



**TELEMETRIA**  
POLSKA

**RPD**

**SZANSE I ZAGROŻENIA**



**TELEMETRIA**  
POLSKA

# Marcin Grabowski

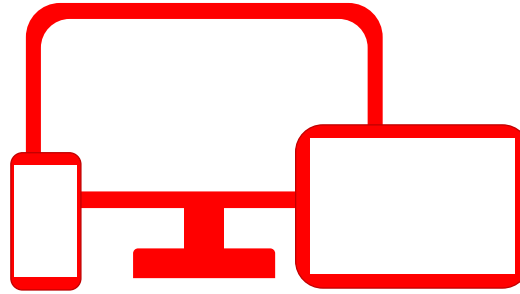
Przewodniczący Rady Metodologicznej ds. RPD, Biuro KRRIT

# Cele projektu

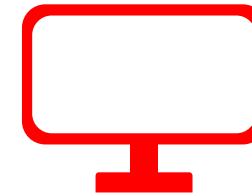
Jedno źródło danych  
TV, Radio i Internet



Objęte pomiarem



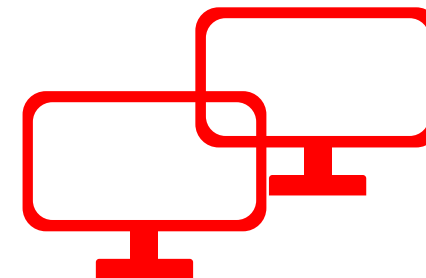
26 000  
respondentów



Dane RPD  
11 mln  
gospodarstw  
domowych



Fuzja danych RPD i  
Telemetrów



# Światowe trendy w pomiarach telemetrycznych

Rynek wyczekuje na badanie jednoźródłowe lub przynajmniej jednolity pomiar obejmujący wszystkie kanały dystrybucji treści marketingowych:



**Mark Pritchard, CEO P&G, wypowiedź z kwietnia 2019:**

*It's time to finally deliver cross-platform media transparency through cross-platform media measurement. We've been talking about this for far too long and it's time to get on with it.*

**Matt Green (WFA, Unilever):** powołano inicjatywę “Principles of cross media measurement” zakładającą pracę grupy roboczej reklamodawców z pomocniczym udziałem mediów (to nowość w branży, gdyż dotychczas to media kierowały takimi inicjatywami)



**Podsumowanie konferencji badawczej egta., Praga, czerwiec 2019:**

*Uczestnicy byli zgodni, że badanie jednoźródłowe pojawi się na większości rozwiniętych rynków mediowych w najbliższych 2 do 4 lat.*

