

Пресс-релиз

Ipsos совместно с Moat запускает Connect:Digital – новый инструмент оценки эффективности интернет-коммуникаций брендов

Новое решение Connect:Digital позволяет брендам оптимизировать рекламный креатив, повысить эффективность цифровых коммуникаций и минимизировать расходы на размещение рекламы

Июль, 2017. Ipsos и Moat представляют инструмент для измерения digital-рекламы, позволяющий ответить на вопросы:

- Как долго нужно просматривать ролик, чтобы был эффект для марки?
- Какая реклама лучше (выбор из нескольких рекламных креативов одинакового формата)?
- Какой формат (skippable, non-skippable, outstream) работает лучше всего?

Интернет-платформы контролируют поведение своих пользователей, но в то же время разрешают им пропускать просмотр рекламы или избегать её. Чтобы помочь нашим клиентам оценить, привлекает ли их реклама внимание, вызывает ли она желание пользоваться брендом, Ipsos совместно с Moat **запускает инструмент Connect:Digital**.

Connect:Digital – это новый комплексный подход предварительного тестирования цифровой рекламы, который сочетает оценку воздействия рекламного креатива с оценкой количества просмотров. Connect:Digital объединяет опыт Ipsos Connect в тестировании рекламы с показателями количества и качества просмотров, предоставляемыми Moat – лидером в измерении и анализе заметности рекламы.

Connect:Digital использует **программатик-технологии**, которые позволяют вставлять рекламу в реальный контент в тот момент, когда люди находятся на интернет-платформе. Поскольку пользователи могут сами выбирать контент и рекламу, которую они хотят видеть, они также могут выбрать, что посмотреть сразу, пропустить или оставить на потом. Время и доля просмотров для каждой рекламы измеряются пассивно автоматически; поведенческие показатели замеряются с помощью короткого опроса после просмотра рекламы. Комбинация данных о поведении человека при просмотре рекламы и результатов опроса позволяет бренду оценить, как долго должна просматриваться реклама, чтобы она оказала желаемый эффект на бренд.

«Продажи интернет-рекламы сейчас определяются показателями просмотров, которые могут привести, а могут и не привести к эффективной коммуникации», говорит Peter Minnium, Ipsos Connect. *«Мы верим, что брендам нужна возможность устанавливать правильный порог просматриваемости, т.к. это поможет достичь целей кампании. Зачем платить за просмотры, если рекламный креатив не работает? С инструментом Connect:Digital бренды смогут лучше управлять рекламным креативом и медиа-закупками, чтобы обеспечить достижение своих бизнес-целей».*

«Все бренды ищут связь между просматриваемостью, временем, вниманием и влиянием на бренд», - говорит Jonah Goodhart генеральный директор и со-основатель Moat. *«Moat продолжает работать над этим вопросом. Предоставляя брендам возможность тестировать их кампании с помощью Connect:Digital, мы предоставляем информацию, которая им нужна для принятия более продуманных решений».*

Connect:Digital позволяет брендам выбрать оптимальное сочетание рекламного креатива, формата и длительности просмотра для получения нужного воздействия на аудиторию.



Более подробную информацию можно получить у контактных лиц:

Римантас Реймонтас, *Управляющий директор Ipsos Connect*

Rimantas.Reimontas@ipsos.com

+7 495 981 56 46

Алиса Лобжанидзе, *Старший менеджер по работе с клиентами*

Alisa.Lobjanidze@ipsos.com

+7 495 981 56 46

О компании Ipsos:

Компания Ipsos, основанная в 1975 году во Франции, является одним из лидеров мировой исследовательской индустрии с развитой сетью офисов в 88 странах мира, с более 16 000 талантливых сотрудников и ресурсами для проведения маркетинговых исследований более, чем в 100 странах. Ipsos специализируется на проведении стратегических исследований рынка; оценке коммуникаций бренда, рекламы и СМИ; изучении лояльности клиентов и сотрудников, а также общественного мнения. Сбор и обработка информации ведутся online, offline и с помощью мобильных устройств.

О компании Moat:

Американская компания Moat специализируется на разработке программ для рекламодателей и издателей. Их предложение включает Moat Analytics – платформу для измерения внимания к рекламе, аналитики рекламных кампаний и контента сайтов; и Moat Pro – платформу для публикации рекламных объявлений в режиме реального времени для маркетологов, издателей и агентств. Основатели Moat – Jonah Goodhart, Noah Goodhart и Michael Walrath. Дополнительная информация: <http://www.moat.com>.

GAME CHANGERS

Наш девиз “Game Changers” определяет наши устремления.

Мы в Ipsos с неподдельным интересом изучаем людей, общество, рынки и бренды. Наши данные и аналитика делают наш сложный мир проще и позволяют быстрее ориентироваться в нем, вдохновляя клиентов принимать более продуманные решения. Надежность, простота, скорость и содержательность — вот характеристики, применимые ко всему, что мы делаем.