

# Programmatisk

## - Let's set things straight

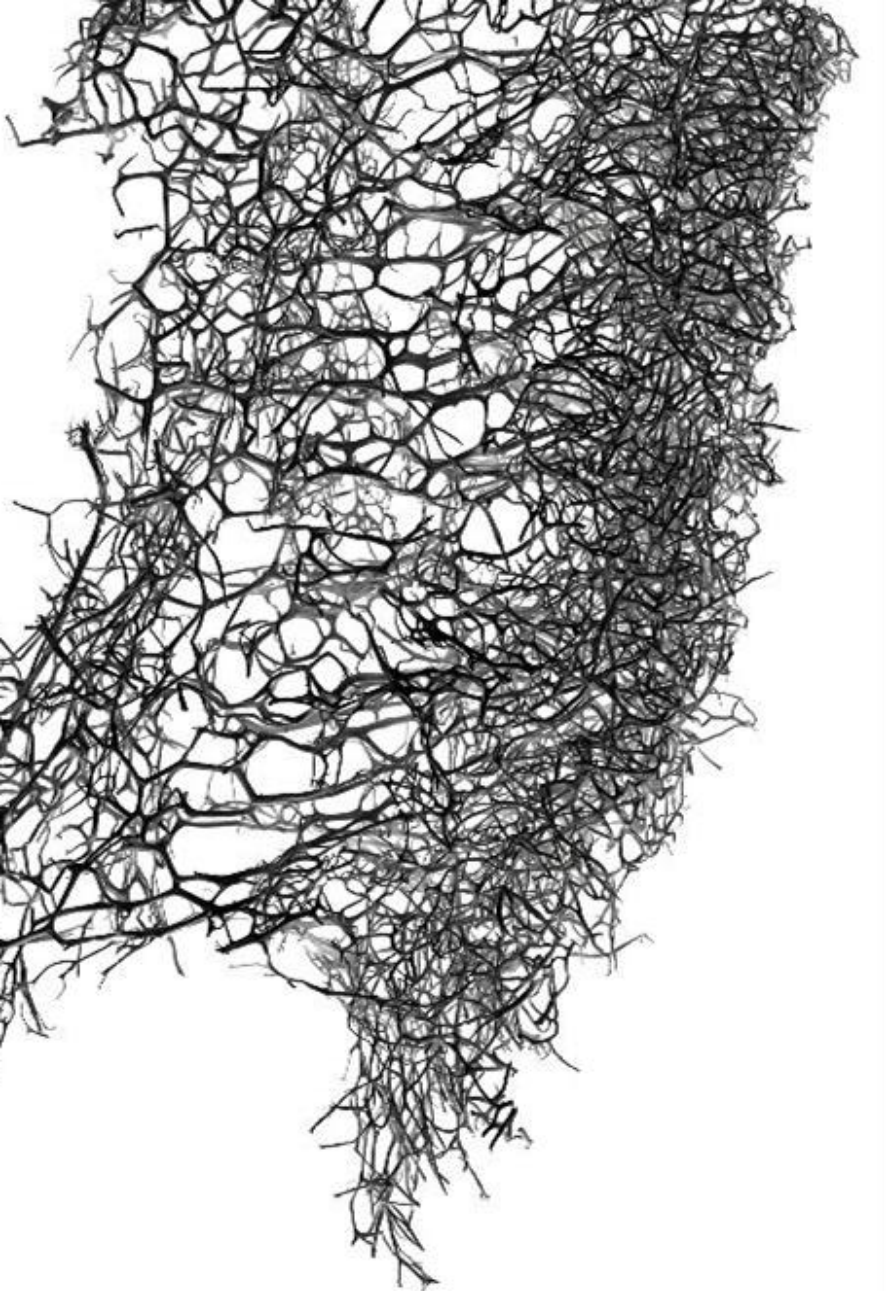
---

KAMPANJESKOLEN | SEPTEMBER, 2017

CHRISTINE TORP, DIRECTOR PERFORMANCE & DIGITAL PLANNING



Starcom



## **DAGENS INNLEGG HANDLER OM**

---

**Programmatisk 101**

**Setting things straight**

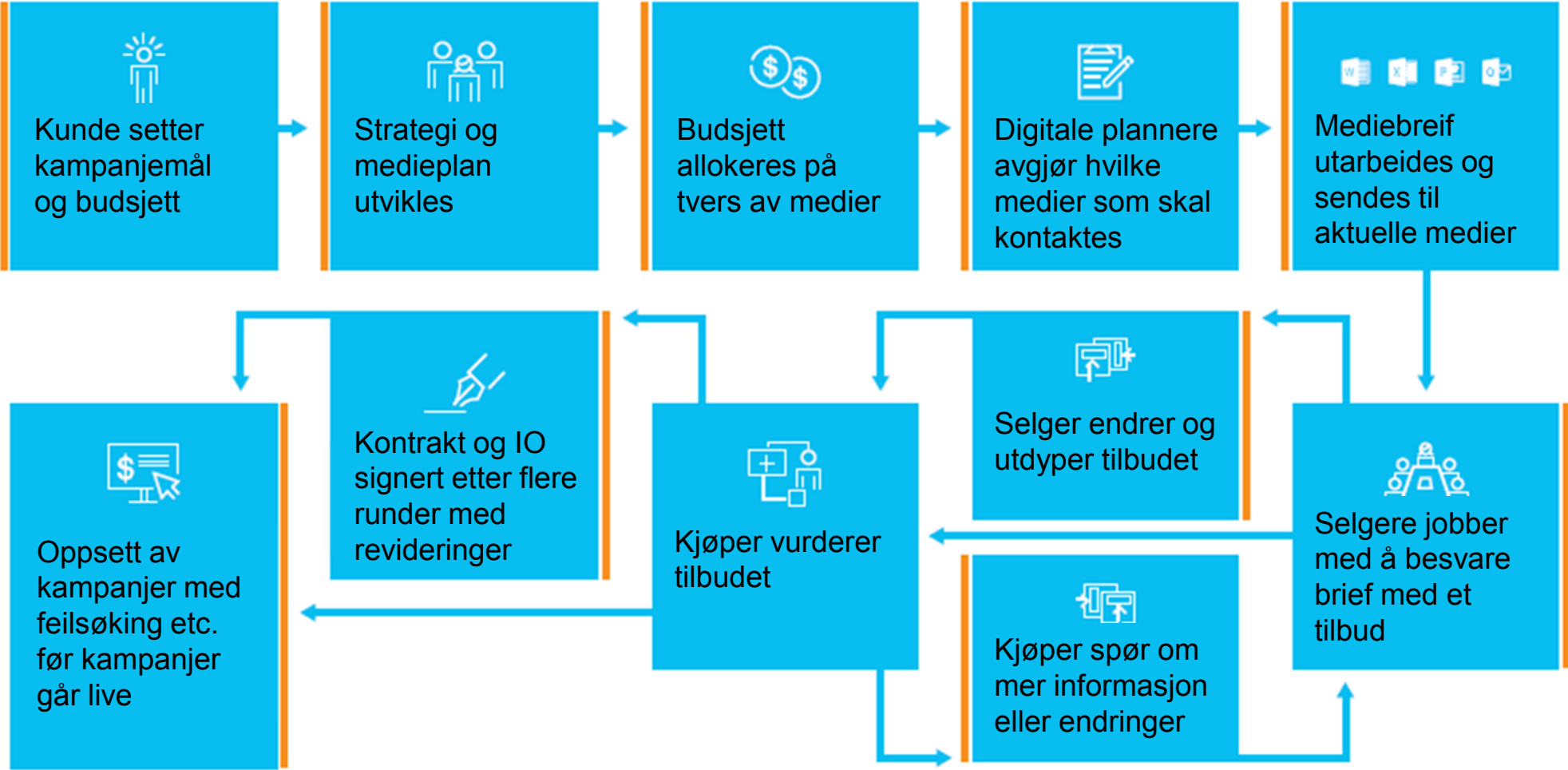
**Case**

# «Programmatisk mediekjøp»

*En metode for å kjøpe digitale flater ved å utnytte data og teknologi for å automatisere mediekjøpet i sanntid*



