

Erős Attila (IPG-Mediabrands, MAGNA Global, Fastbridge, Cadreon CEE)

PROGRAMMATIC HELYZET Mo.-n

Evolution konferencia

2016.március 2.

1st trading desk

1st to have TV and OOH offering

1st to have global clients across all markets

Over 450 dedicated programmatic specialists

In 22 fully scaled and independent local entities, including 5 hubs

Servicing 68 markets

NORTH AMERICA
USA
Canada

LATAM
Mexico
Chile- *LATAM Hub*
Brazil
Argentina
Colombia
Peru
El Salvador
Ecuador
Uruguay
Bolivia
Costa Rica
Honduras
Puerto Rico
Venezuela
Dominican Republic

EMEA
UK / Ireland
Netherlands
France
Germany
Belgium
Sweden
Denmark- *Nordics Hub*
Spain
Italy
Hungary- *CEE & SWE Hub*
UAE - *MENA Hub*
Finland
Norway
South Africa
Austria
Switzerland
Portugal
Poland
Czech Republic
Slovakia
Romania
Serbia
Bulgaria
Israel
Turkey
Greece
Lebanon
Egypt
Bahrain
Qatar
Saudi Arabia

Kuwait
Jordan
Algeria
Tunisia
Syria

APAC
Australia
Japan
China
Malaysia - *APAC Hub*
India
Hong Kong
Thailand
South Korea
Taiwan
Philippines
Singapore
Indonesia
New Zealand

Local entities
Hubs
Served by Hub

A composite image showing a man in a purple plaid shirt and blue jeans riding a light brown horse. He is holding a white cowboy hat in his right hand. Behind him is a Red Bull Formula 1 car, number 31, which is kicking up a large cloud of dust. The scene is set on a dry, dusty dirt track with sparse vegetation in the background.

...és mi a helyzet itthon?

“Mint egy versenyautóval
egy alsóbbrendű úton.”

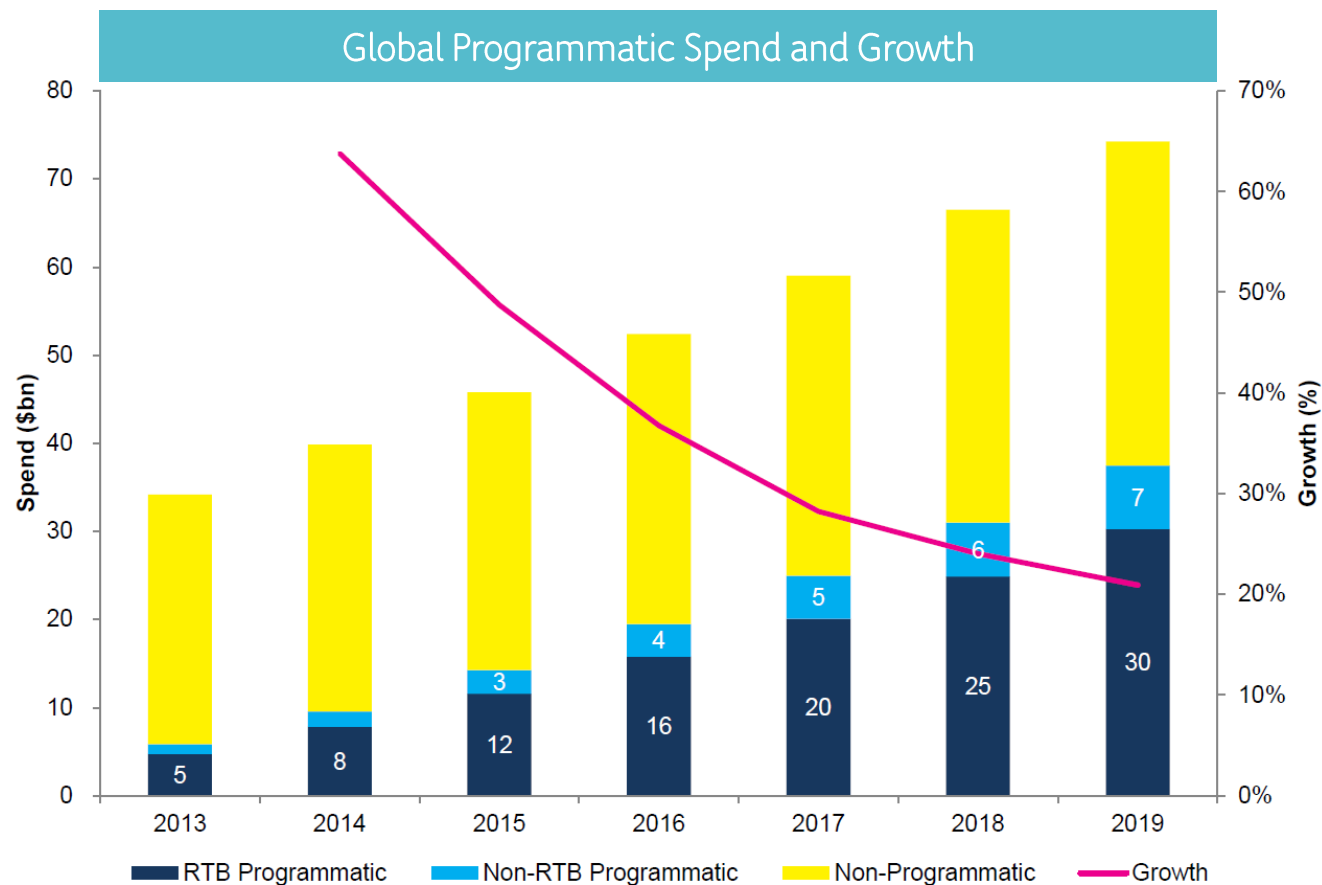
Section 1:

