

HbbTV

průvodce světem červeného tlačítka

PŘIPOJENO

- 3 000 000 mobilů
- 6 000 000 počítačů
- 1 000 000 televizorů

R2B Inzerujte chytrě. **Automaticky.**

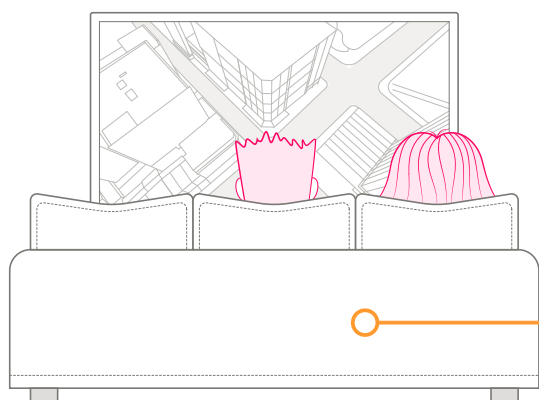
R2B

Co je HbbTV?

HbbTV neboli červené tlačítko je technologií, která umožňuje divákovi využít vymoženosti Internetu na televizní obrazovce. V HbbTV se diváci mohou setkat s videotékami, televizními programy či předpovědí počasí, do kterých se dostanou právě přes červené tlačítko.

Podle posledního měření FTV Prima z ledna 2018
hybridní televizi v České republice sleduje

1 764 680 diváků



Na základě výzkumu sleduje televizi při používání
HbbTV průměrně

2,06 diváka na obrazovku.

Z aktivní cílové skupiny spadá 58 % diváků do věkové
hranice 25–54 let. Dále se 38 % diváků řadí do A+B
socioekonomické třídy.

Reklama v HbbTV

HbbTV je pro inzerenty velmi zajímavým kanálem. Umožňuje dostat reklamní sdělení na televizní obrazovky a to ve velmi krátkém čase.



Rychlá inzerce

S programatickým nákupem můžete mít své reklamní sdělení během chvíle na televizní obrazovce. Nákupní model otevřené aukce v reálném čase (RTB) vnáší do celého procesu transparentnost a může tak probíhat kdykoliv.



Prémiová obrazovka a přes 10 televizních stanic

Neotřelý typ reklamy na největší obrazovce v domácnosti. Současně je možné inzerovat na více než 10 televizních stanicích v České republice a na Slovensku.



Přítomnost diváků u reklamního sdělení

Reklama v HbbTV se zobrazuje výhradně po divákově interakci s televizí, tedy v momentě přepnutí pořadů nebo využívání funkcí červeného tlačítka. To znamená, že je u televize přítomen a sleduje ji.



Vlastní správa kampaně

S programatickým nákupem si spuštění, průběh i ukončení kampaně spravujete sami. A to jak v případě rozpočtu, běhu, cílení tak i optimalizace.



5 televizních formátů

Na výběr máte z pěti reklamních formátů, které kombinují bannerovou reklamu a video reklamu. Můžete také mít svou interaktivní HbbTV aplikaci.



Pokročilá cílení

Své reklamní sdělení necháte zobrazit odpovídající cílové skupině. Zacílit na diváky můžete podle geografie, času, IP adres nebo podle obsahu, který aktuálně sledují.



Real-time statistiky

K výsledkům kampaně se dostanete kdykoliv. Máte tak svou kampaň stále pod kontrolou. Dostupné metriky, stejné jako ty internetové, vám umožní dělat rychlé optimalizace.

HbbTV reklamní formáty

Banner

Univerzální reklamní formát v HbbTV

TV Banner byl prvním formátem dostupným pro televizní reklamu v HbbTV a stále patří mezi nejoblíbenější. Lze jej propojit i s HbbTV reklamní aplikací.



Big Banner

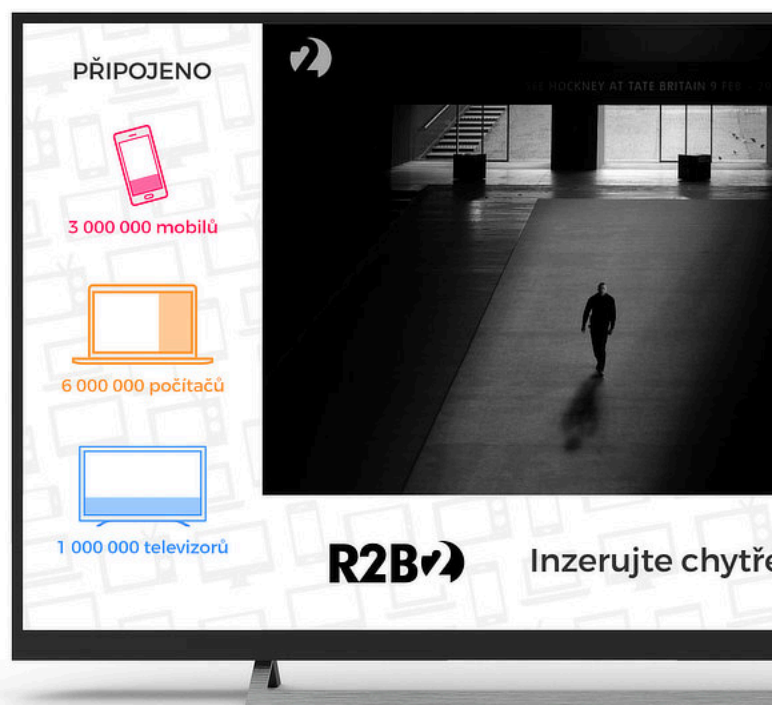
Celá šířka obrazovky pro reklamní sdělení

Banner, který dělá reklamní sdělení nepřehlédnutelným. Nabízí všechny vymoženosti HbbTV reklamy.

