



Wydatki reklamowe

Kwiecień 2022

Measuring digital and beyond

Gemius since 1999

Spis treści

Wstęp.....	3
Zakres danych.....	3
Metodyka.....	3
Cenniki	4
Prezentacja wyników	5

Wstęp

Dokument poświęcony jest wydatkom reklamowym dostępnym w badaniu gemiusAdReal i ma na celu przedstawienie zakresu prezentowanych danych, sposobu ich estymacji, a także prezentacji wyników.

Zakres danych

Dane o wydatkach reklamowych są dostępne dla wszystkich typów mediów uwzględnionych w standardowym badaniu gemiusAdReal, tj. dla mediów online (PC i Mobile), a także dla mediów tradycyjnych (TV i Radio). Szczegółowy zakres w ramach poszczególnych typów mediów przedstawiony jest poniżej:

- **PC i Mobile:** wyniki dostępne są dla reklam typu display wyświetlanych we wszystkich kanałach mediowych uwzględnionych w standardowym pomiarze gemiusAdReal, poza kanałami: Facebook, YouTube, Instagram, a także poza wyszukiwarkami internetowymi (tzw. „search”).
- **TV i Radio:** wyniki dostępne są dla reklam video i audio emitowanych we wszystkich kanałach mediowych uwzględnionych w standardowym pomiarze gemiusAdReal, dla których dostępne są również cenniki powierzchni reklamowej.

Dane o wydatkach reklamowych dostępne są za okres od początku roku 2021 (PC i Mobile: reklamy display; TV i Radio: reklamy video i audio).

Metodyka

Wyniki dotyczące wydatków reklamowych estymowane są na podstawie dwóch głównych źródeł danych:

1. Oficjalnie cenniki wydawców/ nadawców.

- a. W badaniu wykorzystywane są oficjalne cenniki. Oznacza to, że wyniki dotyczące wydatków reklamowych nie uwzględniają udzielonych rabatów czy promocji.
- b. Cenniki dla każdego kolejnego miesiąca są aktualizowane na bieżąco.
- c. W przypadku braku dostępnych za danych okres cenników dla stacji telewizyjnych lub radiowych, dane o wydatkach reklamowych nie będą dostępne w wynikach badania.
 - i. Wyjątek stanowią lokalne stacje radiowe. W przypadku niedostępności aktualnego cennika dla jednej bądź wielu lokalnych stacji radiowych, w badaniu uwzględnione są ostatnie aktualne cenniki dla danych lokalnych

stacji radiowych, a dane dla całej stacji (sieci) radiowej są prezentowane w wynikach, o ile spełnione są oba poniższe warunki:

1. Ostatni aktualny cennik dla danej lokalnej stacji radiowej jest nie starszy niż za 6 miesięcy wstecz.
2. Udział emisji w lokalnych stacjach radiowych z aktualnymi cennikami wynosi minimum 75% wszystkich emisji całej stacji (sieci) radiowej w danym miesiącu.

2. Wielkość ruchu reklamowego.

- a. W przypadku mediów PC i Mobile: wydatki reklamowe estymowane są na podstawie liczby odsłon reklamowych, tj. Ad contacts. Obecnie, w estymacji wydatków reklamowych dla wszystkich kampanii online przyjęty jest model rozliczeniowy CPM.
- b. W przypadku mediów TV i Radio: wydatki reklamowe estymowane są na podstawie liczby emisji reklamowych.

Cenniki

Cenniki przygotowywane są co miesiąc dla każdego typu mediów objętych badaniem gemiusAdReal. W zależności od typu mediów, uwzględniają one różne zmienne wpływające na końcową cenę za tysiąc odsłon reklamowych lub za emisję.