TELEMETRIA POLSKA

TELEMETRIA POLSKA

TELEMETRIA POLSKA

TELEMETRIA POLSKA

TELEMETRIA POLSKA

TELEMETRIA POLSKA



# TELEMETRIA POLSKA

Jednoźródłowy Pomiar Mediów w Polsce



Eksperymenty: Prace Badawczo – Rozwojowe

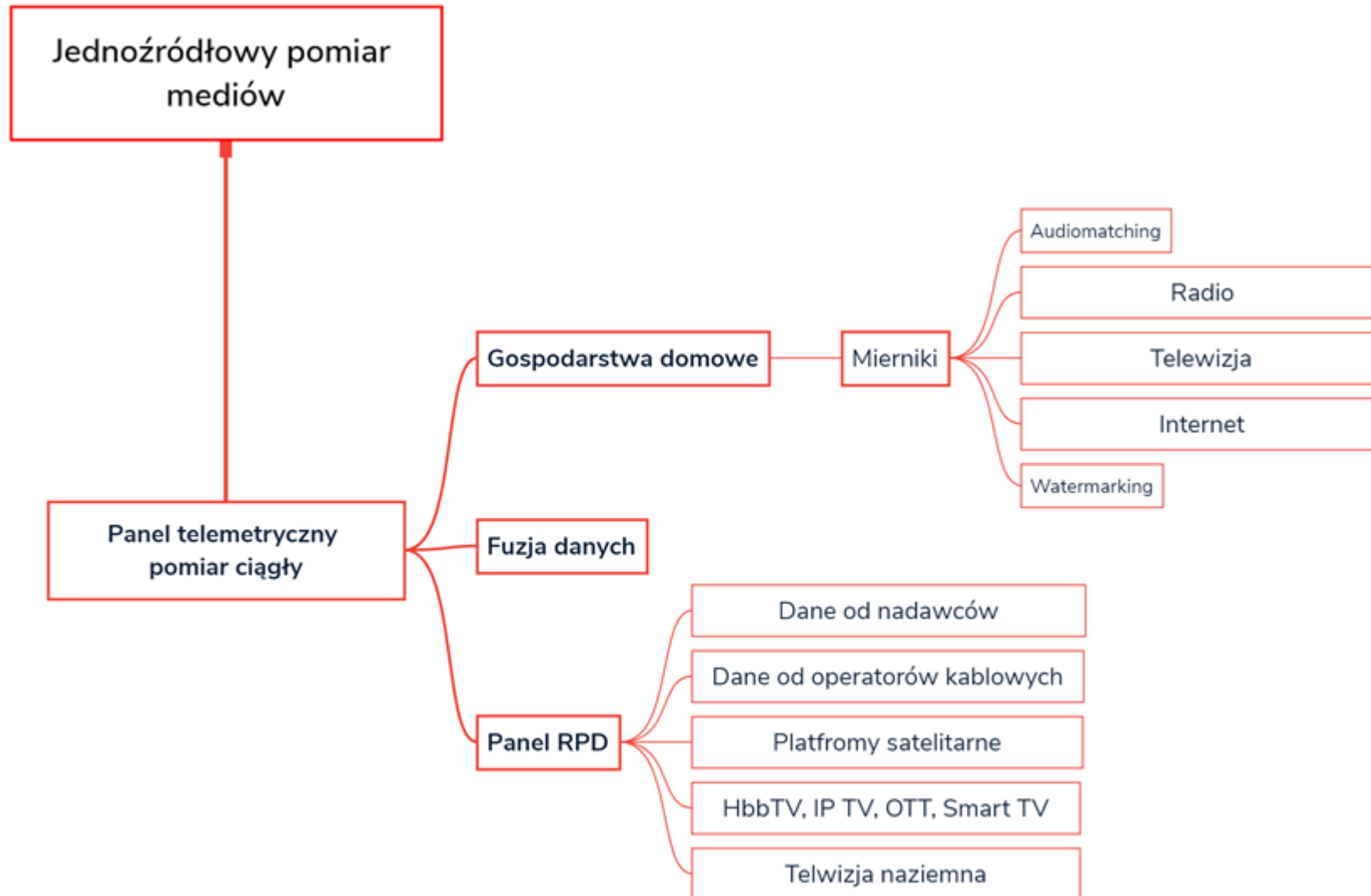


Zintegrowany system pomiarowy

