	60.5M	2.9B	1B
45-54	28.6M	Arts & Ent...	62M
55-64	953.3k	Internet &...	953.3k

2. Покупець заповнює деталі кампанії та надсилає запит на пропозицію угоди

The image displays two side-by-side screenshots of the 'New request for proposal' form in Google Ad Manager. The left screenshot shows the 'Sellers' section, where 'Spotify Music' is selected as the seller. The right screenshot shows the 'Advertisers' section, where one advertiser is selected.

Left Screenshot: 'New request for proposal'

- RFP name:** Enter name (Required)
- CC:** Email address (Required). Enter email addresses of anyone you want to include in this negotiation.
- Sellers:** Seller 1: Spotify Music (Selected). Seller 2: Organization (required), Email address (required).
- Budget:** Distribute budget evenly among all sellers \$0.00 will be sent to seller. (Selected). Customize budget.
- Start and end dates:** Start date (required), End date (required).
- CPM:** \$, USD, Impressions per day.

Right Screenshot: 'New request for proposal'

- CPM:** \$, USD, Impressions per day.
- Inventory type:** Guaranteed, Non-guaranteed.
- Format:** Display, Video, Audio.
- Device type:** Desktop, Tablet, Mobile, Connected TV.
- Country:** Select.
- Audience list:** Search.
- Advertisers:** Make this negotiation available to all advertisers. Only a partner user will be able to edit negotiation. 1 selected. CLEAR ALL. (pwieklnski) dollar a day MBS 3754331.

3. Видавець отримує запит на пропозиції в Пропозиції-> Потрібна дія

The screenshot shows the DoubleClick for Publishers interface. The top navigation bar includes 'Home', 'Sales', 'Delivery', 'Inventory', 'Reports', 'AdX Query Tool', and 'Billing'. The user is logged in as 'kfletcher@google.com' with the account 'Deals Sales-off Test Network (New Features) (93132893)'. A search bar is present on the right.

The left sidebar shows a navigation menu with 'Proposals' selected. Under 'Proposals', there are options for 'My proposals', 'All proposals', and 'Action required'. The 'Action required' section is expanded, showing sub-categories: 'Awaiting buyer', 'Draft', 'Sold', 'Finalized', 'Starred', and 'Archived'. 'Proposal line items' is also visible at the bottom of the sidebar.

The main content area is titled 'Proposals' and features a 'NEW PROPOSAL' button. Below this are 'ARCHIVE' and 'UNARCHIVE' buttons, along with 'Filters' and 'MODIFY COLUMNS' options. A table lists the proposals:

<input type="checkbox"/>	Name	Status	Start time	End time	Buyer	Final total cost	Last modified
<input type="checkbox"/>	★ Acme Spring 2017 Campaign RFP ID: 18913910	Awaiting seller			CAWFE test account 1.4	N/A	May 26, 2017 5:14 AM CST
<input type="checkbox"/>	★ Rinoya testing PNG RFP RFP ID: 18910303	Awaiting seller			CAWFE test account 1.4	N/A	May 25, 2017 11:53 PM CST
<input type="checkbox"/>	★ rickxu-a-proposal Sold ID: 4399813	Awaiting seller	Mar 31, 2017 12:00 AM CST	Jun 30, 2017 11:59 PM CST	Xbid Test (DoubleClick Bid Manager)	0.10 CNY	May 24, 2017 9:40 AM CST

4. Видавець переглядає деталі запиту пропозиції

The screenshot shows the DoubleClick for Publishers interface. The top navigation bar includes 'Home', 'Sales', 'Delivery', 'Inventory', 'Reports', 'AdX Query Tool', and 'Billing'. The user is logged in as 'kfletcher@google.com' with the phone number '(931) 32893'. A search bar is present on the right. The left sidebar shows a 'Proposals' menu with options like 'My proposals', 'All proposals', 'Action required', 'Awaiting buyer', 'Draft', 'Sold', 'Finalized', 'Starred', 'Archived', 'Proposal line items', 'Preferred deals', and 'Private auctions'. The main content area displays a proposal for 'Acme Spring 2017 Campaign' with a 'Programmatic' label and a 'Marketplace ID: MP83383128'. The proposal is in the 'In review' stage. Below the proposal title, there are buttons for 'REQUEST ACCEPTANCE', 'EDIT', and 'More actions'. A 'Buyer RFP' section shows details for a request received on May 26, 2017, at 5:14 AM CST. The details include:

Budget	Type	Environment	CPM	Estimated impressions	Audience list
10,000.00 USD	Preferred Deal	Display	10.00 USD	30000000	No
Start date	End date	Country	Sizes		
Jun 1, 2017 8:00 AM CST	Jul 1, 2017 7:59 AM CST	United States	970x250		
Additional terms	ATF inventory only				

Звідси, якщо видавець хоче укласти угоду з покупцем, він вибере «Редагувати», а потім додасть рядки до пропозиції, дотримуючись кроків, описаних раніше.