# Hva skal automatiseres?



# Programmatisk på tvers av digitale flater



Banner



Video



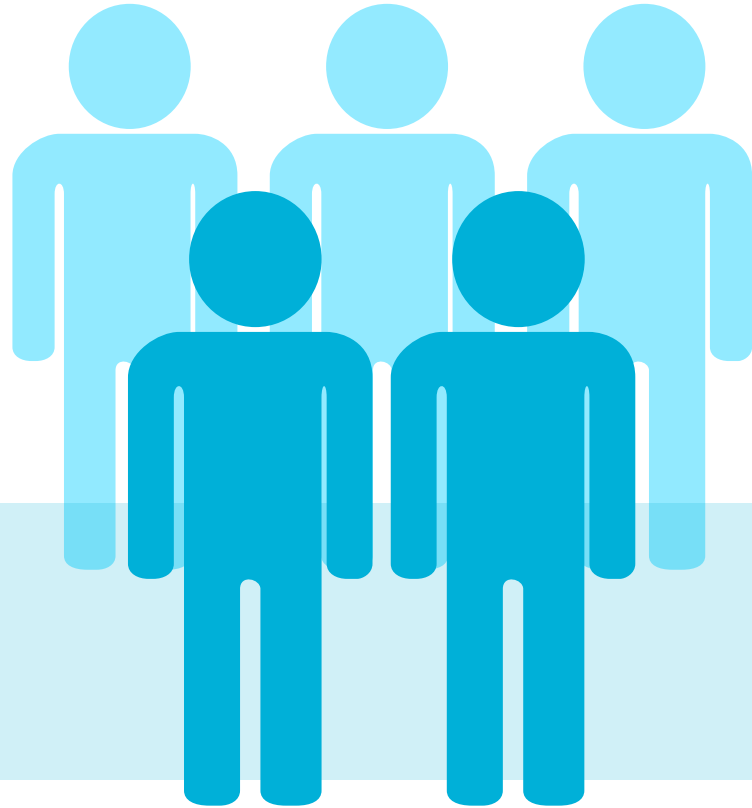
Native



Lyd



# Fra mediekjøp til målgruppekjøp



Tradisjonell  
**MEDIE-**  
planlegging

**85% kvinner  
høy andel 18-45**



**Kvinne 18-45**

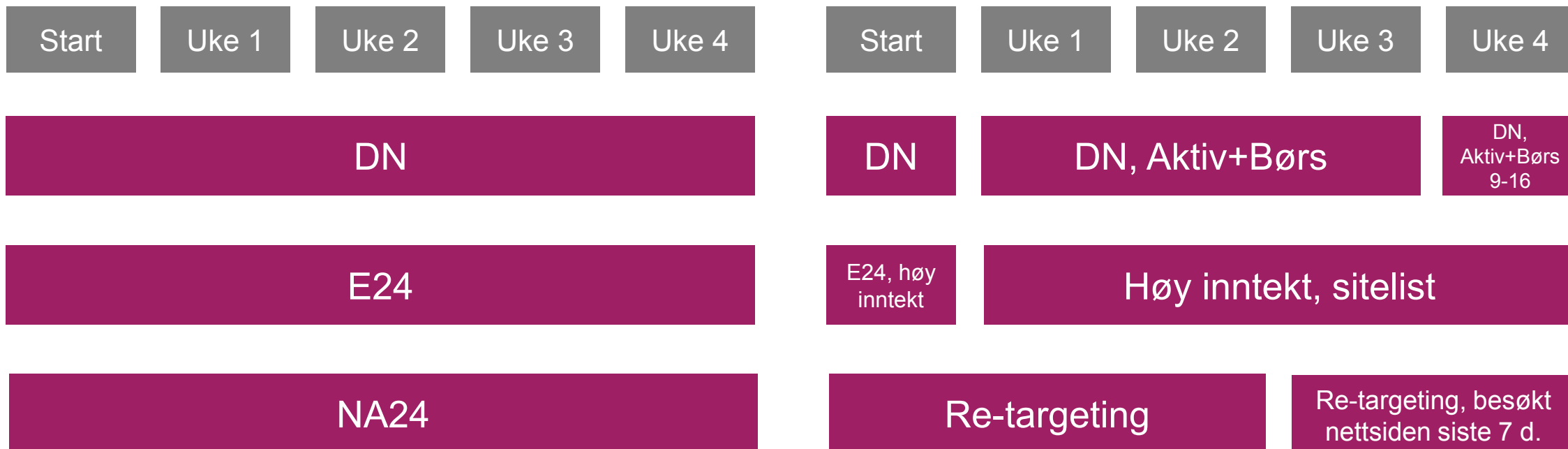
**Student**

**I MARKEDET:**  
for å kjøpe ny  
iPhone

**MÅLGRUPPE-**  
planlegging



# Dynamiske medieplaner





# Mulighetene er mange, kombinasjonene uendelige



**Alder**



**Kjønn**



**Familie**



**Interesser**



**Kjøps-  
signaler**



**Geografi**



**Geografiske  
segmenter**



**Remarketing**



**Trender**



**Kontekst**



**Dag/Tid**



**Vær**



**Device**



**Hjemme /  
Borte**



**Nett-  
leverandør**



**Hastighet**





# Programmatisk i et nøtteskall

Kjøper bestemmer hvem de skal by på

Målgruppekjøp

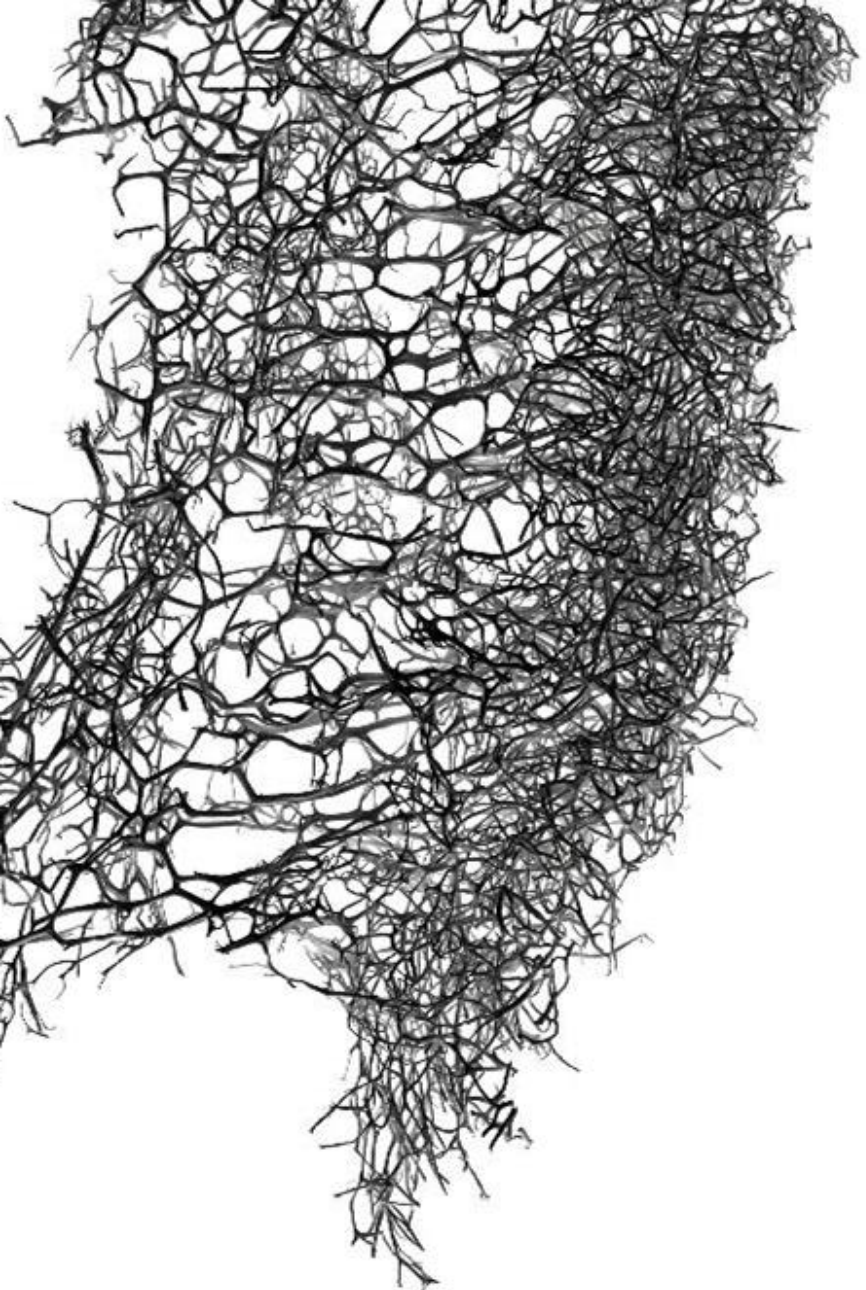
Effektiv frekvensstyring

Styrer etter resultater

Økt fleksibilitet

Optimalisering i sanntid





## **DAGENS INNLEGG HANDLER VIDERE OM**

---

**Programmatisk 101**

**Setting things straight**

**Case**

«Vet ikke hvor vi havner»



# Vi analyserer nettsider automatisk og kontinuerlig



Impressions	Spend	CPM	Evolution CPM	CPMV	Evolution CPMV	CPA	Evolution CPA	CPC	Conversions	Viewable Rate	CTR
7541 282	kr 512 448	kr 68	█	kr 118	█	kr 311	█	kr 44	980	60.4%	0.2%
6880 352	kr 498 755	kr 72	█	kr 102	█	kr 170	█	kr 21	2160	75.7%	0.4%
8090 228	kr 312 102	kr 39	█	kr 79	█	kr 183	█	kr 15	1161	52.3%	0.3%
