



iab•russia

Creative Technologies & Production

СЛОВАРЬ

1st-party data — собственные данные рекламодателя/площадки или сервиса. Информация о посетителях и/или покупателях, собранная в процессе их взаимодействия с сайтом, обезличенные данные CRM, хешированные телефоны и e-mail адреса, а также аналитика прошедших рекламных кампаний

2nd-party data — это 1st Party Data другого рекламодателя/площадки или сервиса. Владельцы данных договариваются напрямую о партнерстве для обмена аудиторными данными.

3d-party data — сторонние данные, полученные или купленные у компаний, специализирующихся на предоставлении сырых или обработанных данных. В качестве источников выступают DMP, биржи данных, сторонние сайты, платежные системы, сотовые операторы и др.

3d-party tag или просто Тег — фрагмент кода Javascript, созданный на стороннем рекламном сервере, который затем помещается в пространство публичера (код сайта, системы размещения сайта) для показа рекламных объявлений, загружаемых с удаленного рекламного сервера. Тег представляет собой цифровой контейнер, в который загружаются для показа рекламные материалы: баннеры, тексты, графика. Тег является необходимым элементом для организации динамического креатива в реальном времени.

Adserver — рекламный сервер, технологический сервис, программное обеспечение для размещения рекламы на сайтах. Рекламный сервер обеспечивает трансляцию рекламного материала на сайт публичера, обеспечивает фиксацию количества показов, кликов и других статистических данных по рекламному размещению.

Audience Segments (Аудиторные сегменты) — совокупность анонимных идентификаторов интернет-пользователей, которая была отобрана методом машинного обучения по определенному сочетанию признаков: поведению, интересам, социально-демографическим характеристикам.

Canvas — тег HTML5, который задает пространство, блок, объект, контейнер, в котором с помощью JavaScript и смежных технологий формируется двумерная или трехмерная графика, и происходят анимации, или реализуются интерактивные элементы. Например, рекламные баннеры, сделанные в ПО Adobe Animate, содержат именно такой тег, и все анимации реализуются в нем, что управляется твин-библиотекой (фреймворк для создания анимаций) CreateJS.

Cashbuster (Кешбастер) — макрос, помещенный в код рекламного баннера, препятствующий записи и сохранению в кэш браузера файлов стилей, программных скриптов и графики во избежание нарушения синхронизации обновлений состава рекламных материалов и их функций между рекламным сервером и пользователем с помощью генерации случайного числа и тем самым меняющим динамически название управляющих скриптов с целью их принудительной перезагрузки с сервера.

CDN (Content Delivery Network или Content Distribution Network) — сеть доставки и дистрибуции контента — географически распределённая сетевая инфраструктура, позволяющая оптимизировать доставку и дистрибуцию содержимого конечным пользователям в сети Интернет. Способствует увеличению скорости загрузки интернет-пользователями аудио-, видео-, программного, игрового и других видов цифрового содержимого, в том числе для рекламных целей, в точках присутствия сети CDN. Позволяет динамически выбирать тот узел, который ближе к пользователю в рамках сетевых маршрутов.

Click-pixel (Клик-пиксель) — специальная функция JavaScript, фиксирующая событие нажатия на кнопку и в этот момент вызывающая специальную ссылку, которая формирует обращение на удаленный сервер статистики, записывая информацию о событии в базу данных, но при этом не осуществляет непосредственный переход на этот сервер.

Cluster (Кластер) — информационная единица интенсивности проявления характеристики пользователя в таксономии DMP.

Clutter (Клаттер) — информационный шум, создаваемый при избытке рекламы и прочего контента на сайтах публишеров.

CMP (Creative management platform; рус. Платформа управления креативами) — автоматизированная система, обеспечивающая хранение графических и прочих материалов в библиотеке, динамическую сборку анимаций, публикацию и управление рекламными материалами в кампаниях с использованием технологий динамического креатива. Основными функциональными блоками платформ управления креативами являются: эдсервер (хостинг), триггерные вариаторы, трекер статистики, DMP, система сборки и публикации, в том числе в 3d party tag.