1. Cenniki PC i Mobile:

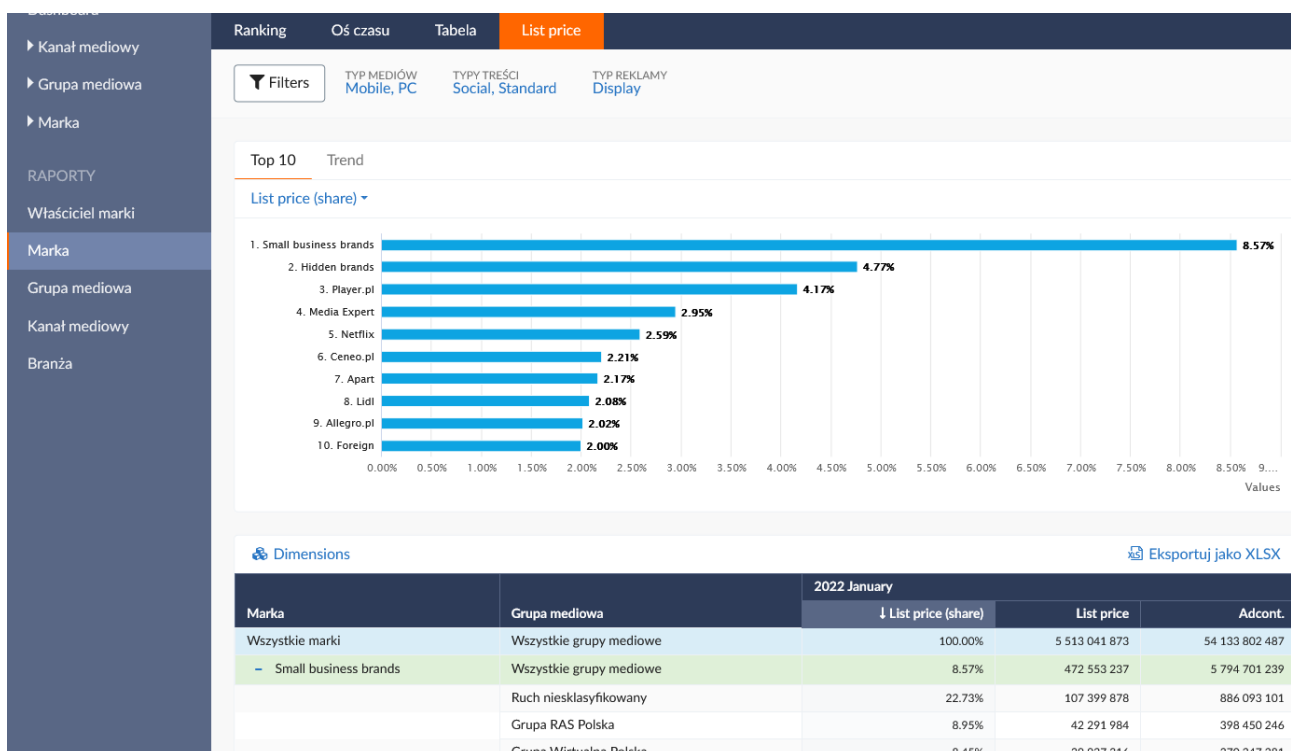
- a. Szczegółowe cenniki poszczególnych wydawców uwzględnione są dla top 20 wydawców online i ich serwisów. Dla pozostałych wydawców przyjęte są uśrednione ceny powierzchni reklamowej.
- b. Cenniki te nie tylko uwzględniają cenę wyświetlenia reklamy w danym serwisie, ale uzależniają ją też od rodzaju formatu reklamowego.
 - i. Przypisanie reklam do formatów reklamowych odbywa się w dwóch etapach:
 1. Przypisanie kreacji reklamowej do jednego z dostępnych w badaniu gemiusAdReal formatu reklamowego (dostępne formaty: Billboard, Double billboard, Triple billboard, Rectangle, Half page, Skyscraper, Wideboard, Gigaboard) oraz do odpowiadającej danemu formatowi ceny w cenniku.
 2. Jeśli kreacja reklamowa nie została przypisana do żadnego z powyższych formatów reklamowych lub została wyświetlona na stronie należącej do wydawcy spoza top 20 wydawców online (dla których uwzględniamy szczegółowe cenniki wydawców), cena kreacji liczona jest na podstawie wielkości danej kreacji reklamowej oraz odpowiadającej danej kategorii wielkości powierzchni ceny w cenniku.