6798 854	kr 296 054	kr 44	█	kr 67	█	kr 343	█	kr 24	520	68.2%	0.2%
7633 274	kr 274 680	kr 36	█	kr 97	█	kr 364	█	kr 22	331	41.8%	0.2%
7358 877	kr 244 776	kr 33	█	kr 44	█	kr 201	█	kr 13	531	78.6%	0.3%
4294 032	kr 204 841	kr 48	█	kr 94	█	kr 534	█	kr 18	264	54.2%	0.3%
5482 720	kr 189 424	kr 35	█	kr 107	█	kr 173	█	kr 19	533	35.3%	0.2%
2795 985	kr 189 391	kr 68	█	kr 95	█	kr 181	█	kr 15	889	75.1%	0.5%
1832 066	kr 119 527	kr 65	█	kr 96	█	kr 204	█	kr 17	428	71.1%	0.4%
2355 785	kr 119 153	kr 51	█	kr 87	█	kr 206	█	kr 27	329	61.3%	0.2%
2830 070	kr 117 262	kr 41	█	kr 92	█	kr 214	█	kr 23	499	50.5%	0.2%
6511 230	kr 116 356	kr 18	█	kr 56	█	kr 196	█	kr 17	368	36.3%	0.1%
1147 280	kr 110 365	kr 96	█	kr 148	█	kr 638	█	kr 18	73	68.2%	0.5%
1576 883	kr 109 814	kr 70	█	kr 109	█	kr 175	█	kr 24	433	66.1%	0.3%
2724 256	kr 105 625	kr 39	█	kr 75	█	kr 253	█	kr 22	280	54.8%	0.2%
2621 847	kr 69 867	kr 27	█	kr 63	█	kr 221	█	kr 15	141	46.7%	0.2%
824 877	kr 57 861	kr 70	█	kr 119	█	kr 183	█	kr 30	246	60.9%	0.2%
1463 223	kr 50 680	kr 35	█	kr 92	█	kr 723	█	kr 19	33	43.5%	0.2%
1277 689	kr 47 630	kr 37	█	kr 89	█	kr 3414	█	kr 23	4	48.1%	0.2%
2814 451	kr 42 299	kr 15	█	kr 18	█	kr 333	█	kr 13	31	93.1%	0.1%
456 214	kr 31 370	kr 69	█	kr 109	█	kr 143	█	kr 28	161	65.0%	0.2%
811 553	kr 28 981	kr 36	█	kr 58	█	kr 137	█	kr 12	115	65.7%	0.3%
381 388	kr 28 001	kr 73	█	kr 138	█	kr 1 247	█	kr 100	13	55.0%	0.1%
585 893	kr 27 178	kr 46	█	kr 92	█	kr 927	█	kr 14	8	55.6%	0.3%
977 679	kr 25 731	kr 26	█	kr 58	█	kr 223	█	kr 21	83	51.2%	0.1%
487 449	kr 20 034	kr 41	█	kr 98	█	kr 504	█	kr 30	29	47.3%	0.1%



