

Площадка по покупке рекламных слотов [v.0.1]

Введение:

На сегодняшний день разные заведения (рестораны, фитнес клубы, салоны красоты, клиники и тд) размещают на своей территории телевизоры - на них показывают свою рекламу, эфирные каналы и многое другое. Задачи у этих экранов две - развлекать гостей и повышать собственные продажи через размещение рекламы. Для управления содержанием на ТВ используются системы Digital Signage - это клиент-серверное ПО, которое позволяет удаленно управлять контентом на дисплеях/LED экранах и тд. При этом владеть экранами могут как паблишеры, так и рекламные агентства.

Проблема рынка:

С точки зрения небольших рекламодателей существует *высокий порог входа* на рынок. У паблишеров разные технологии управления экранами, они сосредоточены на работе с крупными рекламодателями и им не выгодно готовить медиапланы, и в принципе работать, с небольшим бюджетами. Плюс есть проблема непрозрачности рекламного рынка в сегменте Indoor - у рекламодателя нет real-time информации о местах и количестве показа его рекламы, нет информации об аудитории. В некоторых случаях непрозрачность ведет к тому, что паблишеры не в полной мере выполняют план по размещению рекламы. Недоверие негативно влияет на выбор данного канала со стороны рекламодателей.

Задача:

Разработать площадку на которой рекламодатели смогут покупать размещение рекламы в digital Indoor в рамках закрытых аукционов (AG-RTB). Механизм работы площадки напоминает DSP в RTB аукционах. Слоты на продажу будут выставлять авторизованные паблишеры, которые хотят допродать свое рекламное время и увеличить доход. Стоимость размещения рекламы будет рассчитываться исходя из стоимости одного показа (CPM) в рамках закрытого аукциона (AG-RTB).

Рекламный слот - это ограниченное по времени место для размещения рекламы. Длительность рекламного слота 30 секунд. Один слот - это один показ рекламы любого формата - видео, изображение или выгрузка постов из соцсети (Инстаграм, Вконтакте, Фейсбук). Всего в одном часе возможно до 10 рекламных слотов (частота 1 раз в 30 минут).

Участники площадки:

1. Паблишеры (тот, кто управляет экранами),
2. Агенты (тот, кто занимается продажами),
3. Рекламодатели (тот, кто размещает рекламу)

Бизнес-логика:

Паблишеры:

1. Авторизуются на площадке,
2. Публикуют места размещения экранов на площадке. Заполняют данные о месте размещении (заведении): Город, Вид заведения

(фитнес/кафе/клиника/отель), Название, Адрес, Количество телевизоров, Средний чек, Свободные слоты, Охват, Фото (ссылка).

Пример списка заведений:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/159li-P0ZEDVDrPy07Y7K3Imaqx0qu3Wlyr-plmu57_0/edit?usp=sharing

3. Составляют Черные или Белые списки (кого можно или нельзя рекламировать)
4. Выставляют минимальную стоимость слота в своих носителях и минимальное количество слотов, который надо выкупить.
5. Загружают в свои Digital Signage подготовленные HTML-файлы. Они вставляются в их слоты каждые 30 минут и в момент трансляции посылают запрос на сервер о необходимости предоставить ролик на конкретный плеер. Если ролик с такими параметрами есть (цена/тематика), то он загружается в трансляцию, если нет бэкенд отдает дефолтное изображение/ролик.

Рекламодатели:

1. Авторизуются на площадке,
2. Просматривают общий список доступных заведений (мест для трансляции) предоставленных паблишерами. Структура списка: Название заведения, Адрес заведения, Количество занятых/свободных слотов, Ссылку на карте, Аудиторная информация, Онлайн/Оффлайн.
3. Оформляют запрос на проведение РК. В меню слева рекламодатели размещают запрос на проведение рекламной кампании (заполняют поля) Результатом запроса должно быть автоматическое создание медиаплана. Для создания запроса они заполняют бриф и нажимают на кнопку Показать доступные площадки.

1) На первом шаге в форму вводят данные: выбирают Регион, Тип заведения (ресторан, фитнес), Стоимость показа, Частоту показа, Срок кампании, Тематика кампании. В графе стоимость показа указывают желаемую цену за слот (но не ниже минимальной, указанной паблишером). Нажимают на кнопку Показать доступные площадки.

2) Происходит матчинг заявки рекламодателя и предложения паблишера. Если по критериям заказчика есть слоты, то вместо всех заведений в таблице справа выводится таблица всех заведений, где есть свободные слоты по этой цене. Если по заданным критериям слотов нет, то предлагается изменить условия участия в аукционе.