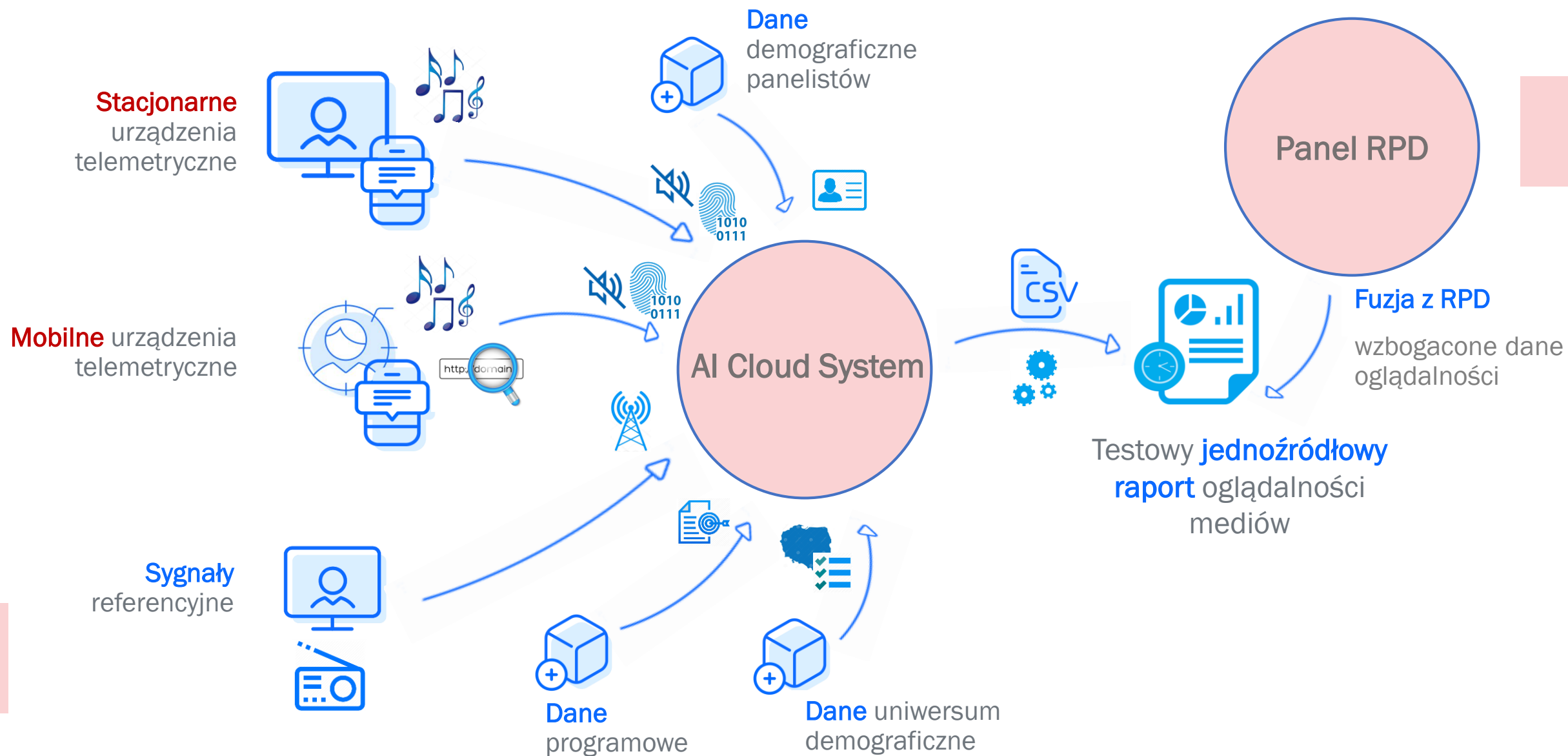


Panel RPD + DAI

# Moduły projektu



# Jednoźródłowy pomiar mediów





# Panel RPD - źródła danych

Platformy z potencjałem RPD:

- ▶ Telewizja naziemna – potencjał 3 mln
- ▶ Telewizja satelitarna – potencjał 1 mln
- ▶ Telewizja kablowa – potencjał 1,7 mln