# Ha kontroll i forkant

Whitelist

Blacklist



*POM består av en streng siteliste som inneholder Norges største nettsider. Fullstendig liste oversendes ved behov*

**POM**






# Automatiske varslinger

Buying Domains NOT in Whitelist


Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_Homepage_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Whitelist_Menn_CPA	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Bilinteresse (Admatx)_CPA	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Whitelist K 18-40_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_Homepage_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Whitelist_Menn_CPA_mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe prospecting_Bilinteresse(Admatx)_CPA_mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_CPM_mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Whitelist_NDR_Solsiden_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_NDR_Lojal_DN_CPC_Desktop	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_overs3dager_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Målgruppe Prospecting_Whitelist_Loiale_DN_Finansavisen_CPA_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Målgruppe_Whitelist_Eyeota_Decisionmakers_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_NDR_Solsiden_CPA_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_overs3dager_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_under3dager_CPM_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_overs3dager_CPM	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_overs3dager_CPM_Desktop	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Retargeting_Whitelist_under3dager_CPM_Desktop	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_CPC_Desktop Tablet	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Prospecting_Whitelist_CPC_Mobile	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_Cho_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_Kadjar_CPC_Mixed	polarismedia.no
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017	Remarketing_Landingpage_CPC_Mixed	polarismedia.no

Svar Svar til alle Videre send Direktemelding

to 13.04.2017 19:04

 kab.script.report@gmail.com

Warning Campaign Errors 2017-04-13 19:04

Til  Patric Ligner

## Campaign Spend Warning

Utdrag fra rapporten til 13-04-2017
Utdrag fra rapporten til 13-04-2017

## Automatisk varslinger til:

- Aktuelle rådgiver
- Leder for programmatisk
- Digital analytiker
- Prosjektleder





# Verifisering av målgrupper

Taktikk	Andel i målgruppen	eCPMV i målgruppen
Contextual TV sport Mobil	70 %	kr 138
Prospecting Sports no Mobil Open	66 %	kr 347
Audience Audience Program 20-30 Whiretail Mobile	65 %	kr 193
Prospecting Side 2 Mobile	63 %	kr 205
Prospecting Side 1 Mobile	62 %	kr 231
Prospecting Footballing no Mobile	61 %	kr 139
Prospecting Blogg no Mobile	60 %	kr 155
Contextual vg sport Mobil	51 %	kr 317
Prospecting K1 Mobil	51 %	kr 104
Prospecting Campus Whiretail Mobile	49 %	kr 152
Prospecting minute no Mobil Open	48 %	kr 551
Prospecting Wholesale ung Mobile	48 %	kr 199
Prospecting vg no Mobil	44 %	kr 84
Prospecting dagbladet no Mobil	39 %	kr 180
Audience Schibsted Ung Desktop	35 %	kr 213
Prospecting Campus Whiretail Desktop	32 %	kr 129



«Hvor blir pengene av?»



# Økonomisk transparens



# Teknologinøytralt

## Score

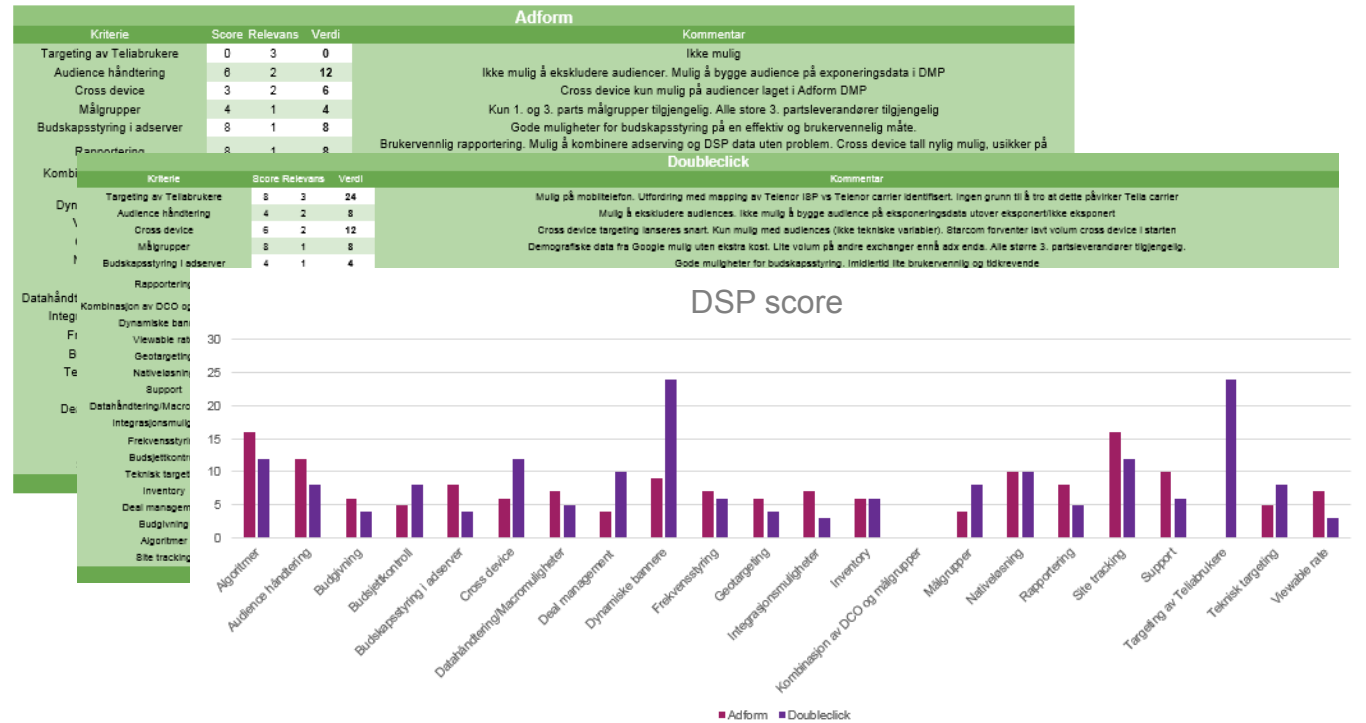
Plattformens evne til å oppfylle det gitte kriteriet