В конце таблицы три кнопки: Сохранить заявку, Скачать медиаплан (медиаплан сохраняется, план скачивается в формате .pdf) и кнопка Разместить рекламу.

3) На этом шаге загружают свой креатив: видео, изображение или ставят ссылку на свой аккаунт в соцсети (Фейсбук/Инстаграм/Твиттер/Вконтакте). Нажимает на кнопку Продолжить.

4) На этом шаге появляется знак ОКЕИ и написано что "Ваша рекламная кампания отправлена на модерацию, это занимает не более 1 часа, пожалуйста ожидайте ответа менеджера".

5) После согласования рекламодателю приходит на почту счет для оплаты кампании, показы начинаются после оплаты.

4. Просматривают ранее созданные медиапланы и отчеты о проведенных РК.

5. Просматривают действующие рекламные кампании. Во вкладке для действующих РК они видят: Количество показов по заведениям, Удаленный просмотр вещания (API TeamViewer). Все может быть реализовано в рамках таблицы.

Меню навигации

Новая кампания	Мои кампании								
	Отчеты	Настройки			Выход				
Регион	Город	Вид заведения	Название	Средний чек	Охват	Портрет аудитории	Кол-во ТВ	Фото	Свободные слоты
Вид заведения	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Частота показа	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Тематика рекламы	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Сроки кампании	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Ваша стоимость показа	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Подготовить медиаплан	Москва	ресторан	Ностальгия	1000 р	10 000	25-45	10	http://123.ru	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>

Панель РК

Перечень точек

Пример статистики <http://eggstv.ru/saas/stat/>

Агенты:

1. Авторизуются на площадке,
2. Получают реферальную ссылку для рекламодателя,
3. Просматривают отчеты о проведенных РК.

Сущности и списки:

Сущность:

1. Слот. Всего доступно 10 слотов в час для трансляции рекламы в конкретном заведении в течение месяца. Ключевое свойство слотов - занятость - свободные слоты (без рекламной кампании) и занятые (с рекламными кампаниями) отображаются по-разному в списке заведений (не закрашенные и закрашенные соответственно).
2. Заведение (место трансляции). Свойство заведений - охват (траффик). Ранжируются по количеству телевизоров и охвату аудитории.
3. Рекламная кампания. Свойство рекламных кампаний - частота. Одна рекламная кампания может занимать до 4 слотов в час в одном заведении - в зависимости от установленной частоты - 1 раз в час (1 слот), 1 раз в 30 минут (2 слота), 1 раз в 15 минут (4 слота).
4. GSP аукцион (аукцион второй цены). Аукцион проходит в закрытом режиме на повышение ставок. Все паблишеры публикуют минимальные цены одного слота и минимальные пакеты слотов в зависимости от заведения. Побеждает в аукционе тот, кто заявляет максимальную цену. При этом размещение происходит по цене, предложенной вторым участником. Если участник один, то размещение происходит по минимальной цене.

Аукцион на площадке — совокупность алгоритмов, с помощью которых площадка выбирает объявление и определяет стоимость показа рекламы в слоте. Стоимость слота равна стоимости показа.

Списки:

1. Перечень заведений,
2. Перечень слотов во всех заведениях (количество, стоимость, минимальный пакет)
3. Черный список рекламодателей,
4. Белый список рекламодателей,
5. Перечень паблишеров.
6. Список заявок рекламодателей. Список заявок, которые публикует рекламодатель в случае если нет доступных слотов по опубликованным критериям.

Функции администратора:

1. Загрузка и согласование креатива рекламодателя,
2. Запуск рекламной кампании - бронирование слотов. Остановка рекламной кампании - снятие брони со слотов.

Схема веб сервиса:

TBD

Архитектура:

TBD

Требования к прототипу:

В прототипе должен быть реализован только личный кабинет рекламодателя и админка для добавления новых заведений в таблицу. В личном кабинете рекламодатель должен иметь возможность:

1. Просмотреть все доступные точки,
2. Сформировать и скачать медиаплан по своему запросу,
3. Загрузить свой ролик для модерации менеджером.

Требования к нагрузженности:

Веб сервис ориентирован на среднюю нагрузку - до 10 000 пользователей в день.

Требования к языку бэкенда:

Язык должен быть прост и общеприменителен, должен быть удобен для дальнейшей работы с Big Data (например Python).

Требования к хостингу:

TBD

Требования к наполнению контентом:

Первые точки должны быть перенесены из этого списка

https://docs.google.com/spreadsheets/d/159li-P0ZEDVDrPy07Y7K3lmaqX0qu3Wlyr-plmu57_0/edit?usp=sharing

Требования к работе с браузерами:

Веб-сервис должен корректно отображаться во всех популярных браузерах (Chrome, FireFox, Safari, Opera)