**TELEMETRIA**  
POLSKA

Panel RPD + Technologia DAI

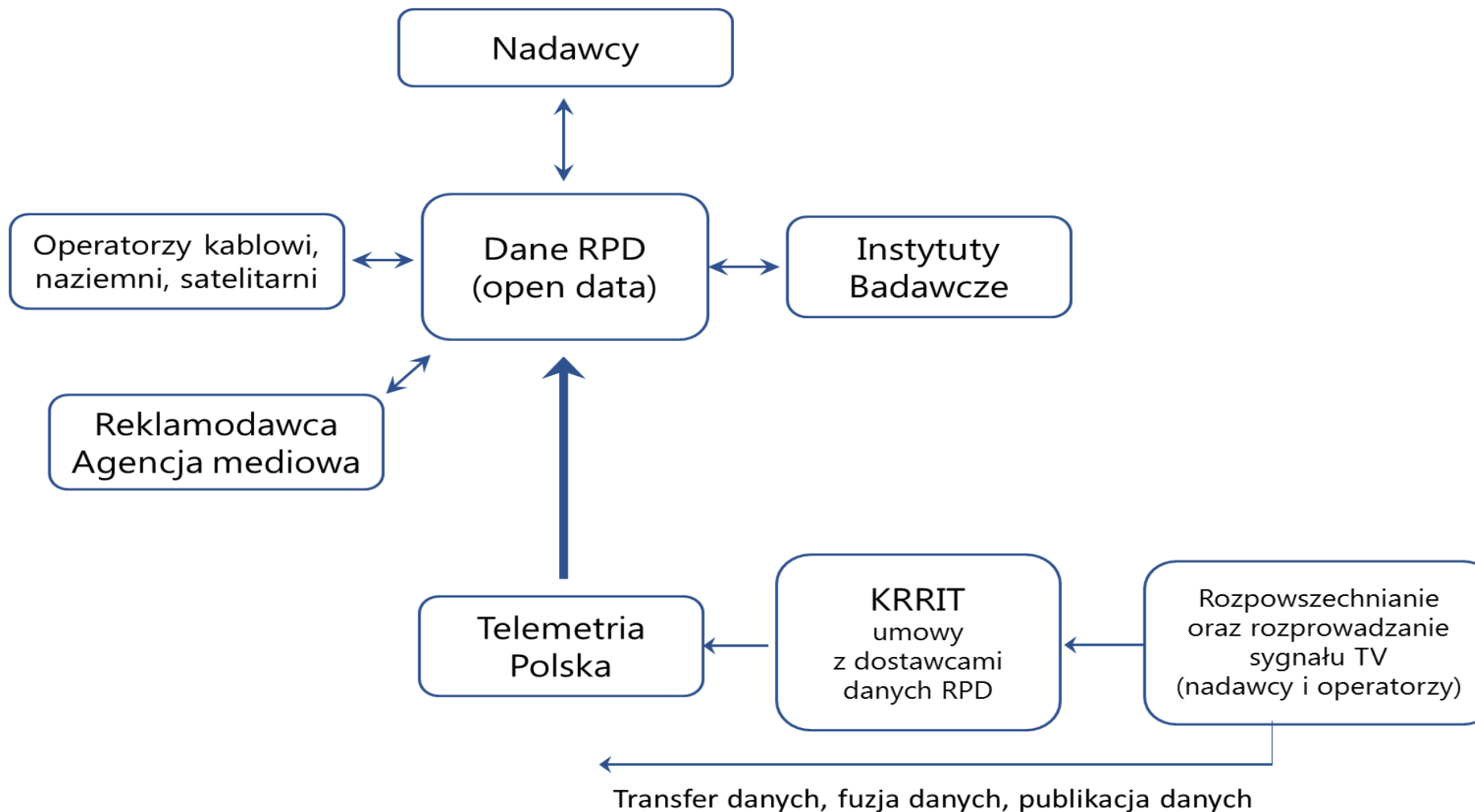
# Technologia DAI

- ▶ DAI to dynamiczne serwowanie spotów reklamowych w linearnej telewizji, streamingu live bądź przy korzystaniu z VOD (podmieniania reklam w czasie rzeczywistym)
- ▶ Addressable TV oraz SSAI (Serwer-Side Ad Insertion)
- ▶ Do wprowadzenia DAI na rynek konieczne jest posiadanie odpowiednich danych – panel RPD, a w następnym kroku profilowanie