PROGRAMMATIC PIAC

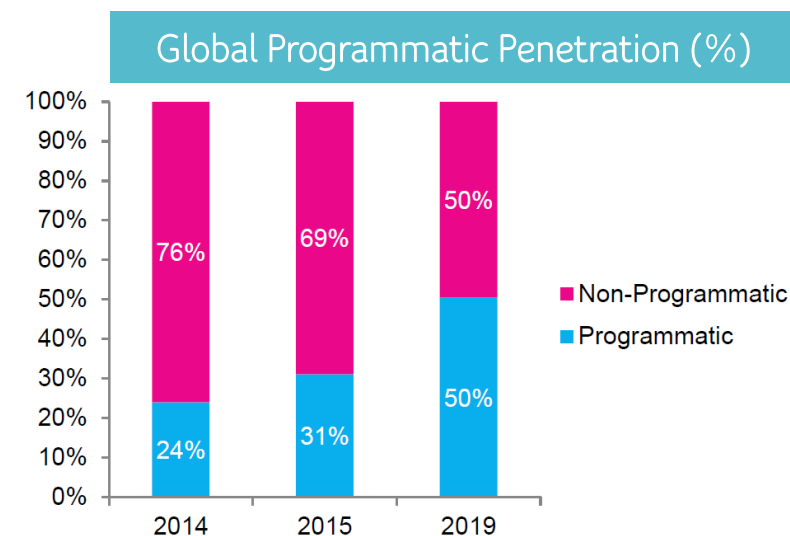


Globális Programmatic piac

2013 - 2019



Dinamikusan növekvő
programmatic költés



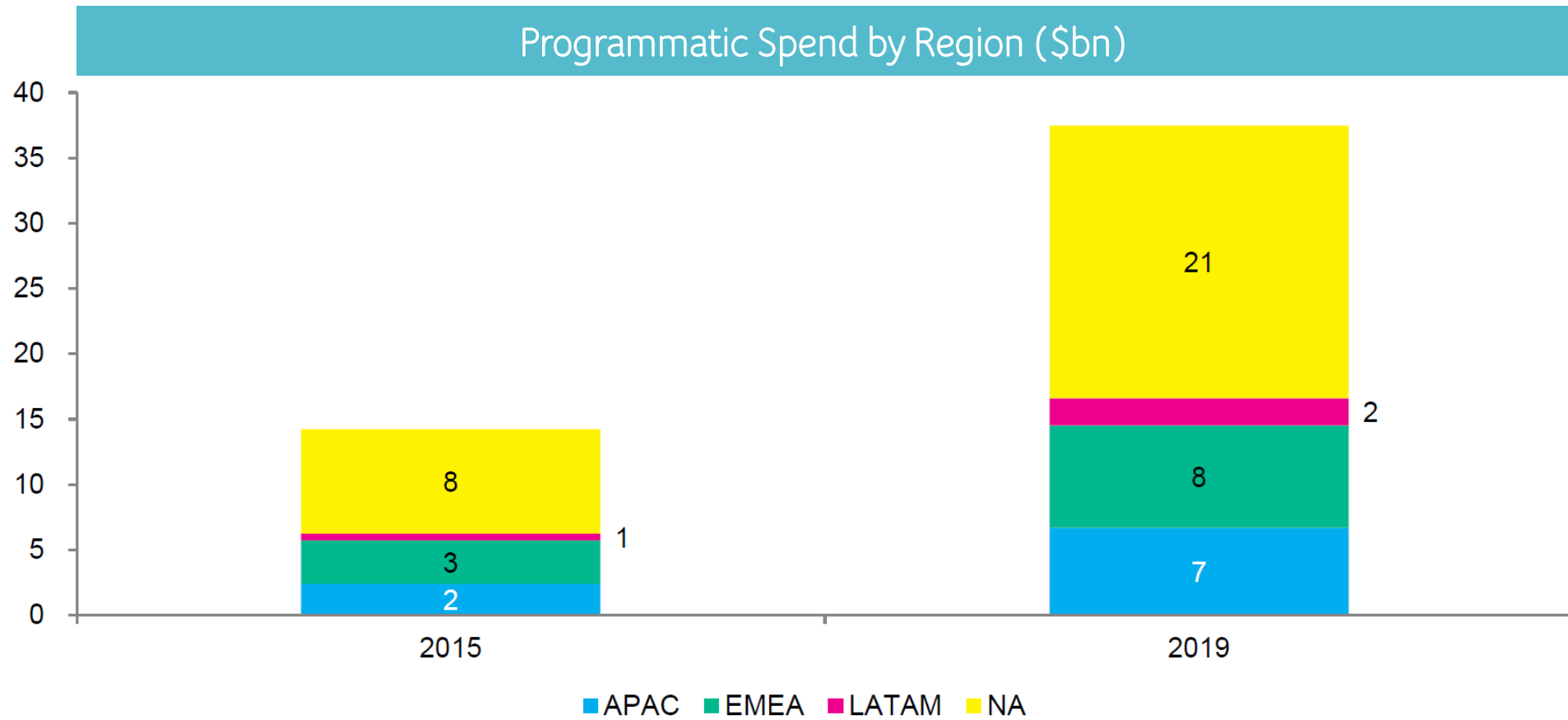
Forrás: MAGNA Global – Programmatic 2015 (Sept)

http://www.kreativ.hu/reklam/cikk/a_programozott_vasarlasrol_adott_ki_elorejelzest_a_magna_global