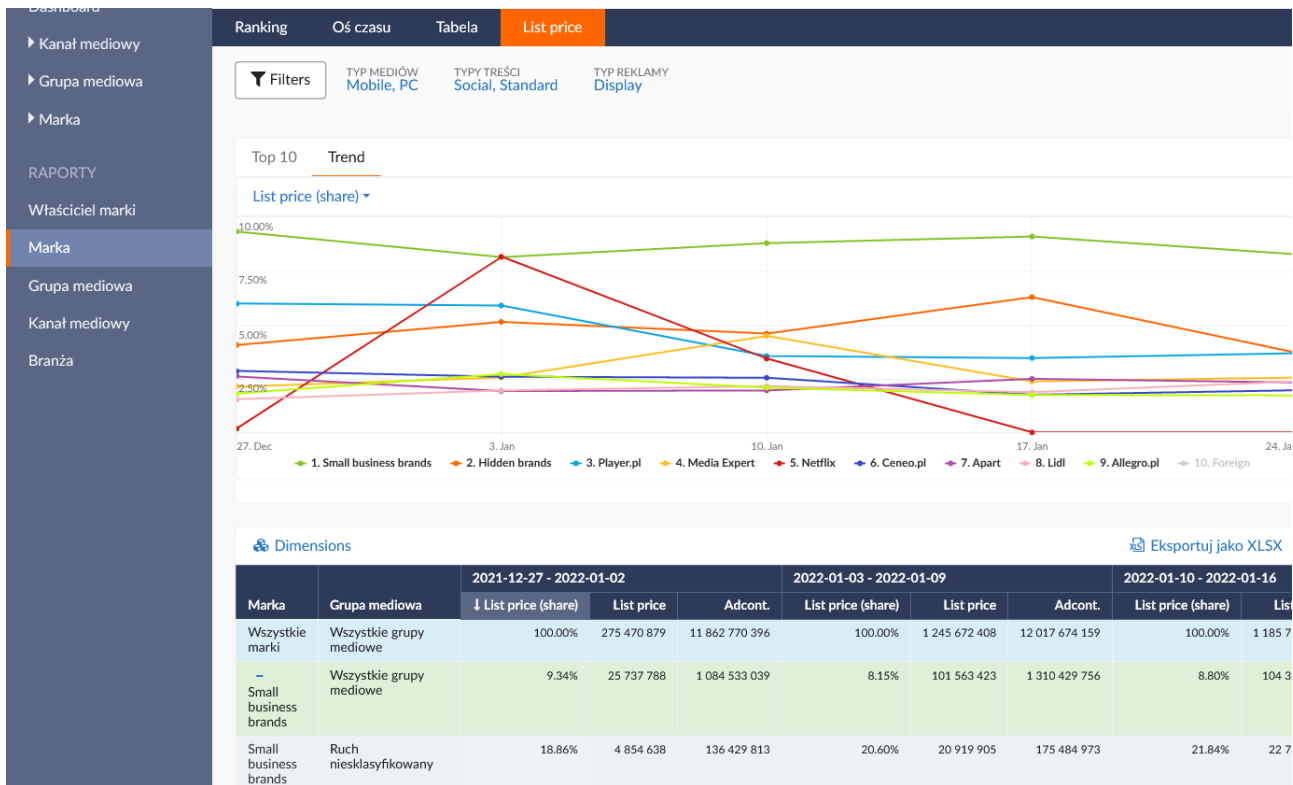
2. Cenniki TV i Radio:

- Szczegółowe cenniki poszczególnych wydawców uwzględnione są dla wszystkich nadawców telewizyjnych i radiowych dostępnych w badaniu gemiusAdReal, o ile oficjalny cennik jest dostępny publicznie lub został udostępniony przez wydawcę/nadawcę firmie Gemius.
- Cenniki te nie tylko uwzględniają cenę emisji reklamy w danym kanale telewizyjnym bądź radiowym (w tym w sieciach lokalnych), w danym bloku reklamowym, ale uzależniają ją też od długości trwania reklamy.

Prezentacja wyników

Wyniki dotyczące wydatków reklamowych dostępne są w nowym widoku interfejsu gemiusAdReal, a także w API. Nowy widok jest spójny z pozostałymi raportami, tj. możliwe jest w nim standardowe filtrowanie danych, zmiana wymiarów w tabeli wyników (do pięciu dowolnych wymiarów ze wszystkich dostępnych w badaniu), a także zmiana okresu, za który prezentowane są wyniki. Metryki dostępne w nowym widoku obejmować będą dane o wydatkach reklamowych (w wartościach bezwzględnych oraz w postaci udziału wydatków na rynku), a także o kontaktach reklamowych (Ad contacts) i emisjach reklamowych.







Gemius S.A.

D48 Building, Domaniewska 48

02-672 Warsaw, Poland

+ 48 22 390 90 90

+ 48 22 378 30 50

contact@gemius.com

gemius.com