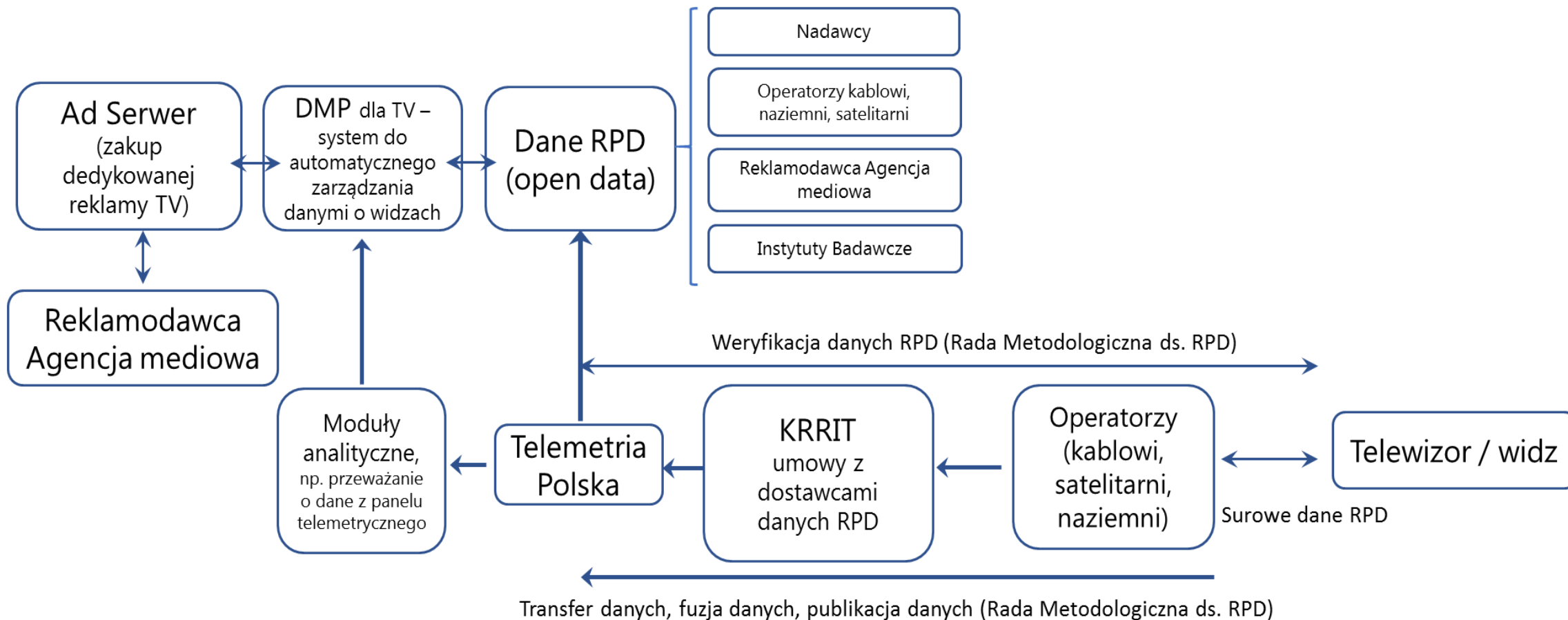
# Technologia DAI - potencjał

- ▶ Dane z rynku UK, addressable TV:
  - ▶ o 30% większe zaangażowanie w oglądany контент
  - ▶ o 50% zmniejszenie chęci do zmiany kanału TV
  - ▶ o 10% większa responsywność na serwowany контент reklamowy
  - ▶ napływ nowych klientów lokalnych do TV, dotychczas nieobecnych
  - ▶ możliwość wzrostu cen na reklamy TV

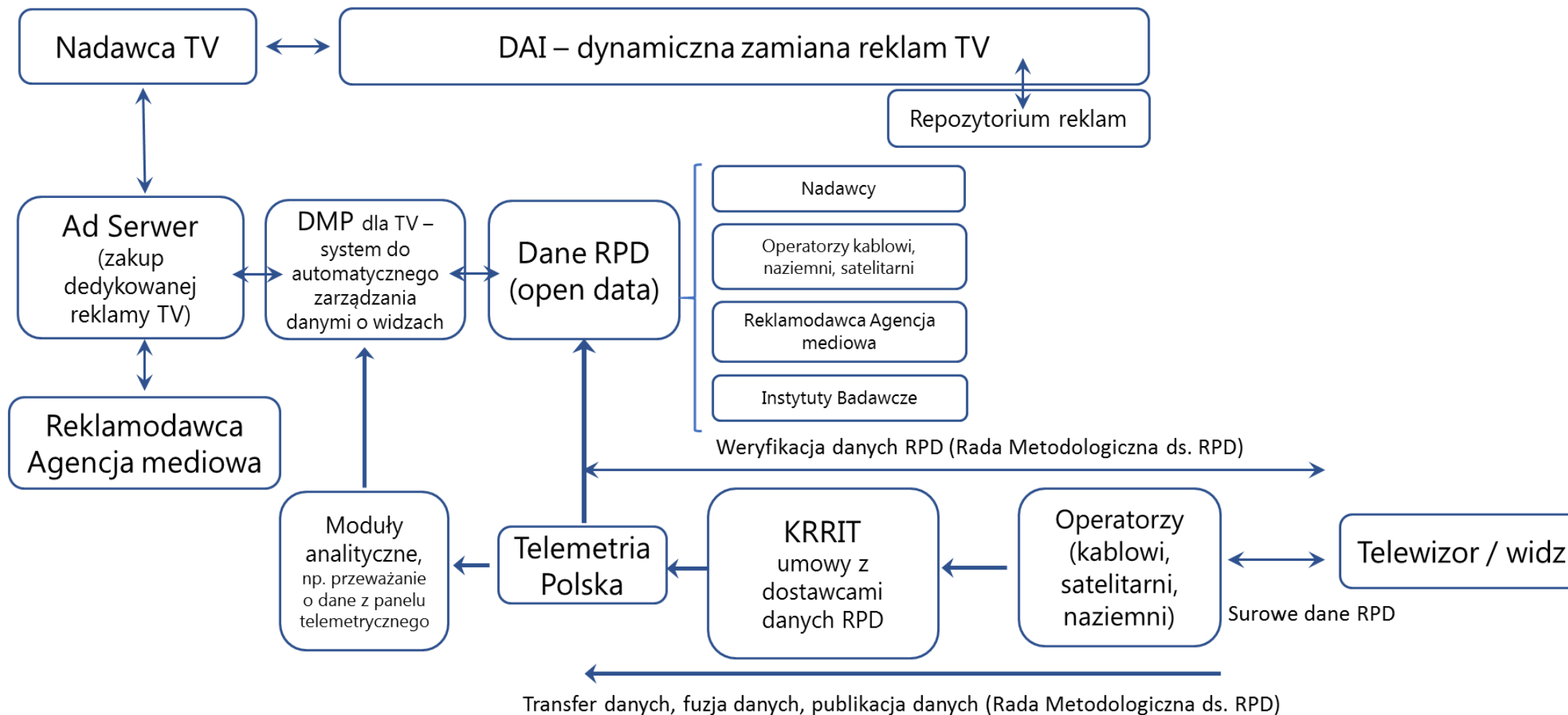
# Technologia DAI – nowa organizacja rynku: SZANSE