● Алгоритмічні угоди в продуктах Admixer



В екосистемі Admixer публішери можуть створювати прямі програматик-угоди з допомогою функціоналу правила продажу (Sales Rule).

Sales Rules – це мінімальні умови, за яких публішер готовий продати свій інвентар.

● Налаштування Паблішера у Admixer Publisher

The screenshot displays the Admixer Publisher management interface. On the left, a table lists various publishers with their performance metrics. On the right, the 'Редактировать публшера (Аккаунт)' (Edit Publisher Account) configuration panel is shown for 'SDK-Mediation'.

Impressions/Viewable Impressions	Clicks	CTR, %	Total Inventory Cost, USD	Inventory Cost, USD	Inventory Fee, USD
177/175	0	0,00 %	0,03	0,02	0,01
58/58	0	0,00 %	0,00	0,00	0,00
19/17	0	0,00 %	0,09	0,07	0,03
15/15	0	0,00 %	0,00	0,00	0,00
0/0	0	0,00 %	0,00	0,00	0,00
15/15	0	0,00 %	0,00	0,00	0,00

The configuration panel on the right includes the following fields and options:

- Имя:** SDK-Mediation
- Юридическое название:** БИЛЛИНГОВАЯ ИН...
- Платежи НДС:** ДА НЕТ
- Разрешить внешний источник:** ДА НЕТ
- General.DealIdAvailable:** ДА НЕТ
- Лимит снятия:** 0
- Менеджеры публшера:** sdkmediation (sdkmediation@test) with role administrator.

Щоб публішер зміг використати функціонал прямих програматик-угод, менеджеру мережі необхідно **Дозволити Direct Deal** у налаштуваннях публішера.

Щоб мережа могла налаштувати викуп інвентарю за прямим правилом продажів, її менеджер повинен таргетувати **Продукт-формат на Deal ID** цього правила.

● Налаштування Паблішера у Admixer Publisher

Информация

Название: SDK_interstitial

Статус: АКТИВНЫЙ

Revenue: 0,00 UAH

eCPM: - UAH

Источник: QATestNetwork

+ НАСТРОЙКИ ИСТОЧНИКА

Инвентарь и Цена

Тип: Banner

Выбранный инвентарь

Сайт	Раздел	Рекламное место	Размер
test.com.ua	For_SDK	for_interstitial	480x853

Приоритет: Standard Middle

Приоритет:

- FLAT FEE
- FIXED EVENT
- STATIC
- STANDARD
- PRICE
- BULK
- FALLBACK

Standard - второй по важности уровень приоритета показов с заданной очередностью: высокий, средний, низкий. Сначала осуществляются показы с Высоким приоритетом, потом Средним, потом Низким.

Ограничение по частоте показов пользователю: 0 за 0 МИНУТА ЧАС ДЕНЬ НЕДЕЛЯ МЕСЯЦ

Общее ограничение показов: Количество показов в день Bid floor, UAH: 0

Использовать как Deal: 0afab808-dc07-4f19-af21-7efb63a21c6b

У налаштуваннях правила продажу є галочка, за допомогою якої можна активувати Sales Rule як Direct Deal.

Для цього потрібно перейти в редагування пріоритету збереженому Sales Rule та встановити галочку Використовувати як Deal

● Налаштування Паблішера у Admixer Publisher

Одні й ті самі рекламні місця можна додати до кількох правил продажів. Sales Rules мають різний рівень пріоритету щодо інших правил. На запит система застосовує Sales Rule із найвищим пріоритетом. Якщо правила мають однаковий пріоритет, вони будуть застосовуватись по черзі.