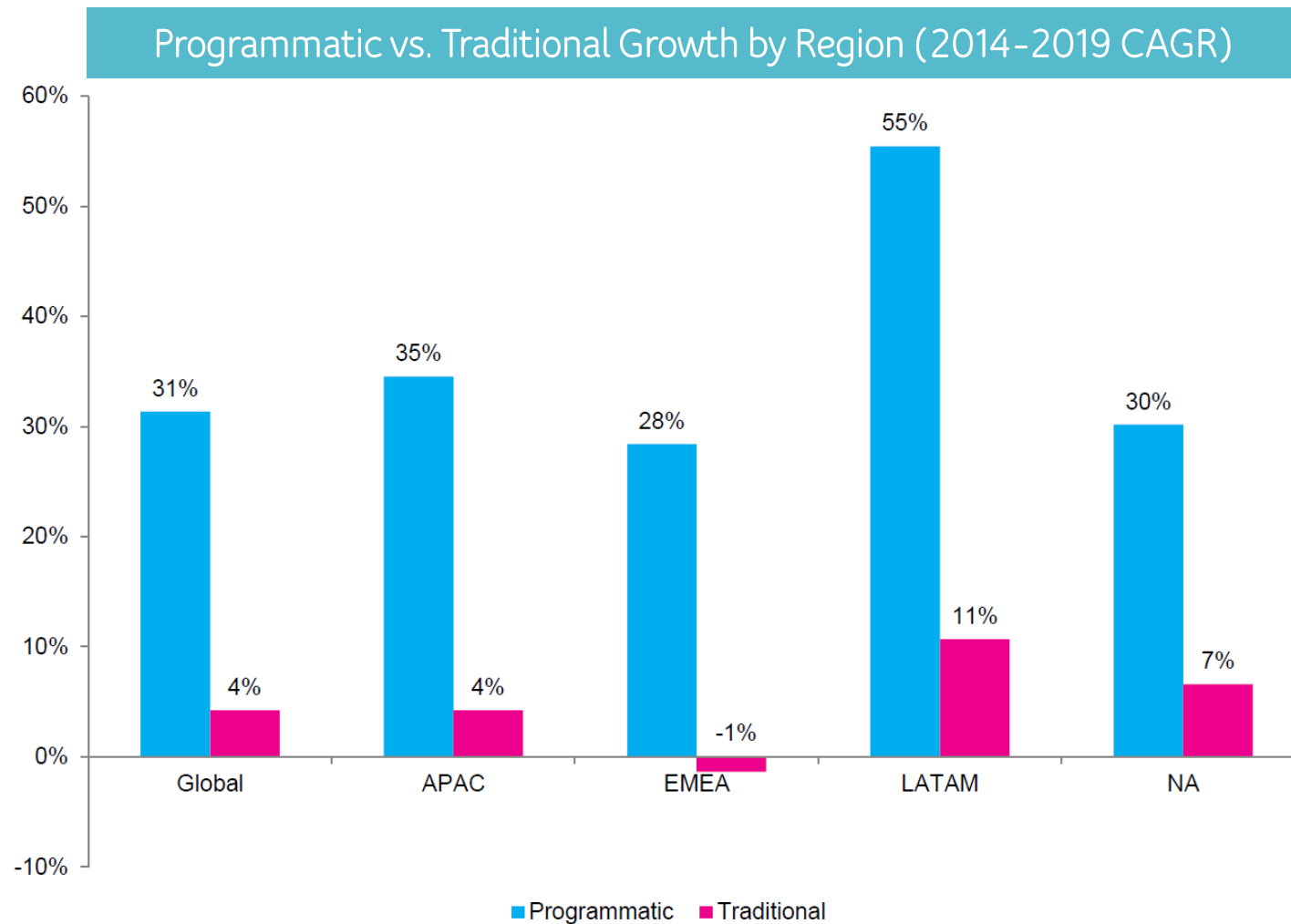
Programmatic költség régiónként

2015 - 2019



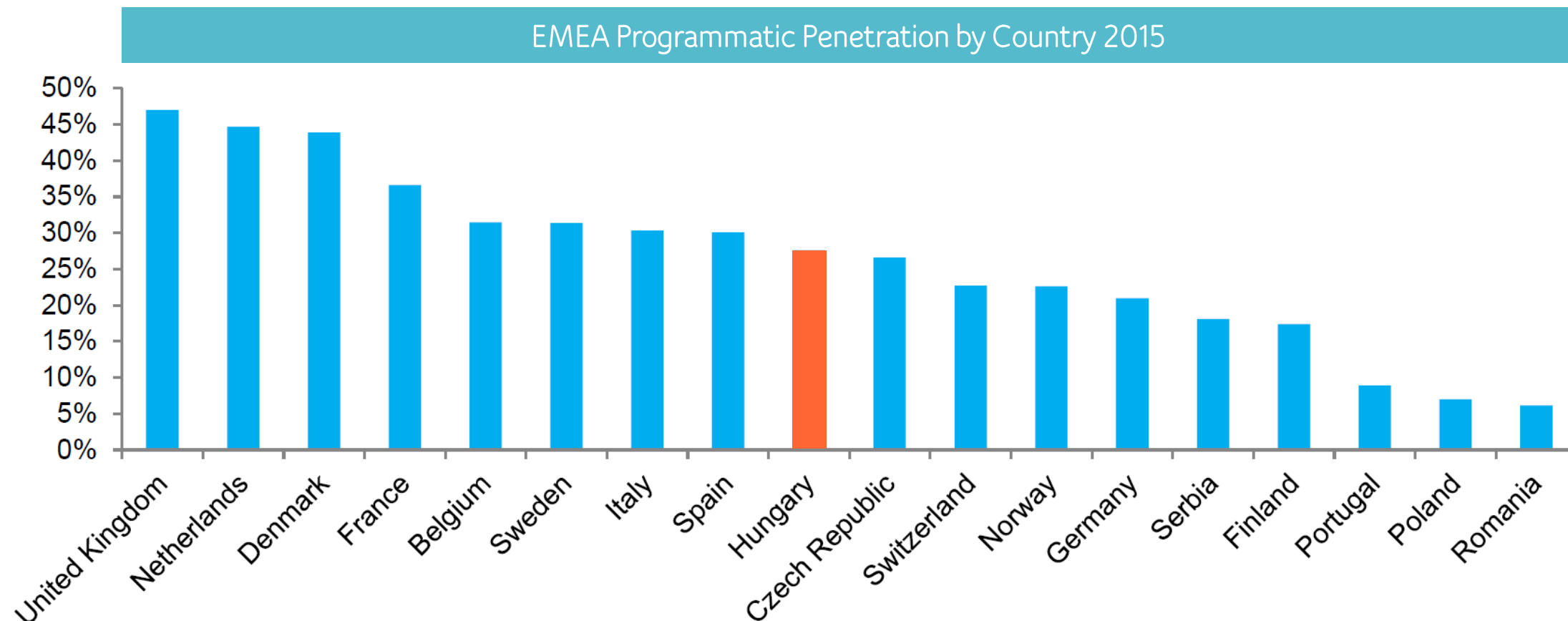
Várható növekedés

Programmatic vs. tradicionális



Programmatic penetráció

EMEA régió

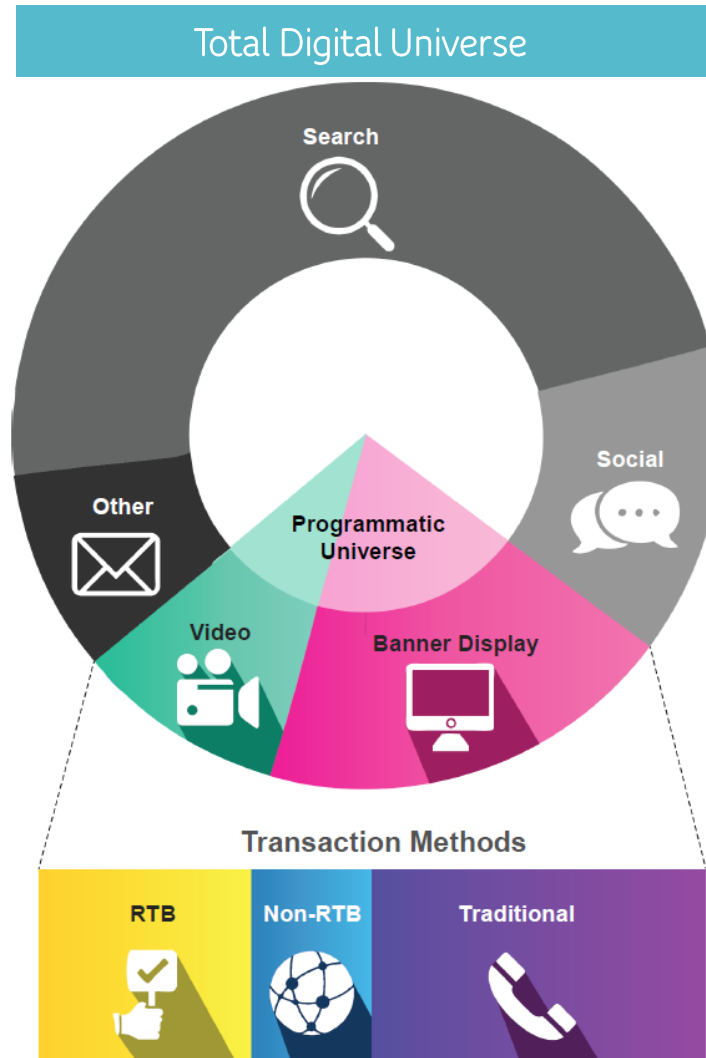


Section 2:

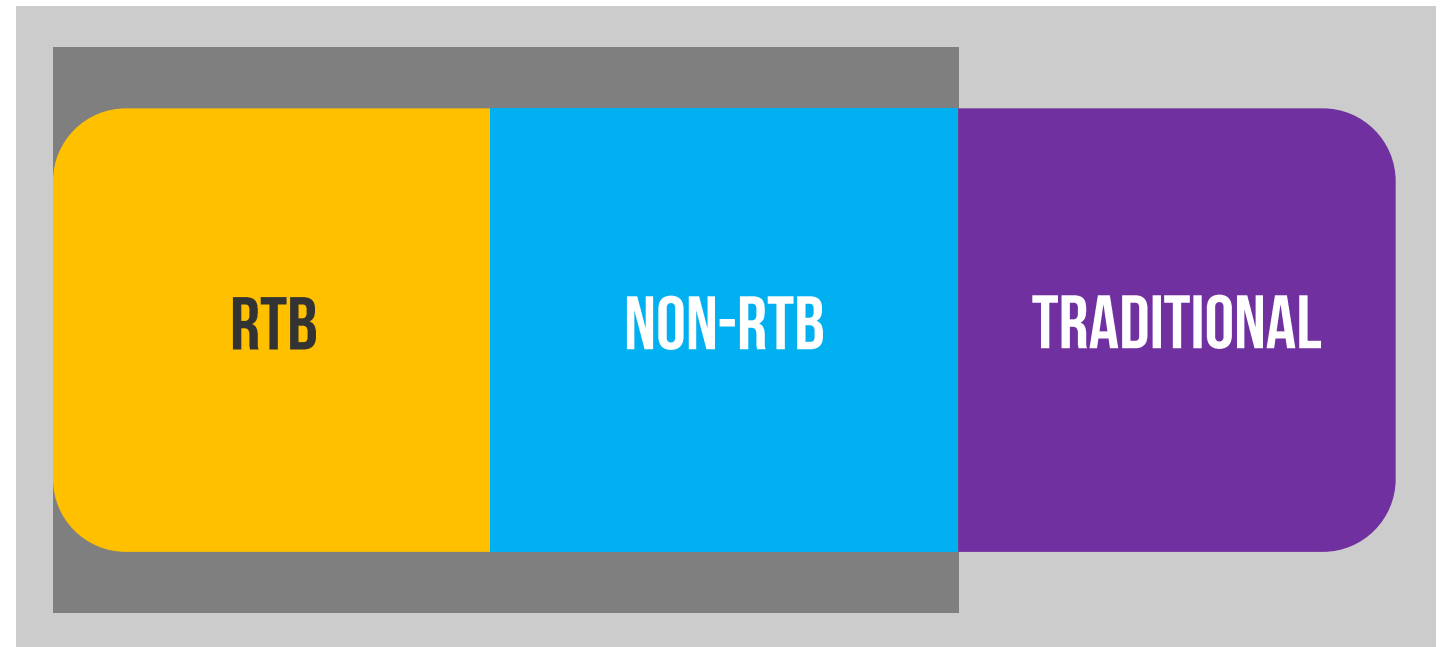
DEFINÍCIÓ



Programmatic univerzum



A programmatic univerzum a teljes digitális költésen belül csak a display (banner) és video költést tartalmazza.



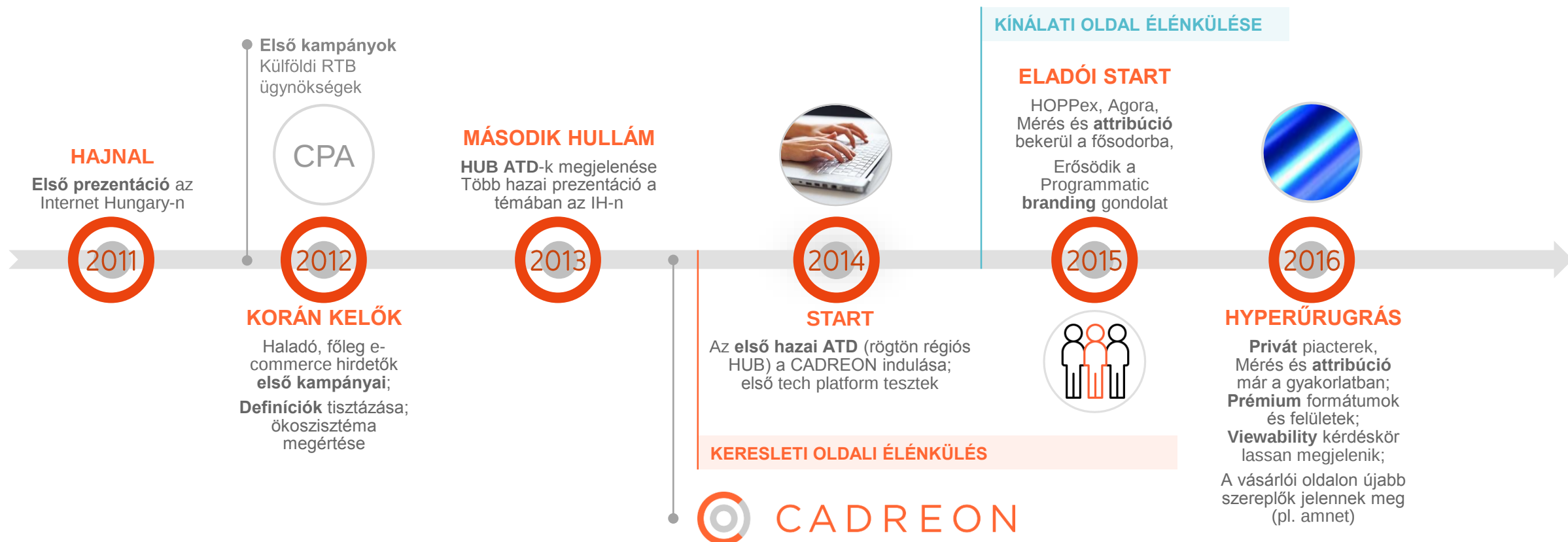
Section 3:

ÖKOSZISZTÉMA



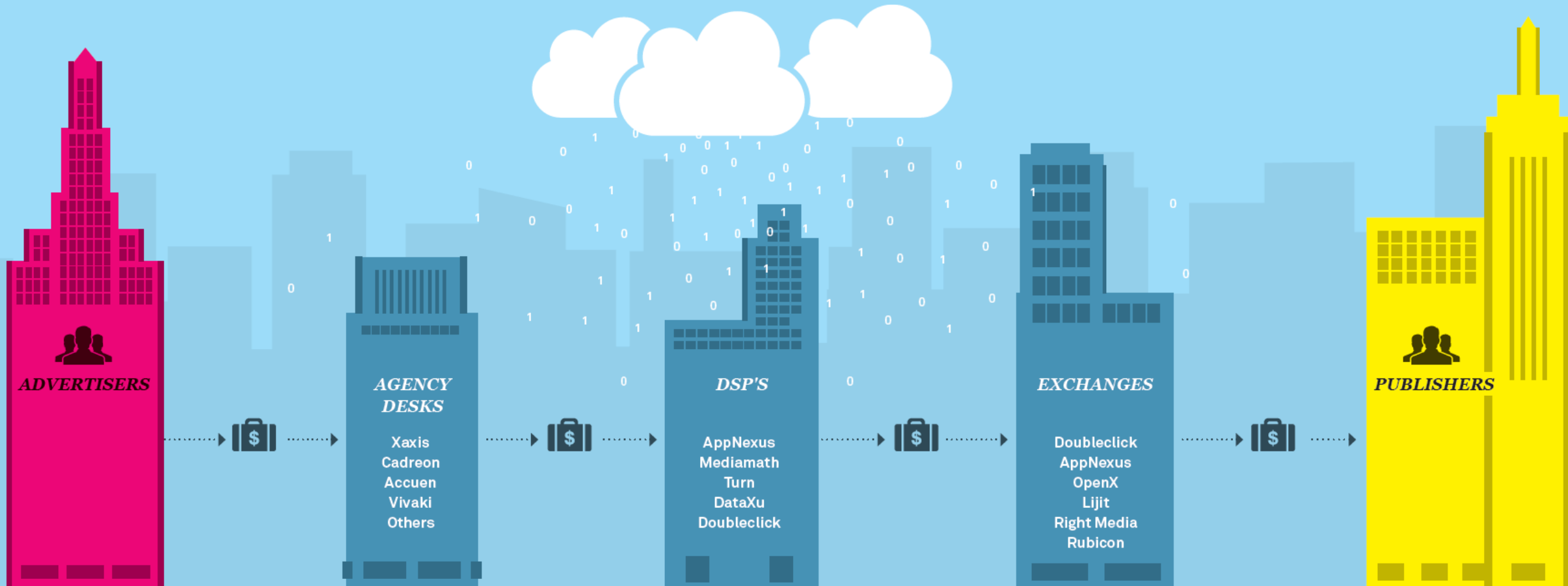
Programmatic evolúció Magyarországon

2011-2016





Programmatic landscape



Adat, adat, adat

CADREON Data Stack (US)

Demo and Geo	Lifestyle and Context	Social	Vertical	Intent and In-Market	Search	Buying Power	Look and Act Alike	Custom and CRM
Axiom BlueKai Datalogix Exelate Experian Forbes Lotame MasterCard Nielsen Targus Info V12	Aol Axiom BlueKai Datalogix eBureau Exelate Experian Forbes HighGear MasterCard Nielsen Quantcast Targus Info V12	Clearspring Lotame Peerset 33Across	Aol Bizo BlueKai Clearspring Datalogix Exelate Forbes HighGear Nielsen Polk	Aol BlueKai Exelate Forbes HighGear MasterCard Nielsen Targus Info V12	Clearspring Magnetic ShareThis	Axiom eBureau Forbes IXI MasterCard Nielsen Targus Info	Datalogix Quantcast xGraph	Aol Akamai Axiom Datalogix eBureau Experian Forbes MasterCard Nielsen Quantcast Targus Info xGraph



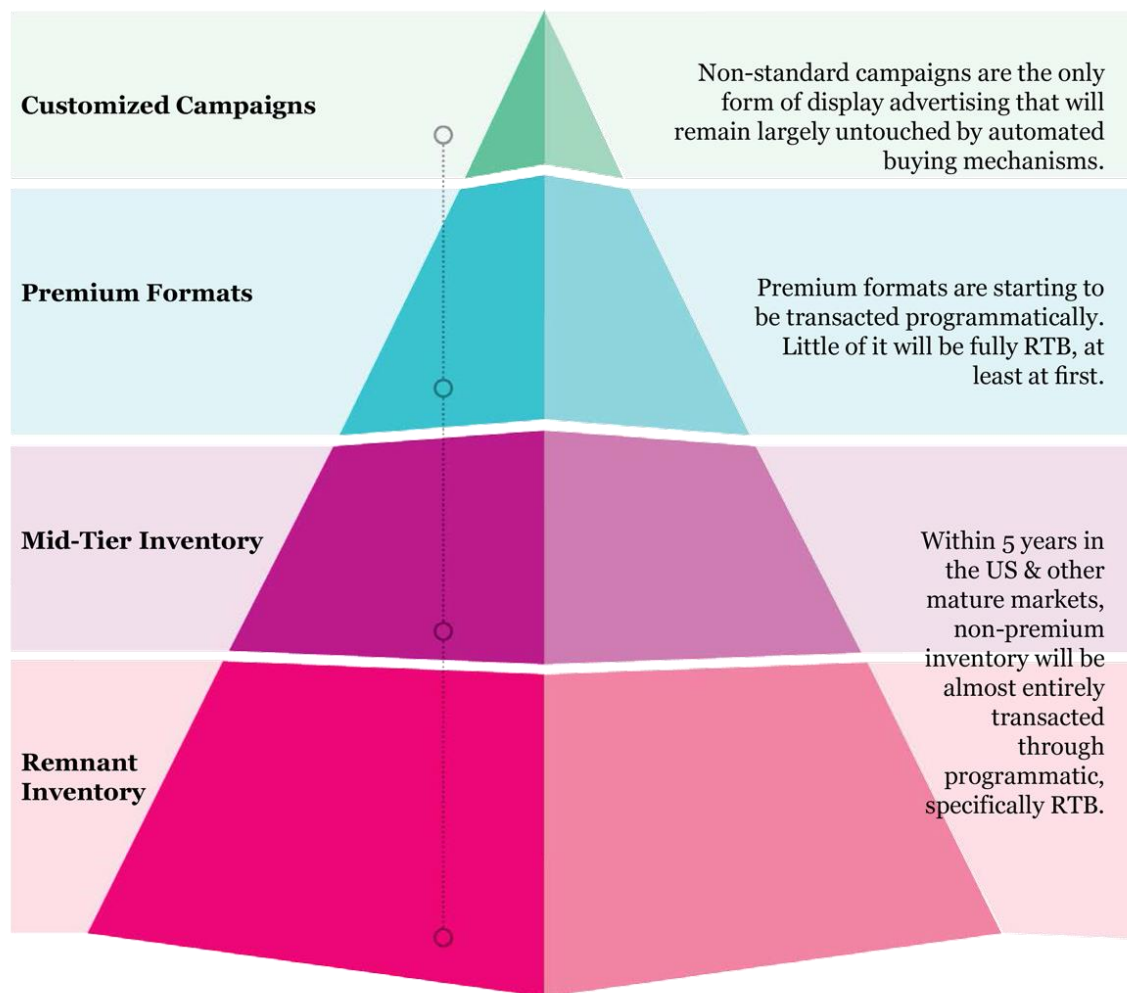


Section 4:

INVENTORY



Inventory evolúció



Nehezen automatizálható felületek

Prémium felületek / formátumok

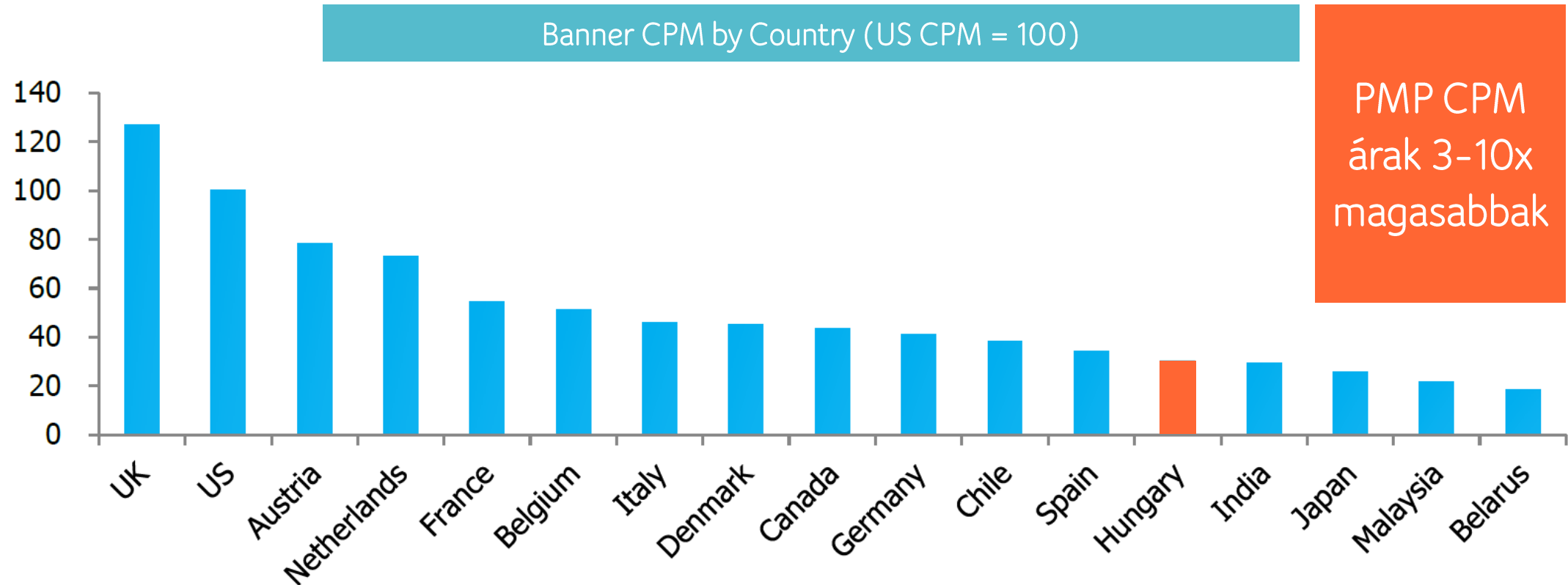
Nem a legértékesebb pl. MPU-k

„maradék”, lap alja

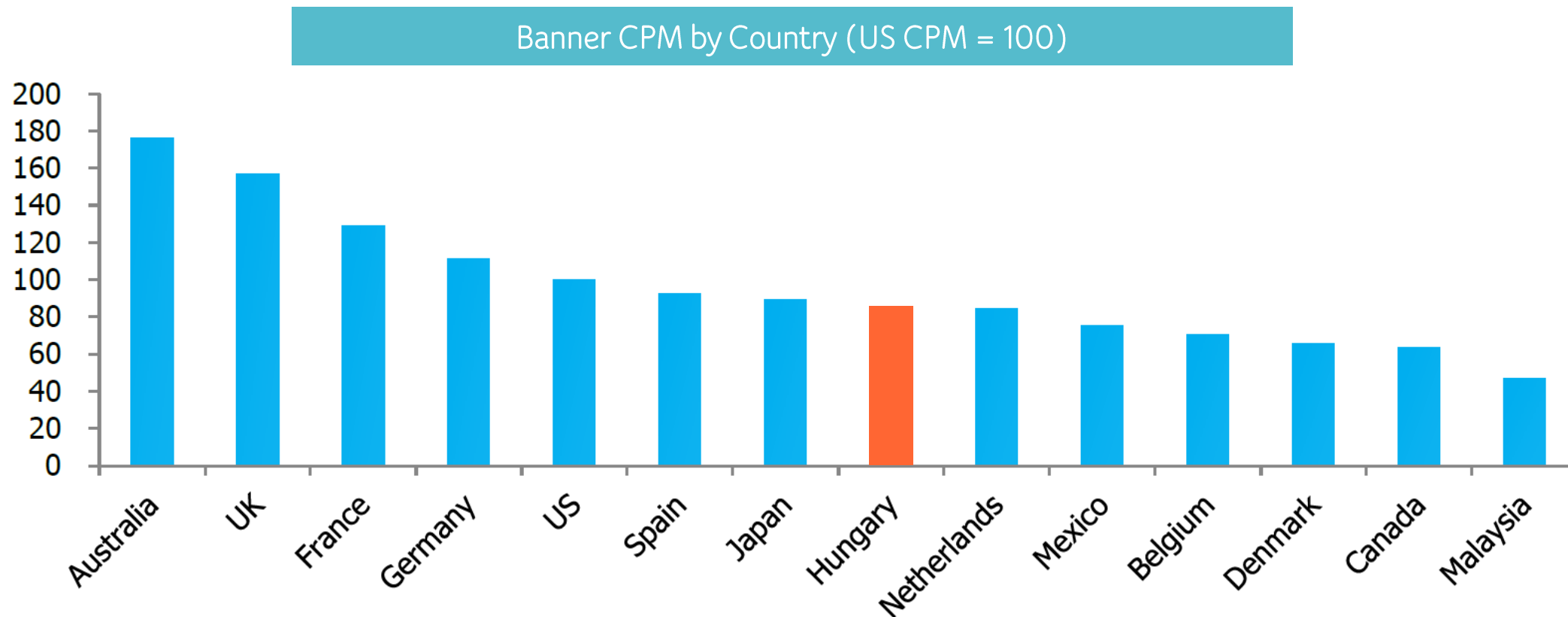
Forrás: MAGNA Global – Programmatic 2015 – The Path Forward (May 2015)



CPM árak (banner)



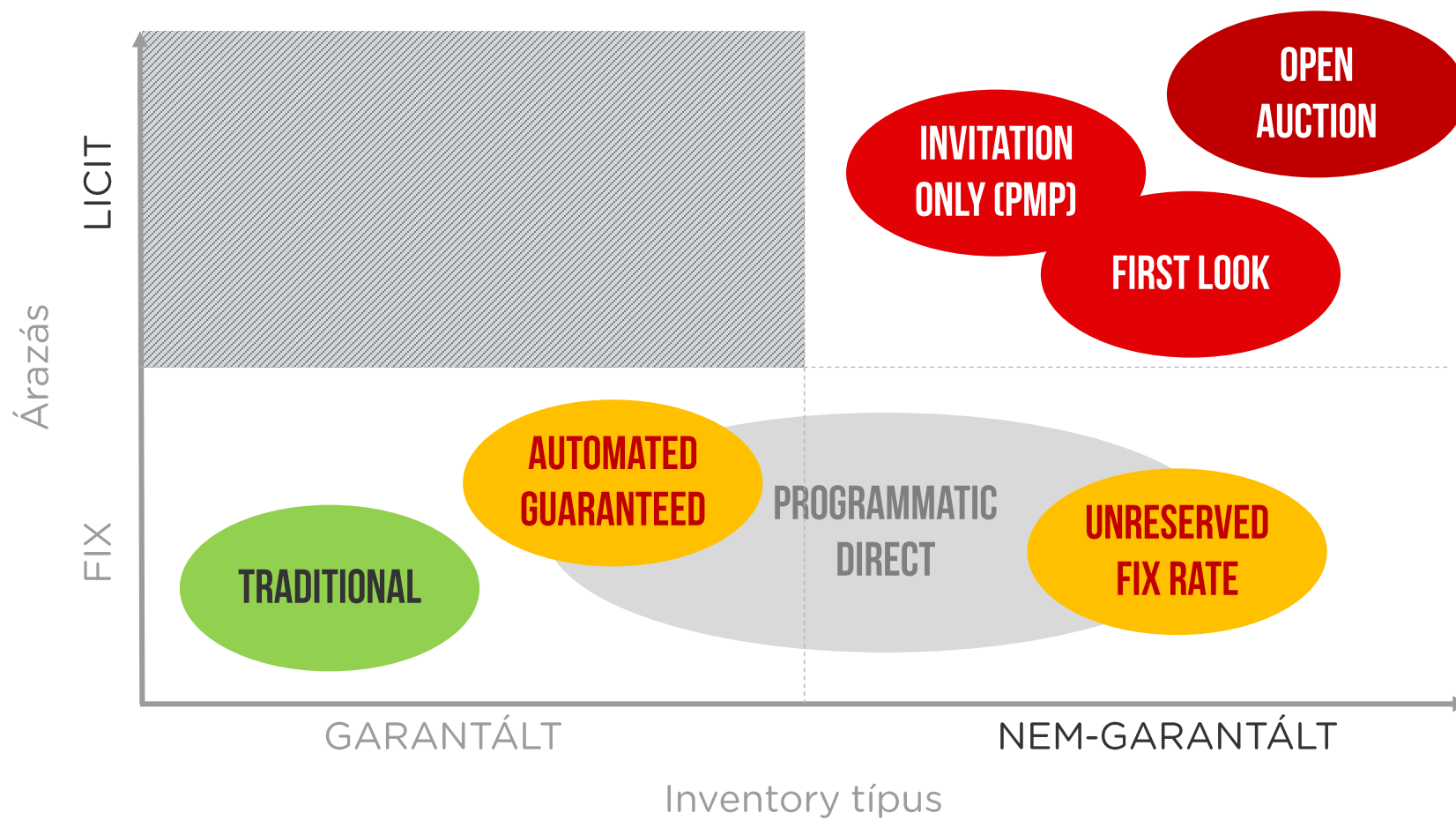
CPM árák (video)



Section 5:

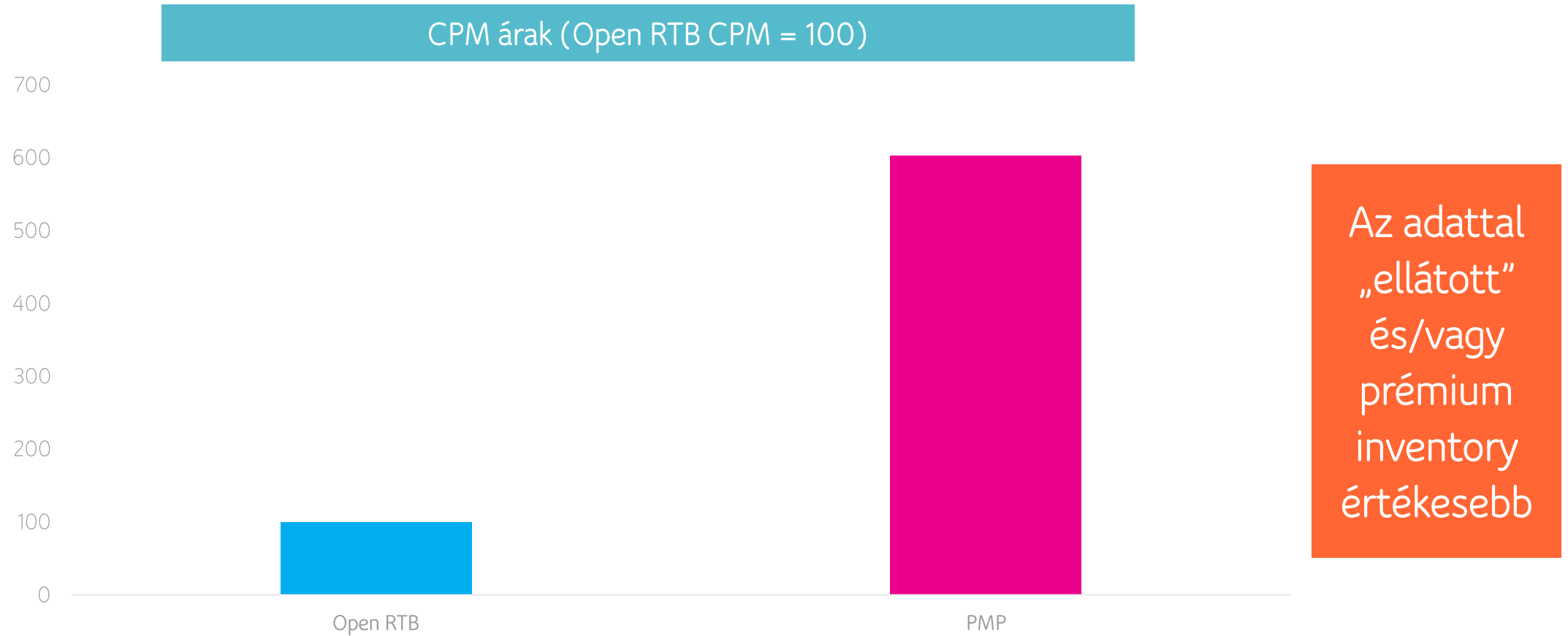
TRANZAKCIÓS TÍPUSOK

Tranzakciós típusok



CPM árak – open market vs PMP

Magyarország

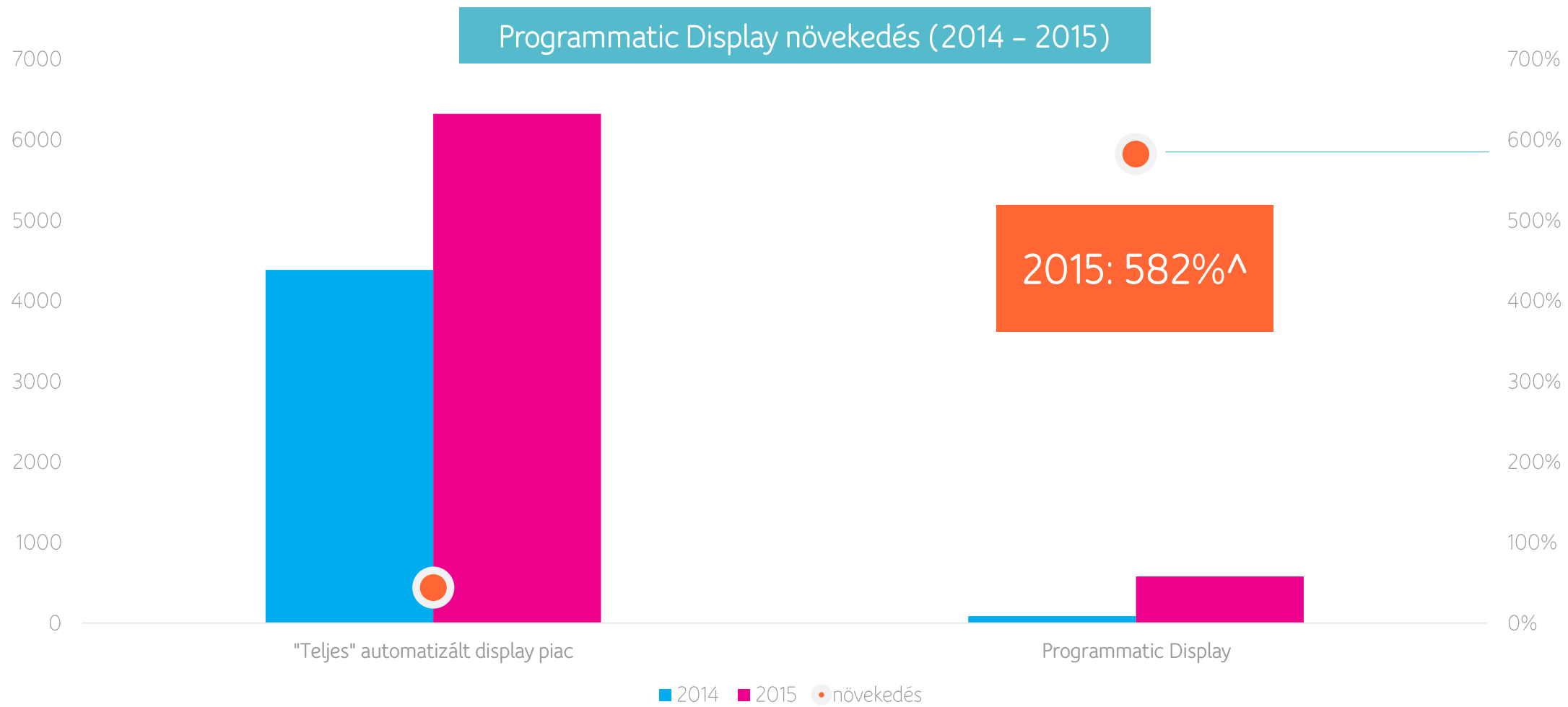


Section 6:

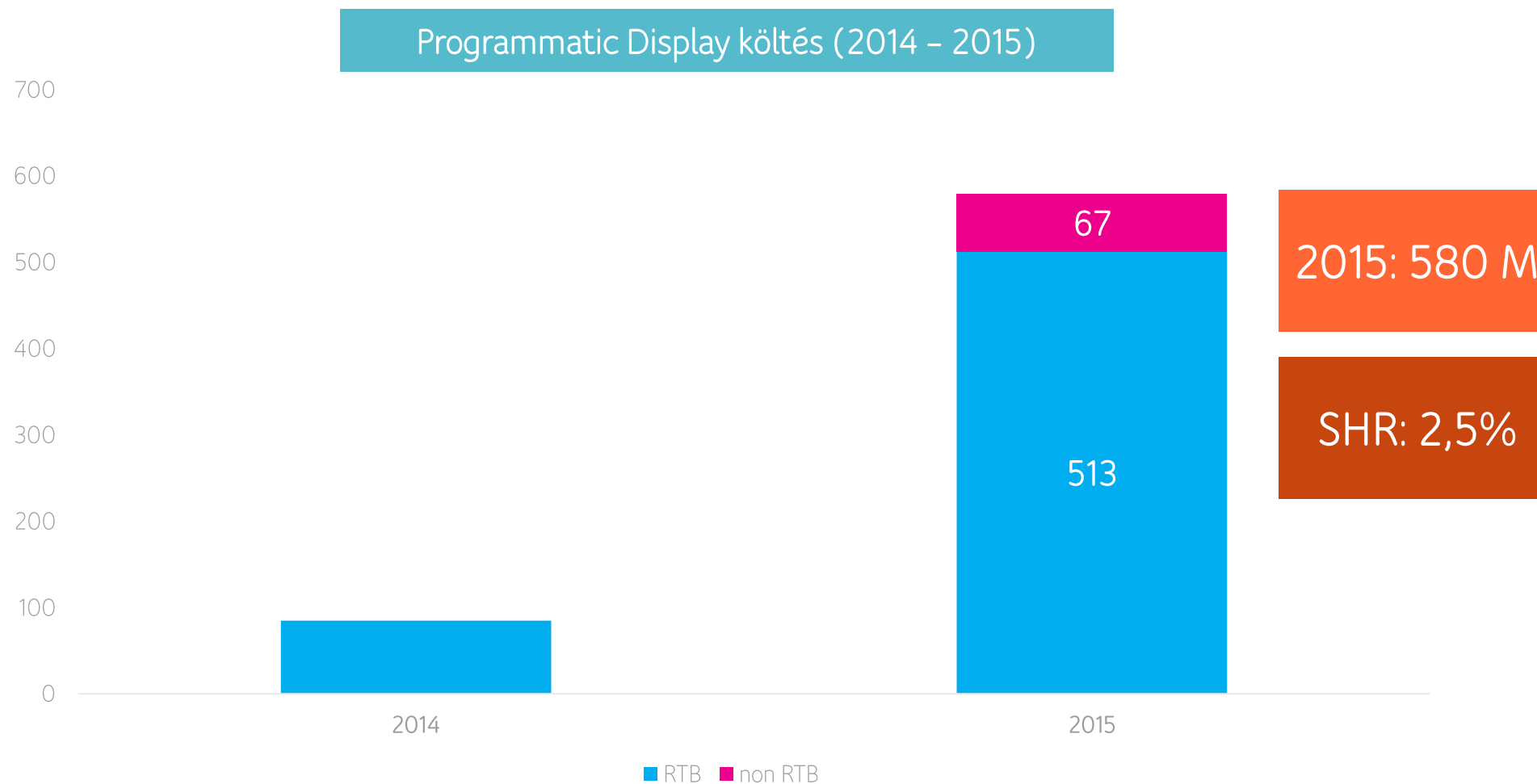
PIACMÉRÉ



Növekedés (IAB AdEx 2014 és 2015)



Piacméret (IAB AdEx 2014 és 2015)



Section 7:

KIHÍVÁSOK, LEHETŐSÉGEK



Kihívások és lehetőségek a hazai Programmaticban

- 2016-ban az **ügynökségek magasabb fokozatba** kapcsolnak (amnet, Xaxis, stb.)
- A piaci szereplők **jelentős növekedést** várnak, kiadói oldalon legalább 4x-es bevétel növekedést
- Bővülnek a **private auction-ök** és akár **prefered deal-ek** is kötődnek
- **Nő** az elérhető **inventory mennyisége** (új belépők is) és **minősége** (prémium, rich media, stb.)
- Prémium felületek, **prémium áron**



Kihívások és lehetőségek a hazai Programmaticban

- A hirdetés megjelenés mellett az **adat** (önmagában) is **értékesítésre** kerül(het)
- A minőségi inventory és a jó minőségű (branding) PMP-k hatására növekszik a **branding típusú hirdetések** száma és aránya
- A nagyobb inventory tulajdonosok a jobban jövedelmező, kontrollálhatóbb Programmatic piactereket részesítik előnyben a GDN-nel szemben
- Hazai Programmatic **case study-k** szükségesek a megfelelő **KPI-ok** (sikerességi mutatók) meghatározása mellett
- Definíciós kérdések tisztázása



Köszönöm a figyelmet!

Contact:

Erős Attila

+36 70 395 30 48

attila.eros@fastbridge.hu

Vajdahunyad utca 33-43.

Budapest, 1082

www.cadreon.hu

www.cadreon.com

www.fastbridge.hu

