



OrbitSoft DSP

Автоматизированные закупки рекламы
в режиме реального времени

Покупка аудитории

Будь то продвижение бренда или продажа продукта, все рекламодатели хотят одного: **найти и показать рекламу нужному клиенту в нужное время.**

Как это происходит

Технологический прорыв в доступности всевозможных данных об аудитории привел к качественному скачку того, как рекламодатели стали достигать нужную им аудиторию в онлайн.



Контент

Исторически рекламодатели получали нужную аудиторию, рекламируясь на сайтах и страницах с тематическим контентом, что служило им индикатором наличия там целевой аудитории.



Аудитория

С тех пор как данные по аудитории стали широко доступны, рекламодатели смогли нацеливаться на аудиторию, базируясь на детальных данных о ней, таких как интересы, демография, покупательское поведение и многое другое.



Покупка аудитории

Теперь рекламодатели могут строить точные профили клиентских сегментов и находить их, когда эти люди посещают огромное количество сайтов в качестве потребителей.

Таргетинг интернет-рекламы

В наши дни огромное количество данных доступно тем рекламодателям, которые хотят покупать целевую аудиторию. Данные, полученные от собственных сайтов рекламодателей и клиентских баз данных, а также данные, агрегированные с огромного множества партнерских и регистрационных источников, позволяют рекламодателям получить гораздо более глубокое понимание сегментов аудитории.

Ключевые типы данных об аудитории, используемые при нацеливании интернет-рекламы



Интересы

Онлайновый поиск и интернет-активность



Демография

Возраст, пол, уровень дохода, география



Поисковый ретаргетинг

Поисковые запросы



Намерения

Покупка и поиск товаров и услуг



Общественные интересы

Социальные интересы, действия, потребление медиа

Эти данные доступны тем рекламодателям, которым нужно купить информацию об уже известной аудитории

Real-Time Bidding

Real-time bidding (RTB) — новая технология, которая позволяет рекламодателям оценивать, делать ставки и покупать рекламные места, устанавливая **индивидуальную стоимость для каждого посетителя**.

« Почти каждый пятый доллар медийной интернет-рекламы тратится через RTB (real-time bidding) »

www.emarketer.com

Как это происходит

RTB был задуман как некое решение — рабочий процесс для новых возможностей рекламы, основанной на расширенных данных.



Рынки

Появившиеся рынки рекламы предоставляют рекламодателям легкий доступ к большому количеству рекламных площадей, чем когда бы то ни было.



Данные

Распространение данных предоставило рекламодателям огромное количество информации об аудитории.



RTB

RTB возник на стыке востребованности рекламных площадей и данных об аудитории. Это способ для обработки и управления этой возможностью.

Как работает Real-Time Bidding

RTB состоит из двух компонентов: «трубы» и «мозга»

RTB API

RTB API — это программный интерфейс уровня приложения для аукциона рекламного времени. RTB API выступает в роли «трубы», которая соединяется с источниками рекламных мест и выталкивает поток рекламных показов в реальном времени.

