

Boris Levitan
founder, CEO
boris@immetrica.com
mobile +1 857 891 4000
office +1 617 731 8039
Skype live:immetrica | WhatsApp | Telegram | Viber

Immetrica, Inc.
36 Bellvista Road, unit 16
Brighton, MA 02135
USA



Aldience: cómo funciona y sus principales usos

14 de abril de 2020

Aldience: paso a paso

Immetrica, empresa especializada en sistemas de datos para la medición de audiencias durante más de tres décadas, y eCGlobal Research Solutions, compañía líder en rápido crecimiento, un operador de paneles, desarrollador de tecnología y proveedor de servicios para anunciantes en las Américas, presenta Aldience, un sistema de medición de audiencia audiovisual total de vanguardia.

Aldience mide cualquier contenido audiovisual con sonido reproducido a un volumen distinto de cero: televisión convencional, DVR, VOD (video bajo demanda), OTT, radio, audio digital, publicidad en las redes sociales y en la Web, reproducción en la aplicación, en el hogar o en el móvil, en tiempo real o diferido. Si el contenido puede ser ingerido en tiempo real (como con un canal de televisión o una estación de radio) o por separado (creativos publicitarios, programas OTT y películas), Aldience puede reconocerlo.

Los datos son recopilados por una biblioteca que se integra en una aplicación móvil (tenemos experiencia en varias integraciones de este tipo; en el caso más difícil, lleva varios días). Esto permite que el operador de la aplicación mantenga su aplicación móvil tal como está al agregar la función de recopilar datos audiovisuales.

Reconocemos el contenido (canal de TV / estación de radio, transmisión o publicidad) con una grabación de 5 segundos (identificando un segmento del contenido con una precisión de 1 segundo) cada 10 segundos. Los 5 segundos restantes del ciclo, lanzamos el micrófono para permitir cualquier otro uso del micrófono en un teléfono inteligente o tableta, excepto el teléfono incorporado, que siempre tiene prioridad.

Entonces, en el peor de los casos, para usar el asistente de voz, la aplicación de grabación de sonido o hacer llamadas a través de Skype, WhatsApp y aplicaciones similares, el usuario del dispositivo deberá hacer clic una o dos veces más en el botón de interfaz correspondiente.

El método principal de reconocimiento es la toma de huellas digitales ACR — una función del sonido grabado; Además, si el cliente así lo desea, podemos agregar marcas de agua, una señal a una frecuencia superior al máximo audible para los humanos; Esto permite reconocer no solo el contenido y el canal / estación, sino también la ruta exacta del contenido al oyente, por ejemplo, YouTube o el sitio web o la aplicación móvil de la emisora. El paquete enviado a través de la red es muy pequeño (el conjunto de huellas dactilares en sí es de solo 3 bytes) y solo usa con moderación el plan de datos móviles del oyente. En la actualidad, no mantenemos la conexión de datos abierta mientras el dispositivo móvil está en reposo, sino que guardamos los paquetes de datos hasta la próxima apertura de la red, lo que ocurre incluso una vez

que el teléfono duerme aproximadamente una vez por hora. Por lo tanto, gastamos alrededor del 8-12% de cada carga completa del teléfono inteligente. Si el cliente lo prefiere, podemos mantener la red en funcionamiento constantemente, aumentando ligeramente el consumo de la batería: esto permitirá una recopilación de datos extremadamente rápida, en la que las vistas bidimensionales estarán disponibles unos 15-20 minutos desde el momento de la escucha. Todas las versiones de Android desde 4.4.2¹ a 10 son compatibles. Se está desarrollando una versión de iOS y, si es necesario, probablemente se pueda lanzar a finales de año.

Los datos del sistema ACR, especialmente con la medición en un dispositivo móvil, se ven significativamente diferentes a los datos de personas-metros o RPD (datos de ruta de retorno de STB de operadores de televisión de pago): son unidimensionales (5 segundos)), deben permitir el reconocimiento de fuentes adicionales de sonido (los dispositivos móviles se utilizan cada vez más al mismo tiempo que un televisor o una computadora para ver contenido diferente, especialmente publicidad, que se distribuye cada vez más en las redes sociales y en línea, donde a menudo no se encuentra en medio de otros contenidos audiovisuales), y no se pueden usar sin procesar (los detalles del procesamiento aplicado están disponibles bajo NDA). Utilizamos nuestra experiencia significativa en la creación de sistemas para procesar datos de medición de audiencia entre la recopilación y el análisis, y creamos un sistema de procesamiento no trivial, meticulosamente pensado y cuidadosamente probado específicamente para garantizar la calidad de los resultados que proporcionamos en forma de eventos de visualización dos-dimensionales e informes estándar. Pronto lanzaremos una interfaz Web para consultas analíticas de los usuarios. Además, ya existe un conjunto de sistemas que proporcionan calidad y contexto: gestión de datos demográficos, balanceo y ponderación demográfica de muestra, cálculo intab, fuente de señal, VOD / OTT y gestión creativa publicitaria, gestión de programación de programas de transmisión, descubrimiento automatizado de contenido del operador OTT (Netflix , Amazon Prime Video, Hulu, Disney +, Apple TV + y otros), ingestión masiva de contenido OTT a escala en la biblioteca ACR, envío automático de creatividades publicitarias a la biblioteca ACR y múltiples sistemas de alerta que protegen el funcionamiento normal de varios componentes del servicio.

Nuestro ACR es uno de los de mayor calidad en el mundo y, con la organización competente de seguimiento de referencia de canales de TV / estaciones de radio, rara vez omite ciclos de 10 segundos, incluso si el teléfono inteligente se coloca en una funda protectora y se deja caer en el bolsillo de una chaqueta. Cuando el teléfono está a dos metros de distancia en otra habitación con la puerta abierta, se producen saltos en el reconocimiento, pero nuestro sistema de procesamiento los maneja fácilmente. En un edificio silencioso, el reconocimiento se comprobó incluso cuando el teléfono inteligente y la fuente de sonido estaban en los pisos vecinos, y cuando el volumen del altavoz estaba en un nivel mínimo. Bill Harvey, un experto destacado de medición de audiencia audiovisual de EE. UU. y uno de los principales motivos de la ARF (Advertising

¹ En combinación con las aplicaciones estándar de eCGlobal, la versión mínima admitida es Android 5.

Research Foundation), ha examinado nuestros datos y ha proclamado que nuestro sistema es el mejor disponible.

Nuestro proveedor de ACR no solo es uno de los mejores, sino probablemente el más asequible. Nuestra empresa tiene un acuerdo especial con ella, que reduce aún más el costo y, en consecuencia, el precio por el que podemos trabajar. Por lo tanto, podemos ser la solución más asequible en casi cualquier territorio y entorno.

Usos principales para operadores de televisión paga

- Medición de TV / VOD / OTT en su sistema y opcionalmente en el mercado en general
- Mide la visión de sus suscriptores de que RPD no lo hace: servicios VOD y OTT no controlados directamente por usted o aquellos que no están suscritos a través de usted; entienda lo que están viendo sus suscriptores y dónde lo están viendo; usar todos los datos disponibles para evitar la cancelación de la suscripción
- Ver personal de verdad, en lugar de una posible visualización (que puede ser sintonizar sin ver) en decodificadores RPD que tal vez ni siquiera sea posible agregar a los hogares puede demostrar su audiencia fuera de la televisión clásica
- No hay problemas con la distribución desigual de los STB de RPD en su base de suscriptores (por ejemplo, donde RPD podría existir solo en los modelos STB de los planes de gama alta, o solo en los más nuevos)
- Costos mucho más bajos que comenzar su propio servicio RPD; a menudo, menos costoso que los costos operativos del servicio RPD existente
- Medición que le permite vender sus minutos de inserción con un contexto demográfico completo y a un precio más alto, y combinar minutos en diferentes canales para campañas más grandes
- Recopilación de datos detallados del comportamiento del consumidor (compras, intención de compra, lealtad de marca, etc.) *ad hoc* por campana
- Una gran cantidad de datos de consumidores recolectados previamente
- Verificación de reproducción de anuncios publicitarios insertados por su sistema

Servicios de eCGlobal

- Para sus anunciantes, múltiples KPI, ROI, recorrido completo del consumidor y prueba del efecto de la campaña en las ventas. eCGlobal, que presta servicios a numerosas marcas líder de CPG y marketing intensivo en toda América Latina, ha demostrado su gran trabajo con Coca-Cola Brasil el año pasado
- Para sus propios contenidos, las pruebas preliminares de contenido ayudan a optimizar el efecto positivo
- Seguimiento de redes sociales, fuente única compatible con GDPR con la misma ID de panelista