## Relevans

Viktigheten av kriteriet for kampanje/kunde

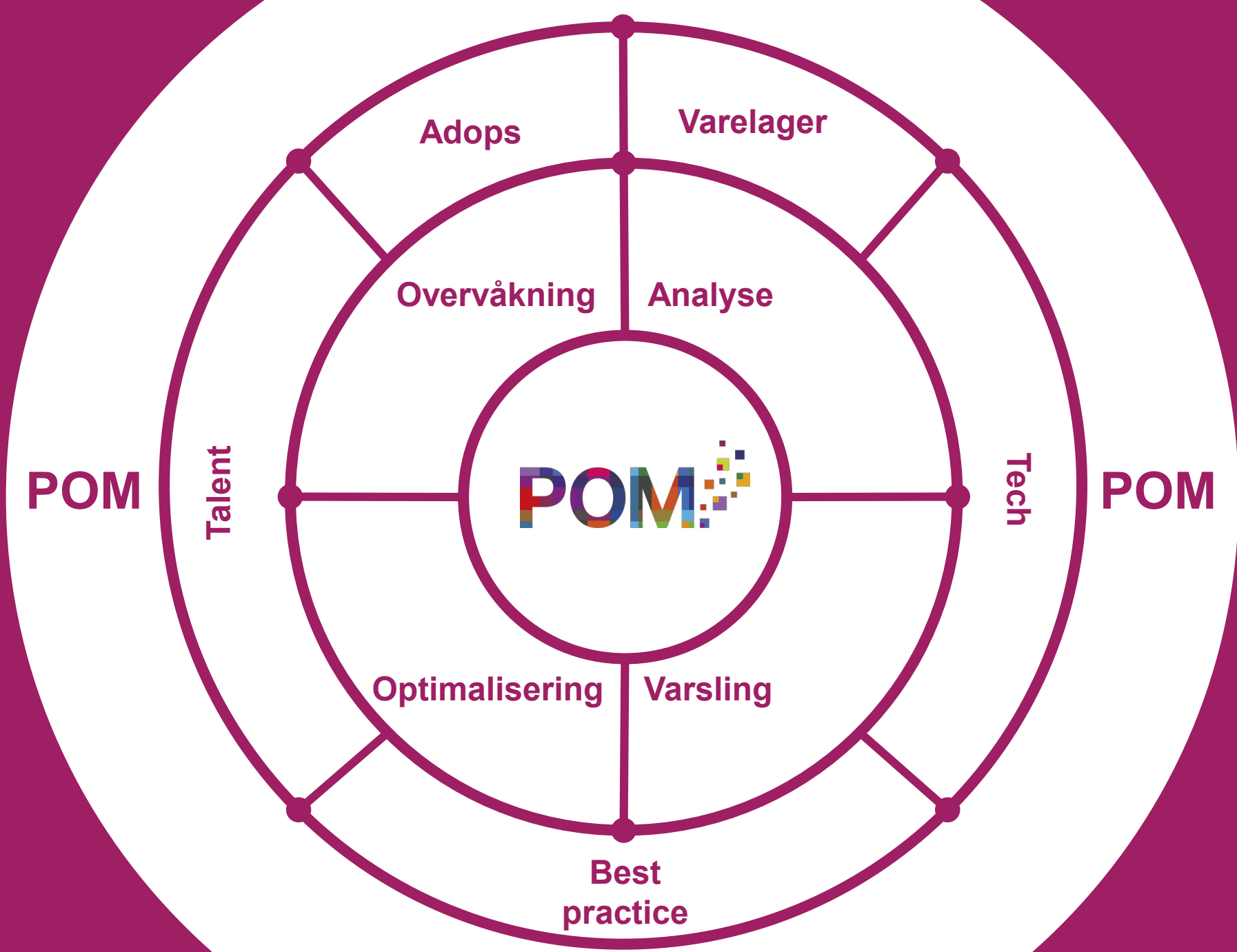
## Verdi

Produktet av plattformens evne til å oppfylle det gitte kriteriet og relevansen for kampanje/kunde



«Hvordan jobber dere *egentlig*?»



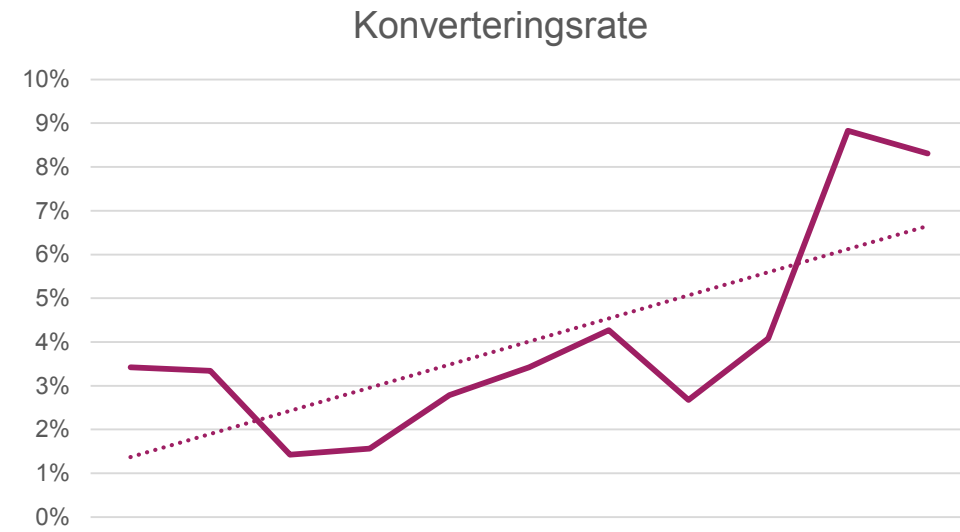
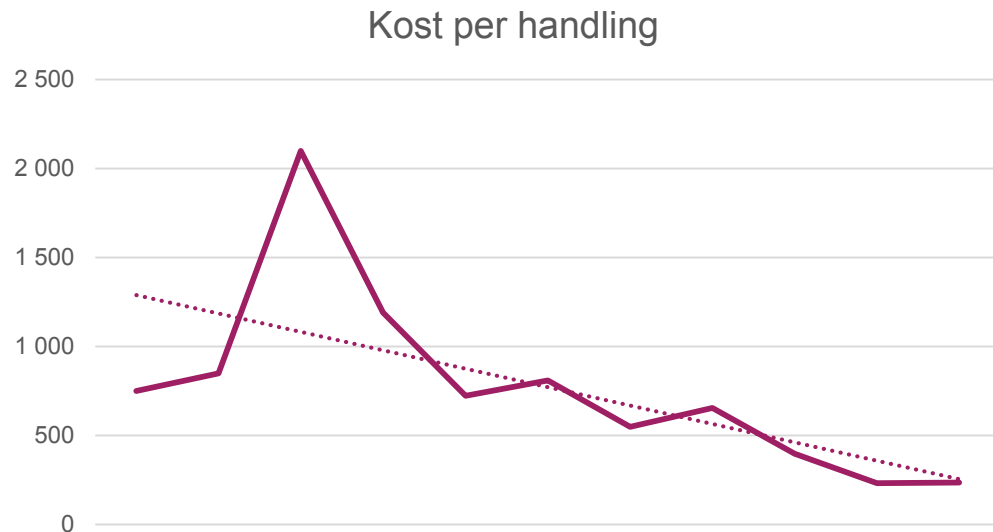


«Effekt: fungerer det?»





