



**IAB Sverige -
Realtidsstudie av
Programmatic i Sverige 2016
Köpare**

Vad har vi gjort?

- Frågorna framtagna av IAB Sverige Task Force Programmatic
- Mediebyråer har tillfrågats
- Online svarsformulär
- Fokus på Rich media
- Representanter från 18 mediebyråer har svarat
- Bedömt att det är relevant bild av marknaden just nu

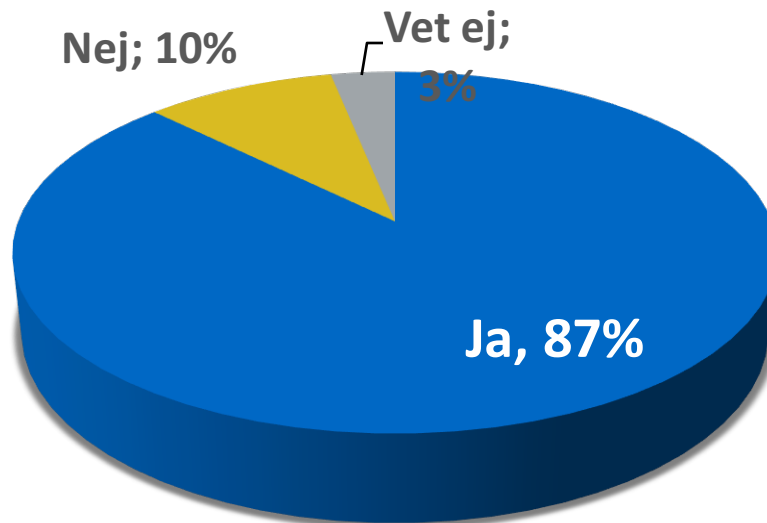
Svarat
3Kronor
Amnet
Anegy
BizkitHavaz
Bright Media
Carat
Factory FB
IUM
MASH
Maxusglobal
MEC
Mediacom
Millstone
Mindshare
OMD
Phd
Scream
Starcom
Vizeum

KÖPARE

Berikar ni annonsvisningarna med användardata via programmatic?

(tex via DMP, inloggningsdata eller beteendedata).

DMP = Teknisk plattform som aggregerar och administrerar användardata (cookies)

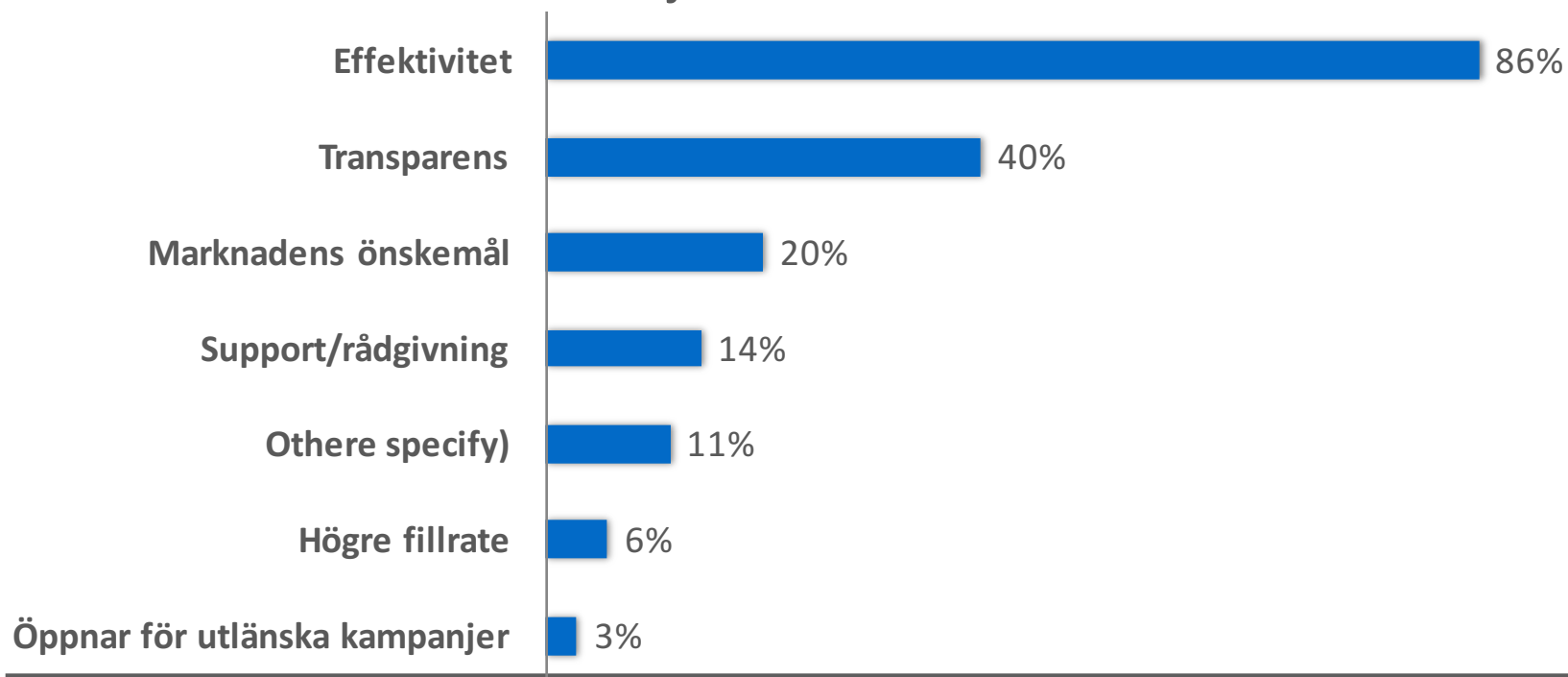


KÖPARE

Vad är de främsta skälen till att ni har en DSP?

2

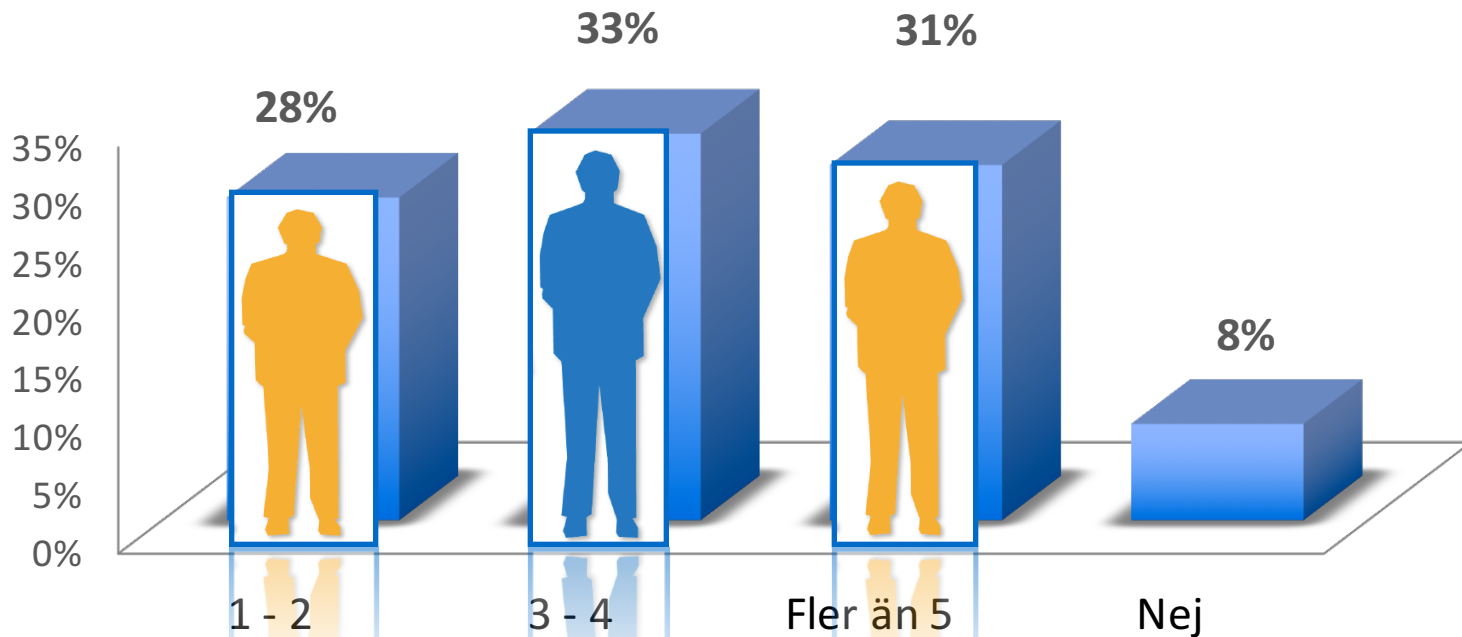
Välj max två alternativ



KÖPARE

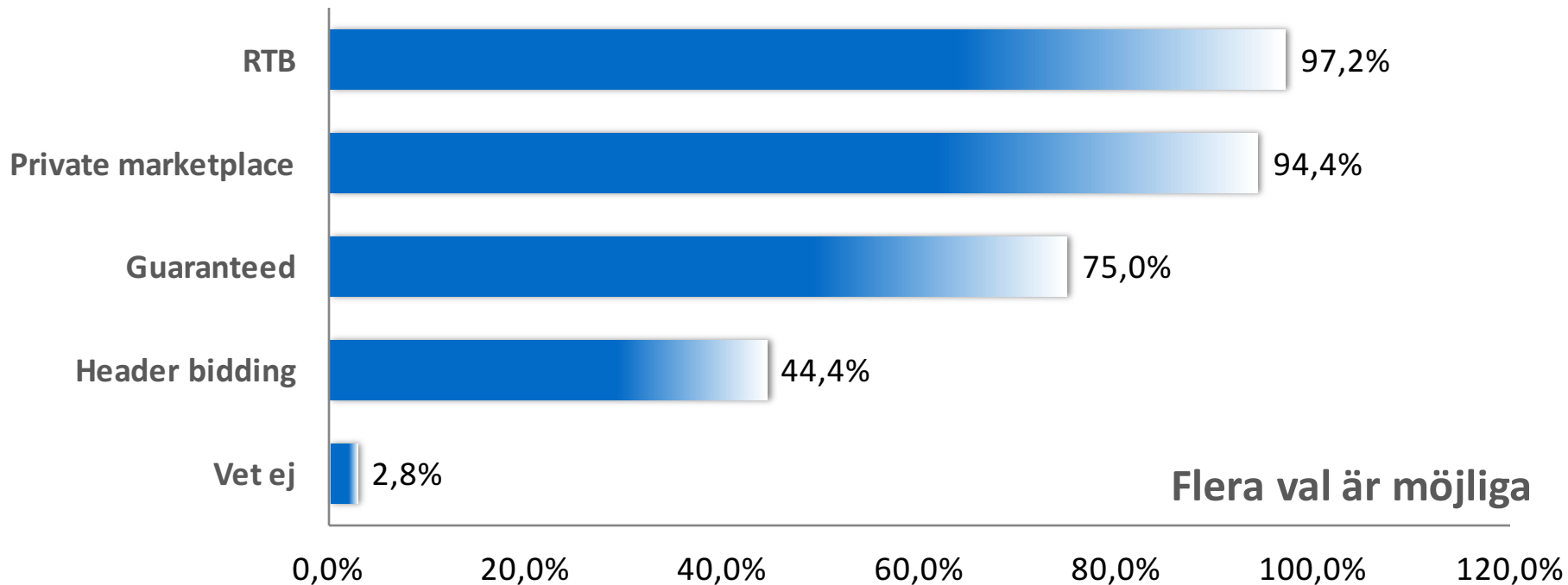
Hur många har ni rekryterat för att hantera programmatic de senaste året?

3



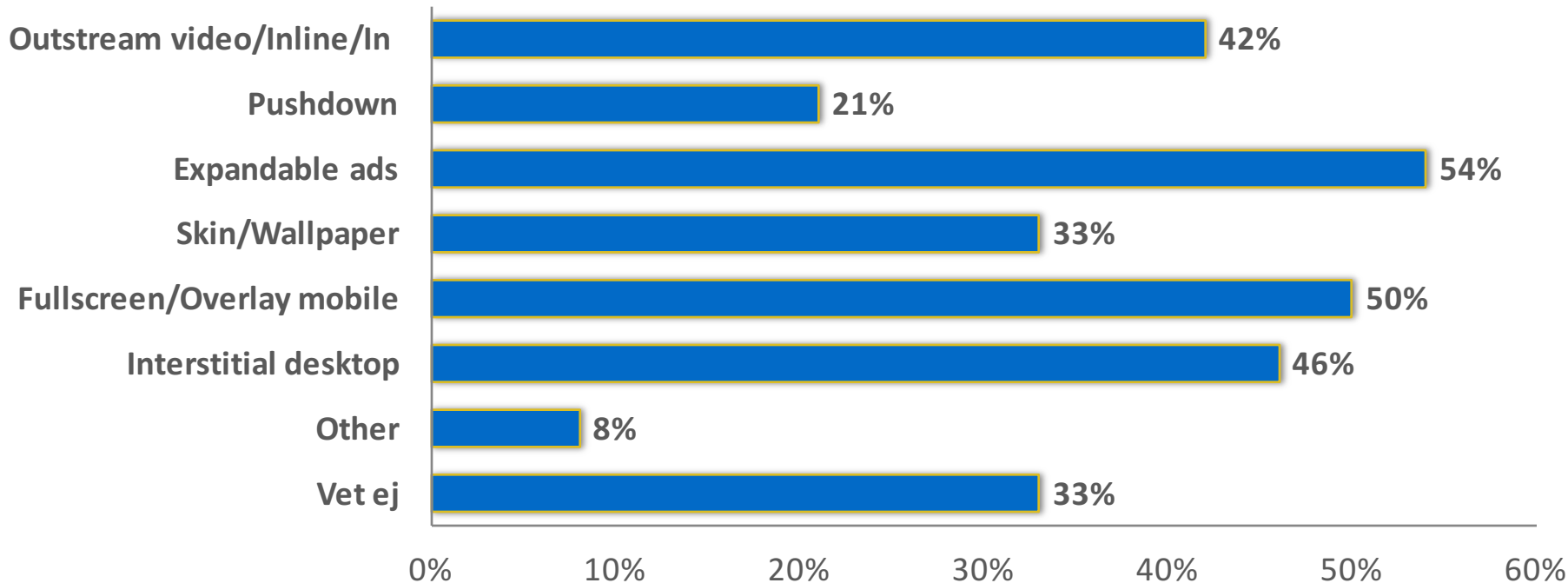
KÖPARE

Vilka olika typer av programmatic använder ni er av?



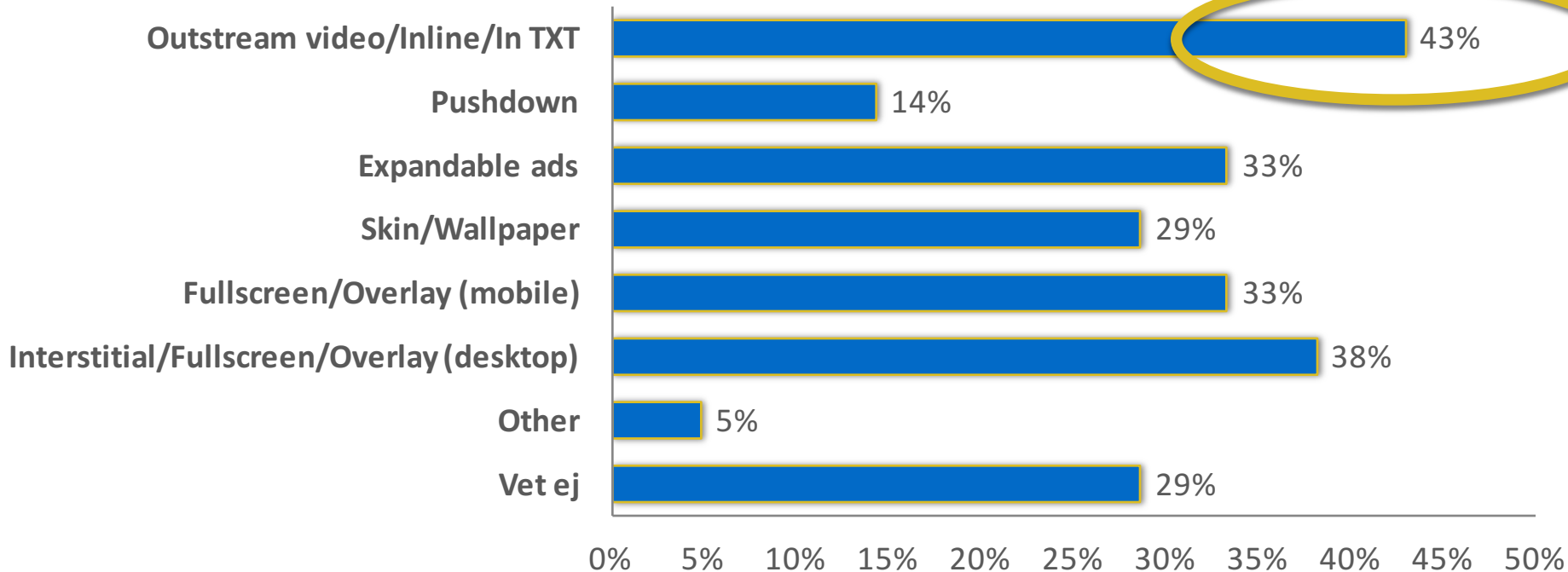
KÖPARE

Vilka av följande format kan ni köpa programmatiskt i nuläget?



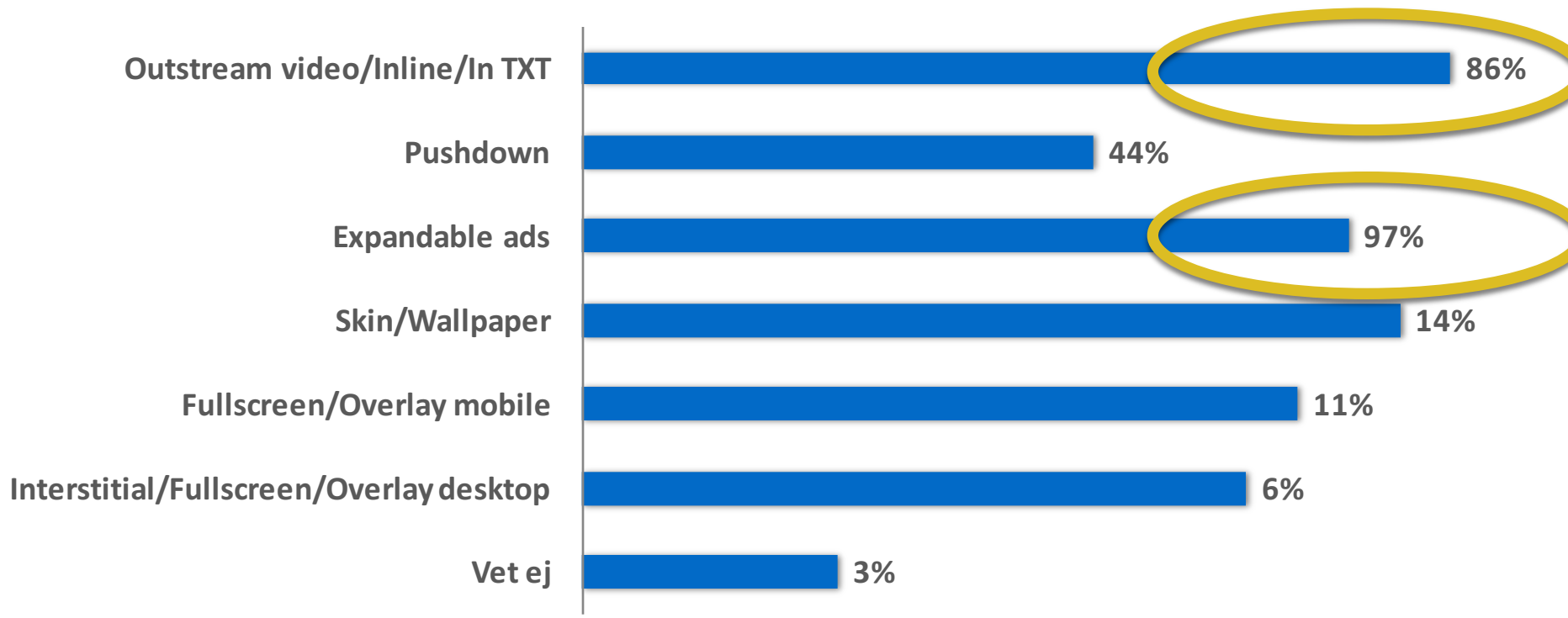
KÖPARE

Vilka av följande format har ni köpt?



KÖPARE

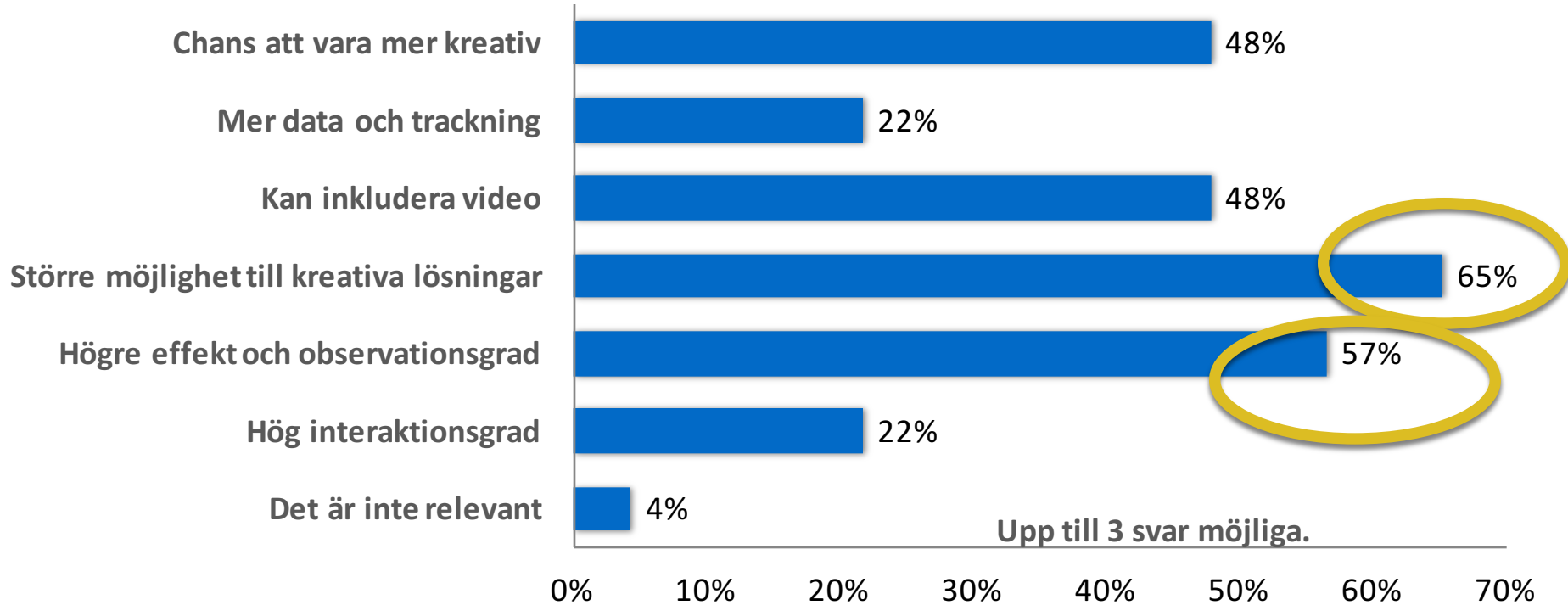
Vilka av följande format vill ni köpa programmatiskt?



KÖPARE

Varför är det relevant för er att köpa rich media format?

8



KÖPARE

10

Vad hindrar er från att köpa mera rich media/impact format programmatiskt? (frisvar)

- Ej möjligt på alla sajter
- Begränsade budgetar,
- Alltid det första som ryker för kunder
- Utbudet tekniska begränsningar/oklart vad som är möjligt
- Utbudet
- Annonproduktion, behöver mer värumärkebuggandekampanjer
- Mediernas teknik som inte gör det möjligt att köpa
- Vikt
- Reklambyrån erbjuds ej från publicisterna
- Tillgängligt rich media inventory begränsat inventory



Vilka faktorer är viktiga för att främja utvecklingen av rich media/impact format programmatiskt?

- Lättare att kombinera surveys med digitala kampanjer
- Att medier öppnar upp enkelhet och tydlighet/enhetlighet hos svenska publicister
- Produktionskvalitet
- Att medierna tillgängliggör rich media-format rent tekniskt så de går att köpa programmatiskt, vilket få gör i dagsläget.
- Sajter som har muskler att bära acceptera tyngre material
- Öka kunskapen
- Förflytta fler av de klassiska io bokningarna till programmatiskt för att ta del av alla fördlar.
- Globalt frekvenstak,
- 1:a/3:e parts datastyrningar osv



TACK!

Charlotte.thur@iabsverige.se
www.iabsverige.se