Açık hava reklamcılığında şeffaflık: doğrulama ve ölçüm

CITY SCREEN

DOOH artık

kara kutu değil

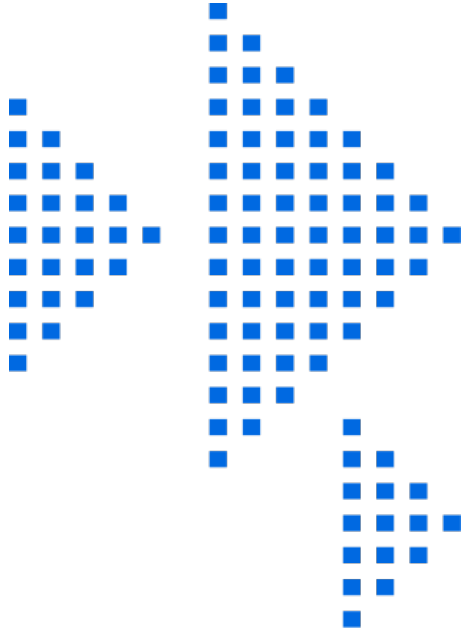
CITY SCREEN

Etkili trendler

01 Müşteri kazanımı dijitalleşiyor

02 Reklam etkinliği için mücadele

03 Gelişen ve erişilebilir teknoloji



Sorun

Reklam çıktı mı...

Bugün her reklamveren kanıt istiyor



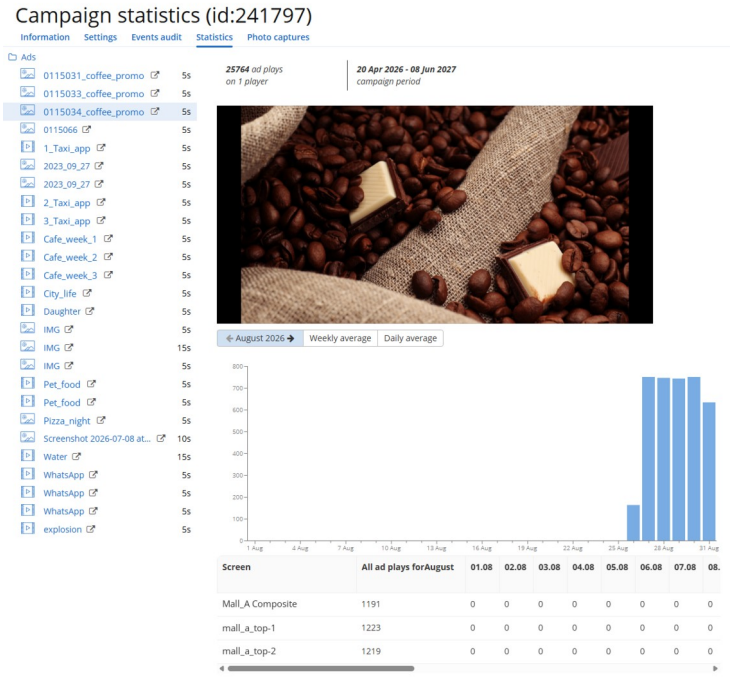
Oynatım kanıtı

Veri kaynakları:

- Oynatma günlüğü
- Fotoğraflı kayıt (otomatik)
- Kampanya sonrası rapor

Güvenilirlik güvenceleri:

- Korumalı bulutta depolama
- Müdahaleye kapalı yazılım
- Kayıt tutma (loglama)



Dış hizmetlerle denetim

En şüpheci reklamverenler parasını denetim şirketlerine harcıyor

admetrix

seedooh

veridooh

Sorun

Reklamı kim gördü...

DOOH reklamının ne kadar etkili olduğu nasıl anlaşılır?



Ölçüm yöntemleri

Yöntem	✅Avantajlar	❌Dezavantajlar
Hiper yerel analitik (Wi-Fi ve kameralar) Ekranların yakınındaki insanların gerçek takibi	+ Yere ve bağlama bağlı + Yüksek ayrıntı düzeyi + Tam anonimlik	– Kapsam, sensörlerin menziliyle sınırlı
Mobil operatör verileri Abonelerin baz istasyonları arasındaki hareketleri	+ Şehir veya ilçe düzeyinde geniş kapsam + Büyük bölgeler arası hareket verisi	– Ekrana bağlanamaz – Geniş bölge için ortalama veri – Verilerde büyük gecikme
Mobil uygulama SDK verileri Belirli uygulamaların (izin veren) kullanıcılarının hareketleri	+ Davranış profilleri (ilgi alanları, satın almalar) + Yeniden hedefleme imkânı	– Sınırlı örneklem, temsil gücünü zayıflatır