Cookie (Куки) — данные, которыми веб-сервер помечает пользователя веб-страницы. Представляют собой небольшие файлы служебного типа с текстовой информацией, которые хранятся в браузере. Куки не содержат информацию, которая позволяет идентифицировать определённого человека (в том числе не содержат номера телефонов, адреса, имена и т.д.).

CR (Conversion rate) — процентное соотношение положительных результатов в любом процессе по сравнению с общими показателями за определённый период времени.

Creative (Креатив) — общее наименование рекламной концепции, которая положена в основу форматов с различной геометрией и поведением. Часто используется как обобщающее название конкретной единицы рекламного баннера.

Creative technology (Креативные технологии) — термин, обобщающий развивающиеся направления в рекламе, которые объединяют разработку творческих идей и их реализуемость с применением современных технологий.

CSV (Comma-Separated Values) — текстовый файл, в котором произвольные значения разделены по строкам точкой с запятой.

CTA (Call to Action) — обычно емкий по смыслу и короткий (2-3 слова) текст, располагаемый поверх кнопки или иной области баннера и призванный побудить пользователя совершить переход на целевую страницу.

CTI (Clicks through interest) — цифровой коэффициент, характеризующий степень эффективности рекламы в интернете, вычисляется с помощью подсчёта соотношения количества посетителей, которые проявили измеримый интерес к рекламе, к общему их числу.

CTR (Click through rate) — показатель отношения количества кликов к показам, характеризующий первичную эффективность рекламного сообщения, формата и используемого инвентаря.

Data feed (Фид данных) — файл в форматах XML, JSON или CSV, содержащий в себе информацию об определенных объектах и их описании (например, файл со списком товаров интернет-магазина или с веб-аналитическими данными). Используется для передачи данных и автоматической их обработки от одной системы к другой.

DMP (Data Management Platform) — платформа управления данными, которая позволяет собирать, хранить и обрабатывать любые типы аудиторных данных (1st, 2nd, 3rd party), а также формировать аудиторные сегменты и активировать (использовать) их через медиаканалы. Данные из DMP могут быть использованы в DSP, SSP, CRM, CMS (динамическая адаптация контента), DCO (динамическая адаптация креативов), а также на площадках через их систему управления рекламой (Ad Server).

GDPR (Генеральный регламент о защите персональных данных) — постановление Европейского Союза, с помощью которого Европейский парламент, Совет Европейского Союза и Европейская комиссия усиливают и унифицируют защиту персональных данных всех лиц в Европейском Союзе (ЕС). Постановление также направлено на экспорт данных из ЕС. Постановление было принято в апреле 2016 года и вступило в силу 25 мая 2018г. GDPR направлен, прежде всего, на то, чтобы дать гражданам

контроль над собственными персональными данными, и на упрощение нормативной базы для международных экономических отношений путём унификации регулирования в рамках ЕС.

JSON (JavaScript Object Notation) — формат передачи данных в виде объекта с парами свойство: значение.

Key visual — ключевая визуальная концепция, объединяющая позиционирование бренда, фирменные цвета, шрифты, фирменную аудио- или видео идентификацию. Это способ коммуникации через систему образовательно-выразительных средств, который несет новую информацию о продукте.

Macros (Макрос) — область в HTML разметке рекламного баннера, которая представляет собой машиночитаемый блок кода, позволяющий рекламным серверам в момент размещения встраивать вместо этого кода ссылку на сайт клиента/бренда. Обычно задается в форме: %%MACROS%%, или {{MACROS}}, или [[MACROS]].

MRAID (Mobile Rich Media Ad Interface Definitions) — наименование стандартных и Rich Media креативов, размещаемых в стандартизованных рекламных сетях с использованием одноименного расширения для JavaScript.