# Veldig god utvikling for våre kunder



Kost per handling ned **68 %** og konverteringsraten økt med **143 %** på tvers av alle våre kunder med harde konverteringer i 2016



# Programmatisk kjøp øker. Innholdssiden må henge med



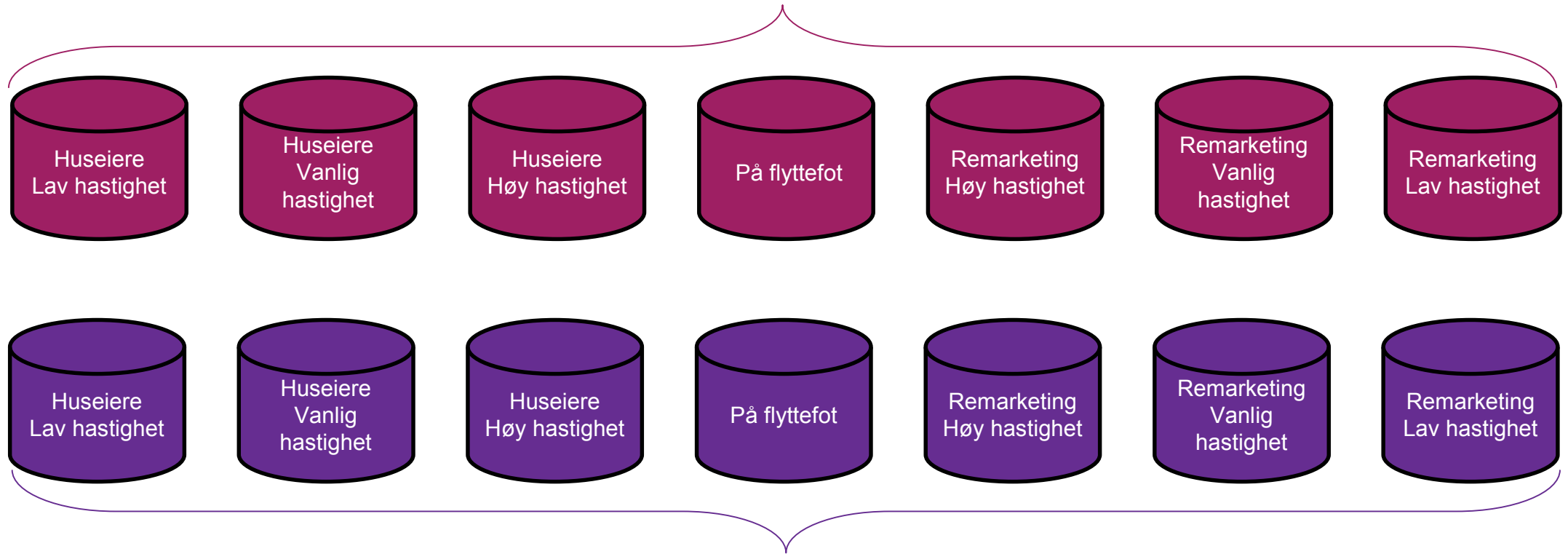
...og innhold blir viktigere i performance marketing miljøene

**Case:**  
**«Breiband for Stord og heile Noreg»**



# Smarte kjøp

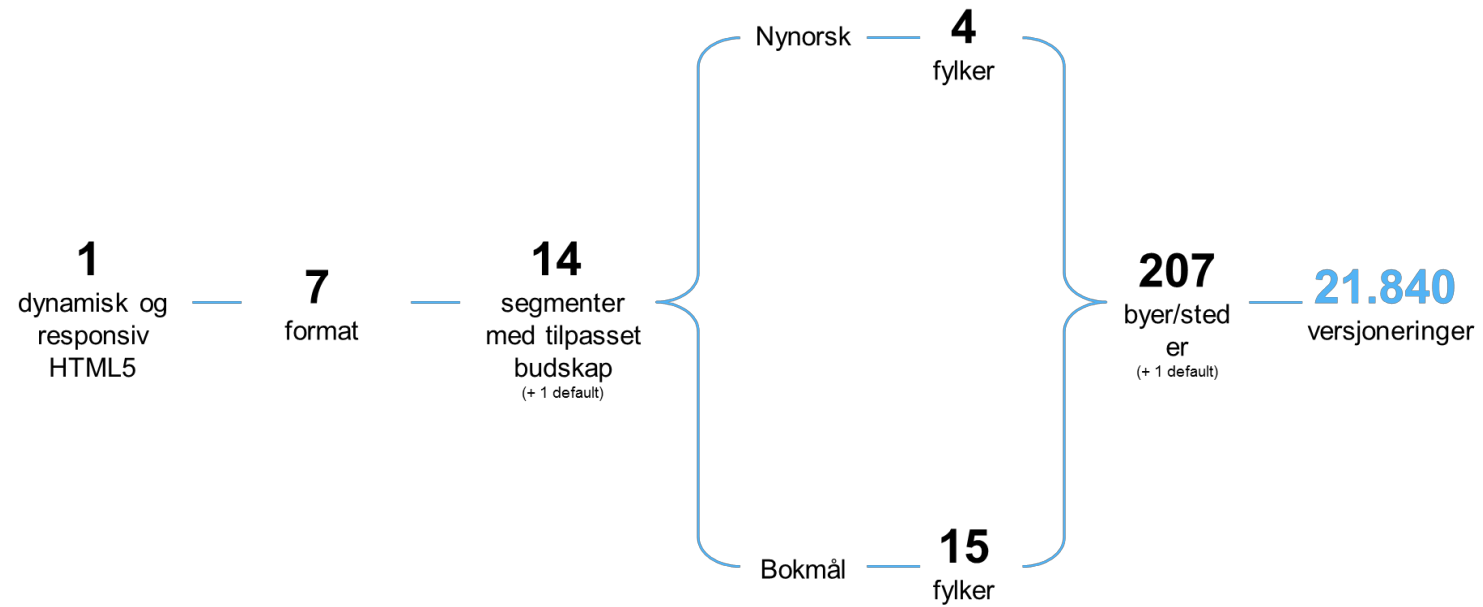
Potensielle kunder



Eksiterende kunder



# Smartere budskap



Heile Noregs breiband  
Ustabilt nett i ditt område? Med Telenor får du Alltid på nett-garanti.