Hiper yerel analitiğin temelleri

Wi-Fi sensörleri	Kameralar
+ Nicel göstergelerin ölçümü + Tekil kullanıcıların sayımı + MAC adresi listeleri	+ Nitel göstergelerin belirlenmesi + Yüzlerin ve ekrana bakışların takibi
– Trafiğin nitel özellikleri toplanamaz – Sabit cihazlardan temizlik gerekir – Rastgele MAC adresleri yaklaşık hesaplanır	– Tekil kullanıcılar sayılamaz – Tanıma modelleri farklı koşullar için ek eğitim gerektirir

Çevrimdışı dönüşümler ve yeniden hedefleme

	mac	totalHits
2	0000000000FF	6
3	000822020CFC	2
4	000822041BF5	2
5	000822046BC5	2
6	000822057B29	2
7	000822057B8D	3
8	0008220893FB	2
9	000822121FFC	2
10	0008221823FC	2
11	0008222A16FC	2

Export unique MAC addresses

Export unique MAC addresses in hashed form

Reklam platformu: yeniden hedefleme



Medya sahipleri için değer

Şeffaf raporlama ve analitik, ekran ağını “kara kutu” olmaktan çıkarıp yönetilebilir ve değerli bir varlığa dönüştürür

- Her ekranın nesnel değerlendirmesiyle gerekçeli fiyatlandırma ve daha yüksek ortalama satış tutarı.
- Ağ kârlılığının yönetimi. Verimsiz reklam yüzlerinin takibi.
- Rekabet avantajı ve yeni reklamverenler: ayrıntılı analitik, bütçe rekabetinde güçlü bir satış argümanıdır.

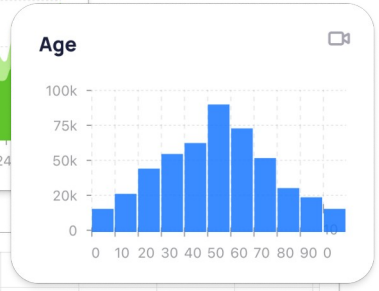


CITY SCREEN

Reklamverenler için değer

- Yatırımın şeffaflığı ve gerekçesi (ROI): kampanya sonuçlarına dair ayrıntılı rapor.
- Gerçek zamanlı optimizasyon: reklamveren, kampanya bitmeden bütçeyi “zayıf” ekranlardan “güçlü” ekranlara kaydırabilir.
- Gelecek kampanyaların stratejik planlaması: lokasyon bazlı analiz, bir dahaki sefere hangi ekranların alınacağını gösterir.



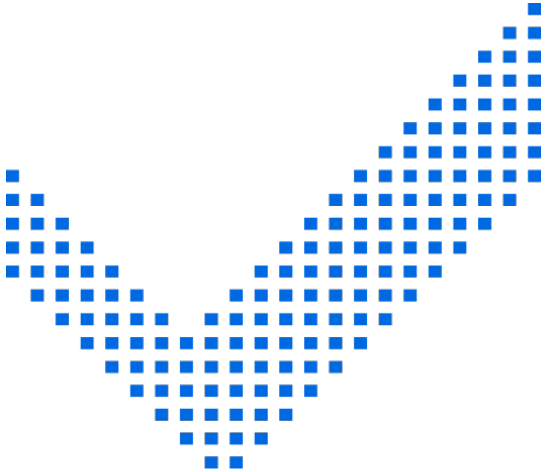


Screen	OTS	Unique OTS				
4 side template(HACIOSMAN main full)	20.73k	20.73k	60%	4	20.73k	20.73k
saturn SE2	25.64k	25.64k	62%	5	25.64k	25.64k
currys PC World SW3	31.21k	31.21k	65%	6	31.21k	31.21k
best buy NE4	37.89k	37.89k	67%	7	37.89k	37.89k
fnac E5	42.47k	42.47k	70%	8	42.47k	42.47k
boulanger W6	48.13k	48.13k	72%	9	48.13k	48.13k

Sonuç

Dijital açık hava reklamcılığı veri odaklı bir sektöre dönüşüyor

- Pazarın talepleri ve teknolojinin gelişimi analitiği zorunlu hale getirdi.
- Medya sahipleri, varlıklarının performansını yönetmek için güçlü araçlar edinir ve müşterilerine şeffaf, ölçülebilir ve gerçeğe olabildiğince yakın sonuçlar sunar.



İlginiz için teşekkürler!

Ilyas
Salikhov

@ILYAS_SALIHOV

CITY
SCREEN