Ping (Пинг) — метод и утилита для проверки целостности и качества соединений в сетях. В интернет-рекламе имеет значение пинг от пользователя до Ad-сервера. Для быстрой загрузки рекламных материалов требуется как можно меньший пинг, т. е. сетевая близость между сервером и клиентом.

Prerender (Пререндер) — предварительная подготовка вариантов рекламных материалов (обычно видео) для размещения в рекламных системах.

Redirect (Редирект) — техника, применяемая в Интернет для того, чтобы веб-страница была доступна под несколькими URL. В интернет-рекла-

ме получил распространение в связи с применением вложенных друг в друга ссылок, которые переадресуют последовательно друг на друга и в конечном счете на целевой сайт рекламодателя. Это требуется для учета статистики по переходам, которые засчитываются системами при прохождении ссылок в последовательности.

Rich Media — обогащенные рекламные материалы, содержащие интерактивные и мультимедийные возможности. По форме реализации могут быть разнообразными, как на уровне геометрии, так и на уровне функционала и поведения. Могут использоваться несколько рекламных позиций для объединения в единую механику.

RSS (Rich Site Summary) — новостной формат, подобный XML.

Targeting (Таргетинг) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей. Обычно достигается путем избирательной сортировки пользовательских данных и управления показами рекламных материалов на группы однотипных пользователей.

Тахоному (Таксономия) — древообразная структура классификаций персональных характеристик и характеристик проявления активности анонимного пользователя интернета.

Template (Шаблон) — HTML-структура или структура слоев графического макета или видеоролика, настроенная и размеченная таким образом, чтобы принимать варианты значений из фида и формировать экземпляры, готовые к размещению на паблишерах.

UTM-метка (UTM, Urchin Tracking Module) — стандартизованная переменная, которая добавляется к URL перехода на сайт клиента/бренда и передает соответствующее необходимое значение в систему аналитики Google Analytics или иную.

VTR (View through rate) — относительный показатель отношения количеств просмотров к показам, характеризующий глубину вовлеченности и внимания пользователя к рекламному сообщению, в основном к видеорекламе.

Web server (Веб-сервер) — сервер, принимающий HTTP-запросы от клиентов (обычно веб-браузеров), и выдающий им HTTP-ответы, как правило, вместе с HTML-страницей, изображением, файлом, медиапоток или другими данными. Это удаленное хранилище и программная среда, создающая и управляющая формированием веб-страниц и контентом на них.

XML (eXtensible Markup Language) — древовидная структура разметки информации. Частные реализации YML – продуктовый фид компании Яндекс.

Заинтересованные посетители — это те, кто производят такие действия: вновь возвращаются на сайт, добавляют страницу ресурса в закладки или смотря более чем одну страницу.

Протокол — стандарт, описывающий правила взаимодействия функциональных блоков информационных систем при передаче данных. В рекламных технологиях обычно речь идет об http, https, ftp и ftps, то есть протоколах, определяющих структуру данных, способ доставки и правила безопасности при передаче как рекламной информации, так и в целом гипертекста в среде Интернет.

0 IAB Russia

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia

Ассоциация развития интерактивной рекламы

входит в международную сеть ассоциации IAB, основная задача которой – рост и развитие рынка интерактивной рекламы. Отделения IAB успешно работают в 43 странах на 4 континентах.

Приоритетными направлениями деятельности The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia являются:

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных стандартов, гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологии и практик в этой сфере.

Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковная, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

email: add@iabrus.ru

www.iabrus.ru

CREATIVE TECHNOLOGIES & PRODUCTION COMMITTEE

IAB Russia Creative Technologies & Production Glossary 2019
выпущен в рамках комитета по Creative Technologies & Production

Председатель комитета по Creative Technologies & Production:
Павлов Алексей, основатель и генеральный
директор ООО «ГиперРеклама» (TM Adluxе)

Ноябрь 2019