Приоритет

<input type="checkbox"/>	FLAT FEE
<input type="checkbox"/>	FIXED EVENT
<input type="checkbox"/>	STATIC
<input checked="" type="checkbox"/>	STANDARD
<input type="checkbox"/>	PRICE
<input type="checkbox"/>	BULK
<input type="checkbox"/>	FALLBACK

Flat Fee	Монетизуються певний час за контрактом з фіксованою ціною
Fixed Event	Монетизуються певний час за контрактом з фіксованою ціною за подію згідно з ціновою моделі. Потім включається загальна ротація пріоритетів.
Standart	Пріоритет за замовчанням. Має високий, середній та низький суб-пріоритети
Price	Передбачає послідовність показів у відповідно до значення eCPM. Значення eCPM генерується автоматично на основі вказаної ціни події та кількості подій.
Bulk	Призначений для правил з мінімальною монетизацією
Fallback	Використовується заглушка

● Алгоритми реалізації Connection Deal

Для прямої закупівлі трафіку, а також наданню інвентарю Паблішерів безпосередньо рекламодавцям та рекламним агентствам можна використовувати тип угоди [Connection Deal \(CD\)](#)

Реалізація Connection Deal через Admixer Publisher



Цей спосіб дозволяє надавати інвентар для розміщення реклами у зонах паблішера. Admixer оптимізує зони під найбільш релевантний трафік та рекламу з боку рекламодавців, підключених до мережі Admixer. Таким чином, під інвентар буде підібрано найбільш релевантну рекламу, яка відповідає правилам паблішера і має оптимальну ціну

Реалізація Connection Deal через сторонній рекламний сервер

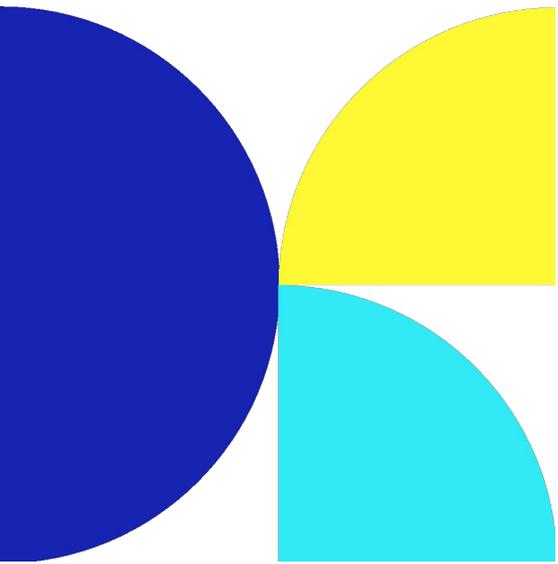


Завести пряму угоду за допомогою зовнішнього коду можна через перевіреного постачальника, такого як Google Ad Manager. Connection Deal таким чином налаштовується подібно до заглушки, а тому для встановлення тегів Admixer у Waterfall у Google Ad Manager, необхідно використовувати Line Item з меншим пріоритетом, ніж основне джерело монетизації

Реалізація Connection Deal через Header Bidding

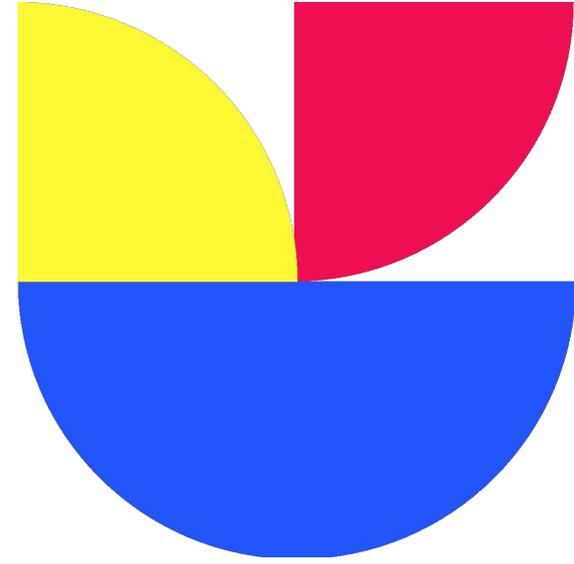


Принцип створення та підключення прямої угоди через Header Bidding схожий на процеси, описані в попередніх пунктах, але код Prebid видобувається із зовнішнього джерела



Кейси

(Налаштування алгоритмічних угод,
програматик, закупівлі трафіку)



- Programmatic Guaranteed for Publishers



- Програматик-угоди в продуктах Admixer



Команда

- ІАВ Україна висловлює щирю вдячність усім експертам індустрії, хто долучився до реалізації проекту:



Булигіна Олександра
Директорка в Amnet Ukraine, dentsu



Подлесняк Олексій
Head of buying & implementation, Admixer Advertising



Красніков Олександр
Head of Programmatic, Publicis Groupe



Тельпіс Станіслав
Комерційний директор, Admixer Advertising



Макаренко Максим
Head of Clients Solutions, CEE East, Google Ukraine



Дякуємо за співпрацю!



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка
повідомте нас електронною поштою

anastasiya.baydachenko@iab.com.ua

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції