



Контакты для прессы:

Диана Лазаренко

diana_l@bumanmedia.ru

+7 (962) 915 88 23

MediaHills объявляет о запуске системы мониторинга телевизионной рекламы

Таким образом компания завершает процесс создания крупнейшей в России сети телеизмерений

Москва, 27 февраля 2017 года – [MediaHills](http://MediaHills.ru), российская аналитическая компания, которая занимается анализом телеаудитории, объявила о запуске системы мониторинга телевизионной рекламы «Следопыт». Аппаратно-программное решение автоматического мониторинга выходящих рекламных роликов (измерительный Зонд) было создано в Новосибирском центре разработок компании. Оно позволит мониторить эфир телеканалов и автоматически определять появление рекламных роликов.

В режиме реального времени на территории выбранных городов комплекс будет анализировать телевизионный эфир и автоматически определять момент, когда на экране появляется рекламный ролик. Каждое видео в системе содержит описание рекламодателя и относится к определённым категориям, например, алкоголь, продукты, одежда (всего их насчитывается более 1300).

Решение «Следопыт» будет работать совместно с системой телеизмерений, которая уже собирает данные по телесмотрению на территории 42 городов России. Это позволит отслеживать реальную аудиторию просмотра каждого ролика. Благодаря современным разработкам, данные можно будет получить уже через 3 часа после выхода ролика в эфир. Получаемая информация позволит компаниям точнее ориентироваться на свою целевую аудиторию и эффективнее размещать собственную рекламу на телевидении.

На сегодняшний день по заказу MediaHills уже изготовлен 31 измерительный Зонд. В Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Сочи эта система уже запущена в тестовом режиме. При этом, на начальном этапе, который продлится до конца весны 2017 года, планируется запустить систему мониторинга в 20-25 городах. В первую очередь мониторинг будет осуществляться в крупных городах, где автоматические измерения телевизионной аудитории на текущий момент отсутствуют.

«Для нас запуск комплекса «Следопыт» – важный шаг на пути к созданию комплексной системы телеизмерений. Решение позволит эффективнее и точнее изучать состав и предпочтения аудитории телеканалов. Возьмем для примера рекламу йогурта. С помощью нашей системы возможно будет узнать, что в Екатеринбурге ее просмотрели, условно, 47 562 человека, из которых 29 464 – женщины и 18 098 – мужчины, – прокомментировал Андрей Бояринов, генеральный директор компании MediaHills. – Комплекс создавался на базе исключительно собственных разработок, что позволяет его назвать по-настоящему российским инновационным решением».

Запуск системы мониторинга рекламных роликов является вторым этапом на пути к созданию комплексной системы телеизмерений. Первая стадия заключалась в запуске измерения телеаудитории в 42 городах России. В своей работе MediaHills не использует пиплметры. Компания руководствуется данными, получаемыми с приставок IPTV, для чего было осуществлено подключение к более чем 200 операторам на территории России. Такая приставка автоматически отправляет информацию о просмотренных каналах на сервер, где полученные данные анализируются и формируются в отчеты. На сегодняшний день

телеизмерительная панель MediaHills охватывает более 80 тыс. домохозяйств на территории 42 городов.

О компании MediaHills

MediaHills (АО «МЕДИА ХИЛС») – российская аналитическая компания, которая проводит измерения телевизионной аудитории на основании собственной измерительной панели. Охват составляет более 80 тыс. домохозяйств в 42 российских городах, к лету 2017 года планируется расширить панель до 300-400 тыс. домохозяйств. На основании получаемых данных, дополнительно компания занимается прогнозированием поведения абонентов.