TA BREIBANDSTESTEN

Ulike tilbyrers hjå deg og tilbydar kan ha innverknad på snøggleiken som leverast. Les meir på telenor.no

telenor

Eksisterende kunder  
bredbånd

Heile Noregs breiband  
No byggjer vi ut hastigheita på Hjelmeland. Oppgrader breibandet ditt i dag.

BESTILL NO

Ulike tilbyrers hjå deg og tilbydar kan ha innverknad på snøggleiken som leverast. Les meir på telenor.no

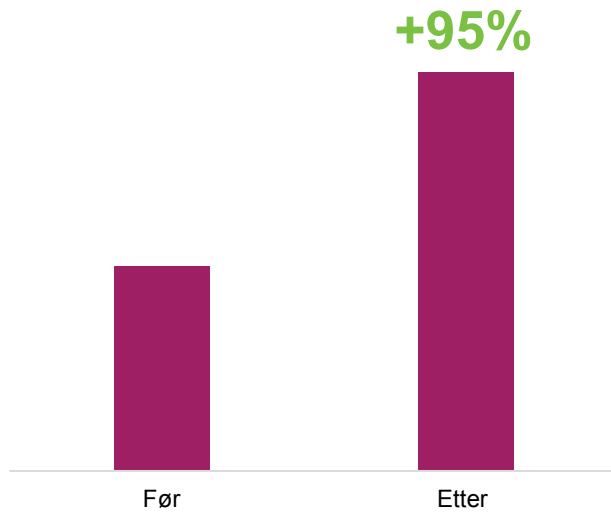
telenor

Potensielle kunder  
bredbånd

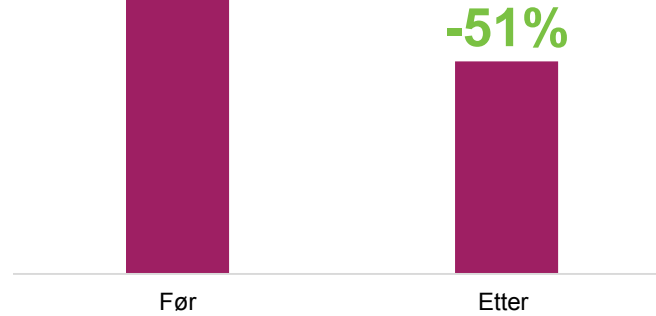


# Relevans skaper selvfølgelig effekt

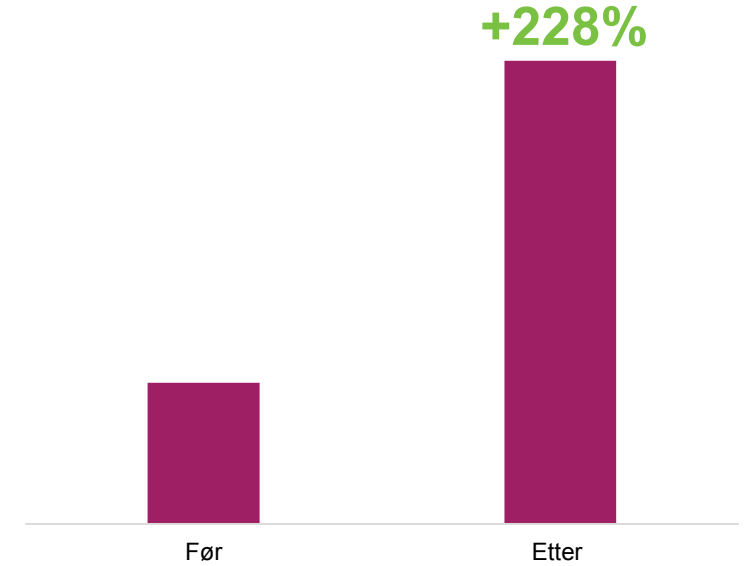
Konverteringsrate



Kost per konvertering



Konvertering

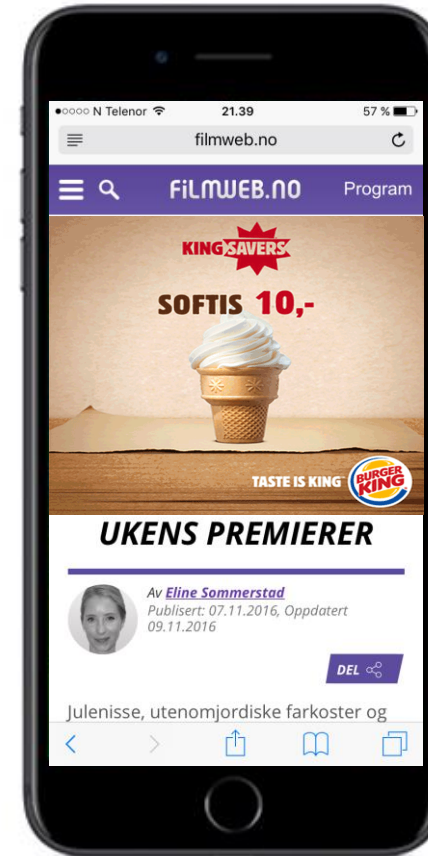
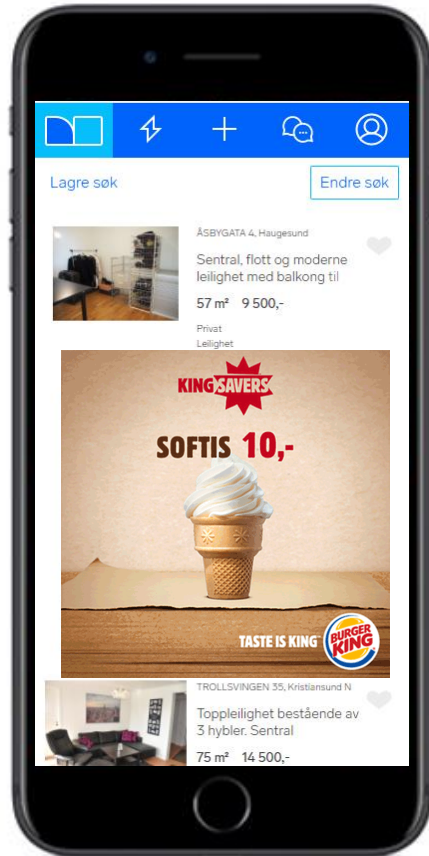