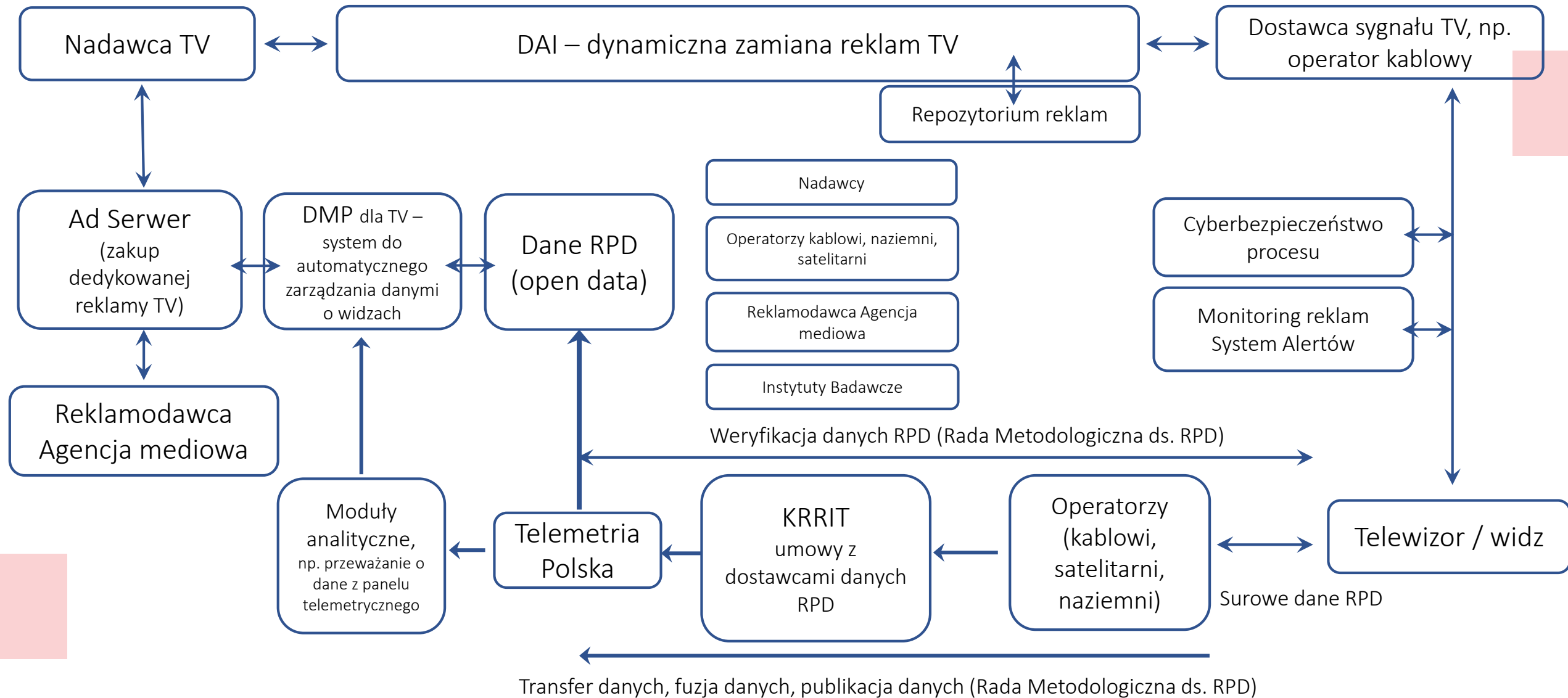
# Technologia DAI – nowa organizacja rynku: SZANSE



# Technologia DAI – nowa organizacja rynku: SZANSE



# Technologia DAI – nowa organizacja rynku: SZANSE





# Panel RPD – ZAGROŻENIA?

## ▶ Utrata szans:

- ▶ Brak ogólnopolskiego panelu Open RPD Data



- ▶ Brak ogólnodostępnych narzędzi prezentujących dane o wyświetleniach z dekodarów



- ▶ Brak wyceny danych / monetyzacja możliwa tylko przy dostępie do danych w modelu Open RPD Data wzbogacone o Paid RPD Data (np. przeważenie danych z wyświetleń do oglądalności)

Rozwiązanie?

# Panel RPD – konieczne działania

- ▶ Rekonesans techniczny
- ▶ Opracowanie specyfikacji / architektury hurtowni danych
- ▶ Wykonanie wersji testowej hurtowni danych / RODO
- ▶ Wdrożenie pilotażowej hurtowni danych
- ▶ Wdrożenie docelowej hurtowni danych
- ▶ Opracowanie DMP (data managing platform) dla RPD
- ▶ Przeprowadzenie analizy na rzecz wdrożenia technologii DAI (serwowanie reklam TV w czasie rzeczywistym)
- ▶ Opracowanie specyfikacji DAI wraz z elementami cyberbezpieczeństwa
- ▶ Wdrożenia testowego DAI wraz z połączeniem z DMP dla RPD
- ▶ Uruchomienia wersji rynkowej DAI



**TELEMETRIA**  
POLSKA

Dziękuję za uwagę

Marcin Grabowski - Przewodniczący Rady Metodologicznej ds. RPD, Biuro KRRIT

Kontakt: [Marcin.Grabowski@krrit.gov.pl](mailto:Marcin.Grabowski@krrit.gov.pl)