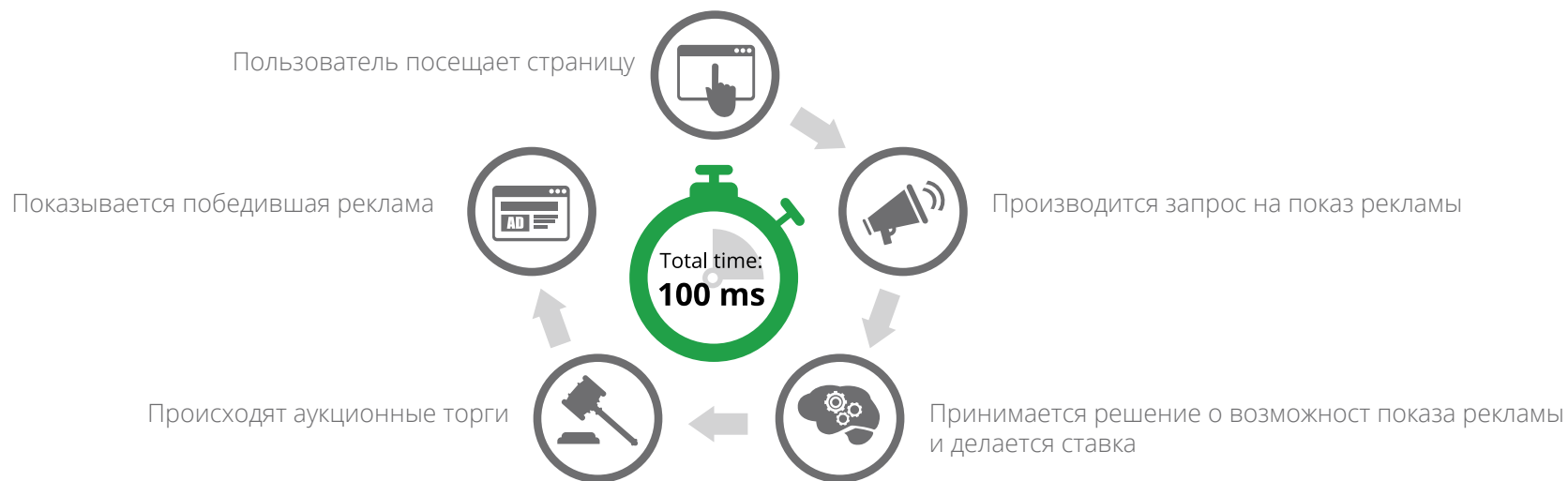


Real-Time Bidder

Real-Time Bidder или «мозг» соединяется с RTB API и принимает решение по каждому запрошенному рекламному показу. В действительности real-time bidding применяется каждый раз, когда «труба» запрашивает рекламный показ. В этом случае «мозг» принимает решение.

100 миллисекунд от начала загрузки страницы до показа рекламы

RTB приводит к лучшей производительности для рекламодателей, большому заработку для партнеров, большей релевантности и полезности рекламы для потребителей.



Кто работает с RTB-технологией?

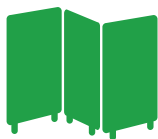
Технологические провайдеры типа demand-side platform (DSP) используют свои собственные RTB для интеграции через RTB API с различными источниками рекламных площадей, такими, как биржи рекламы. Многие рекламные сети используют DSP, чтобы участвовать в аукционах реального времени на рекламных биржах; многие также разрабатывают собственные RTB.

Обладая большим опытом работы с RTB-технологиями, компания OrbitSoft поможет вам в обоих случаях.

OrbitSoft представляет DSP, которая позволит покупателям участвовать в торгах, используя автоматизированную систему динамических ставок, и применить оптимизированный подход в медиа-закупках одновременно на любых рекламных биржах.

Как это происходит

OrbitSoft DSP помогает рекламодателям оценивать, делать ставки и оптимизировать уровень показа рекламы в реальном времени, выступая единым источником для агрегирования множества пулов рекламных площадей и данных об аудитории.



Отсутствие прозрачности

Арбитражные практики (скупка рекламы для дальнейшей перепродажи) традиционных рекламных сетей привели к отсутствию прозрачности в стоимости и в расположении рекламных мест.



Фрагментация

Образование сотен рекламных сетей и множества рекламных бирж послужило причиной фрагментации рекламы.



DSP

Будучи ключевыми компонентами концепции RTB, DSP появились для того, чтобы предоставить рекламодателям возможности для большей прозрачности и контроля.

OrbitSoft DSP

Как это работает

OrbitSoft DSP имеет три уровня технологий:



Пользовательский интерфейс

Пользовательский интерфейс позволяет покупателям быстро делать ставки и оптимизировать их, легко управлять множеством кампаний и мгновенно получать отчеты по всем.



Интеграция

OrbitSoft DSP обеспечивает интеграцию с провайдерами аудиторных данных DMP (Data Management Platform) и Data Exchange, рекламными биржами и любыми технологическими платформами.



Аукцион реального времени

Аукцион реального времени (RTB) консолидирует информацию из огромного количества источников рекламы и позволяет покупателям оценивать и делать ставки на доступные показы рекламы в реальном времени.

Кто использует OrbitSoft DSP

Централизованные системы закупки и рекламодатели

Это премиум-игроки, которые используют DSP-систему как свою технологическую платформу закупки мест для собственной рекламы.

Сервисные команды

Некоторые DSP имеют команды, которые выступают в качестве трейдеров и управляют рекламными кампаниями от имени рекламодателей и агентств

Рекламные сети

Некоторые рекламные сети используют DSP-платформы для того, чтобы дополнять собственные рекламные площади.

О нас

В OrbitSoft работают более 30 **высококласных специалистов**. Их уровень подготовки и постоянное взаимодействие с более чем 1000 рекламодателей и партнеров в 25 странах мира позволяет постоянно совершенствовать продукты компании и создавать уникальные предложения для каждого заказчика в области интернет-рекламы. Понимание требований лидеров индустрии позволяет OrbitSoft предложить всем своим клиентам качественный, продуманный до мелочей, развивающийся продукт.

Крупные мировые рекламные сети доверили свой бизнес программному обеспечению OrbitSoft.
Присоединяйтесь к лидерам и вы!

ПРИСУТВИЕ БОЛЕЕ ЧЕМ В

25

СТРАНАХ МИРА

ОБСЛУЖИВАЕМ БОЛЕЕ

1,000

РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ И ПАРТНЕРОВ
ПО ВСЕМУ МИРУ

БОЛЕЕ ЧЕМ

17

ЛЕТ РАЗРАБОТКИ
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ



Офис в США

+1 (813) 580-7625

us.sales@orbitsoft.com

5401 W. Kennedy Boulevard
Suite 890
Tampa, FL 33609



Офис в России

+7 (863) 300-73-32

sales@orbitsoft.com

support@orbitsoft.com

344045, Россия, г. Ростов-на-Дону,
ул. Миронова, 4Б