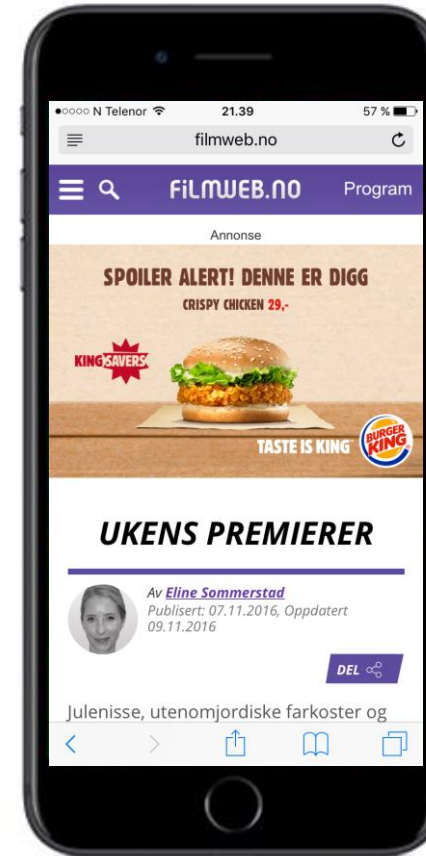
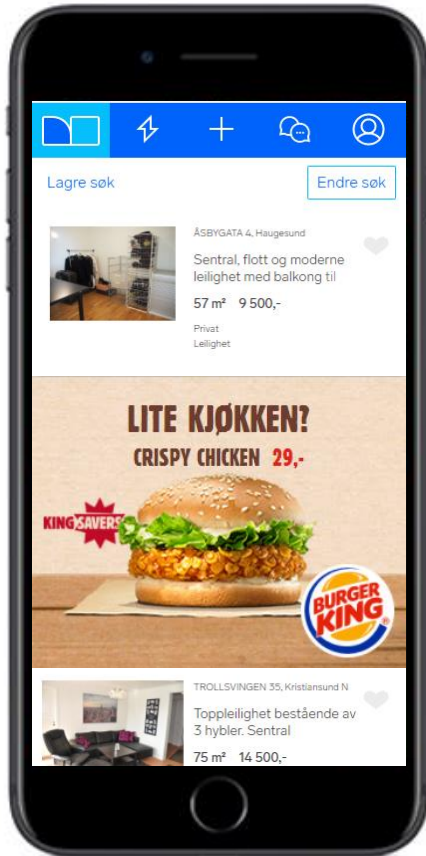
**Case:**  
**«Burger King»**



# Once upon a time....



# Nå..



x200



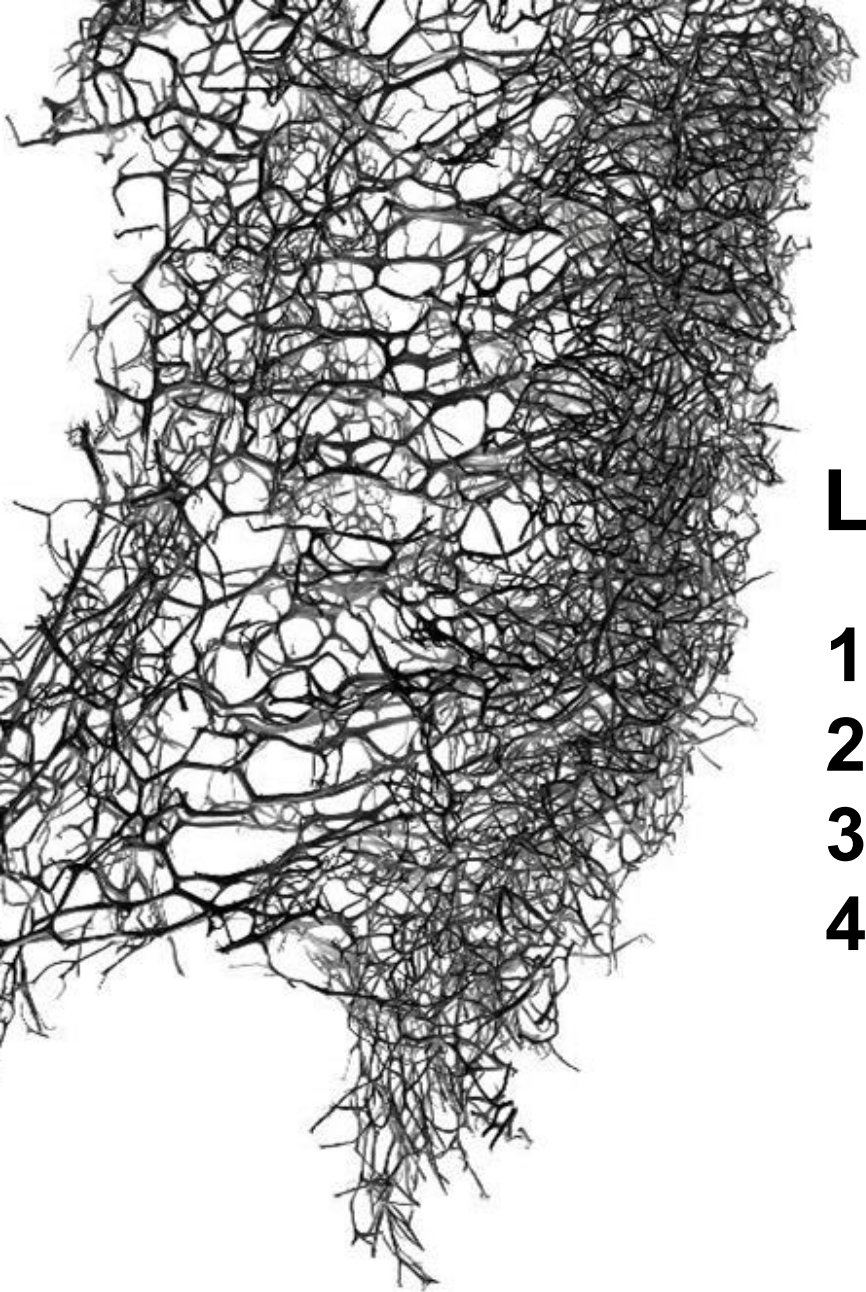
# Og spillerommet er enormt



31. desember

Kongens nyttårstale.  
Trafikk routet til NRK  
direktesendt webTV





## Let's set things straight

1. Vi vet hvor våre annonsører havner
2. Pengestrøm: Mediebyrå/tradingdesk, tech lev. og mediene
3. Programmatisk krever god infrastruktur og menneskelige ressurser
4. Gjort riktig, fungerer det



Takk for meg  
[christine@starcom.no](mailto:christine@starcom.no)  
918 18 185