XXL Banner

Největší banner na televizní obrazovce

XXL Banner je největším dostupným formátem pro televizní reklamu v HbbTV. Jeho vzhled ve tvaru písmene L, ukotvený k levému dolnímu rohu, zobrazí reklamní sdělení až na 25 % plochy televizní obrazovky.



Push 2 Play

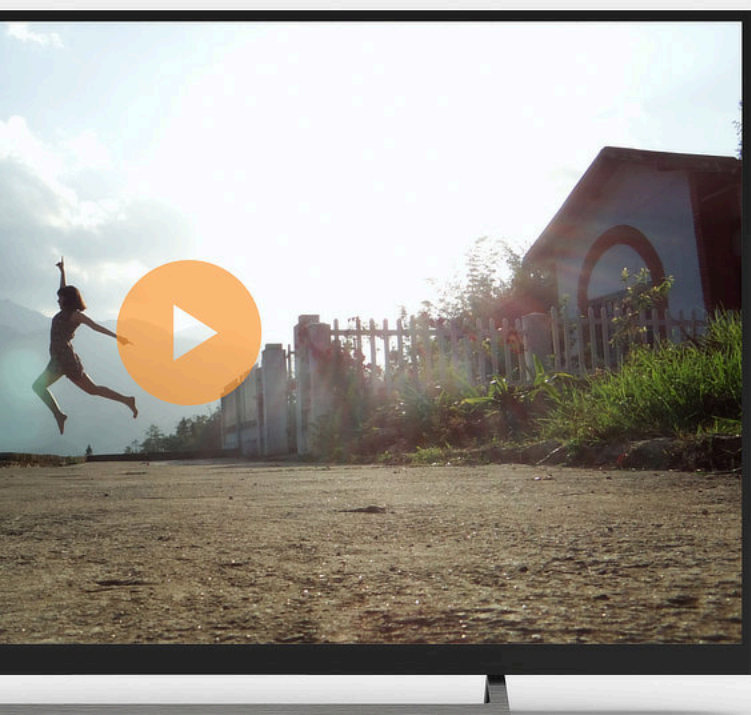
Kombinace televizního banneru a videa v jedné reklamě

Banner s funkcí Push 2 Play se objevuje v pravém dolním rohu televizní obrazovky. Stisknutím červeného tlačítka na ovladači si tak divák spustí a přehraje reklamní videospot.



Alternativa televizní reklamy v HbbTV

Prémiový formát v HbbTV, který je přímou alternativou klasické televizní reklamy. Jedná se o video formát, který se přehraje automaticky po přepnutí kanálu.

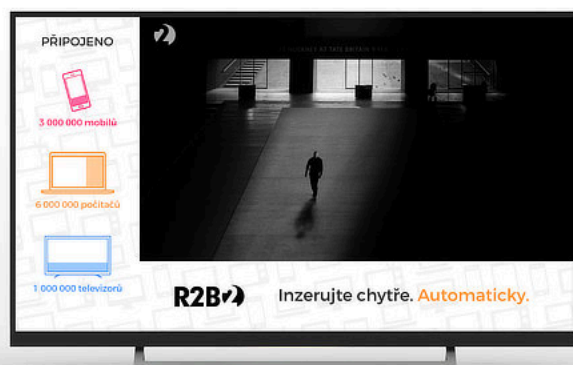


▶ Instream

Nejznámější typ videoreklamy na Internetu, nyní i v televizi

Instream poskytuje reklamní prostor v rámci videoték v HbbTV. Pro zobrazení video reklamy lze využít tři možností – Preroll, Midroll, Postroll.

Cílení HbbTV reklamy



Obsahové

Obsahové cílení se využívá pro oslovení diváků sledujících aktuální obsah v televizi. Cílit je možné jak na žánry, tak na témata pořadů a jejich diváky podle sociodemografie.



Geolokační

Vhodné cílení pro zadavatele reklamy s lokální působností, jako jsou například restaurace či prodejny. Cílit je možné až na úroveň PSČ.



Časové

Spouštějte kampaň v různých částech dne a nebo si nastavte její běh na dobu, kdy vaši diváci sledují televizi.



Vlastní data

O vlastních datech se mluví jako o vlastním zlatě. Oslovte vaše zákazníky nebo návštěvníky webu přímo na televizní obrazovce.



Televizní stanice

Vyberte si televizní stanici, která má vašemu publiku nejbližší. Všechny stanice jsou standardně pod maskou R2B2 HbbTV.



Retargeting

Retargetingem znovu oslovíte ty, kteří o vaši HbbTV reklamu již projevili zájem. Těmto divákům se vyplatí být nablízku.

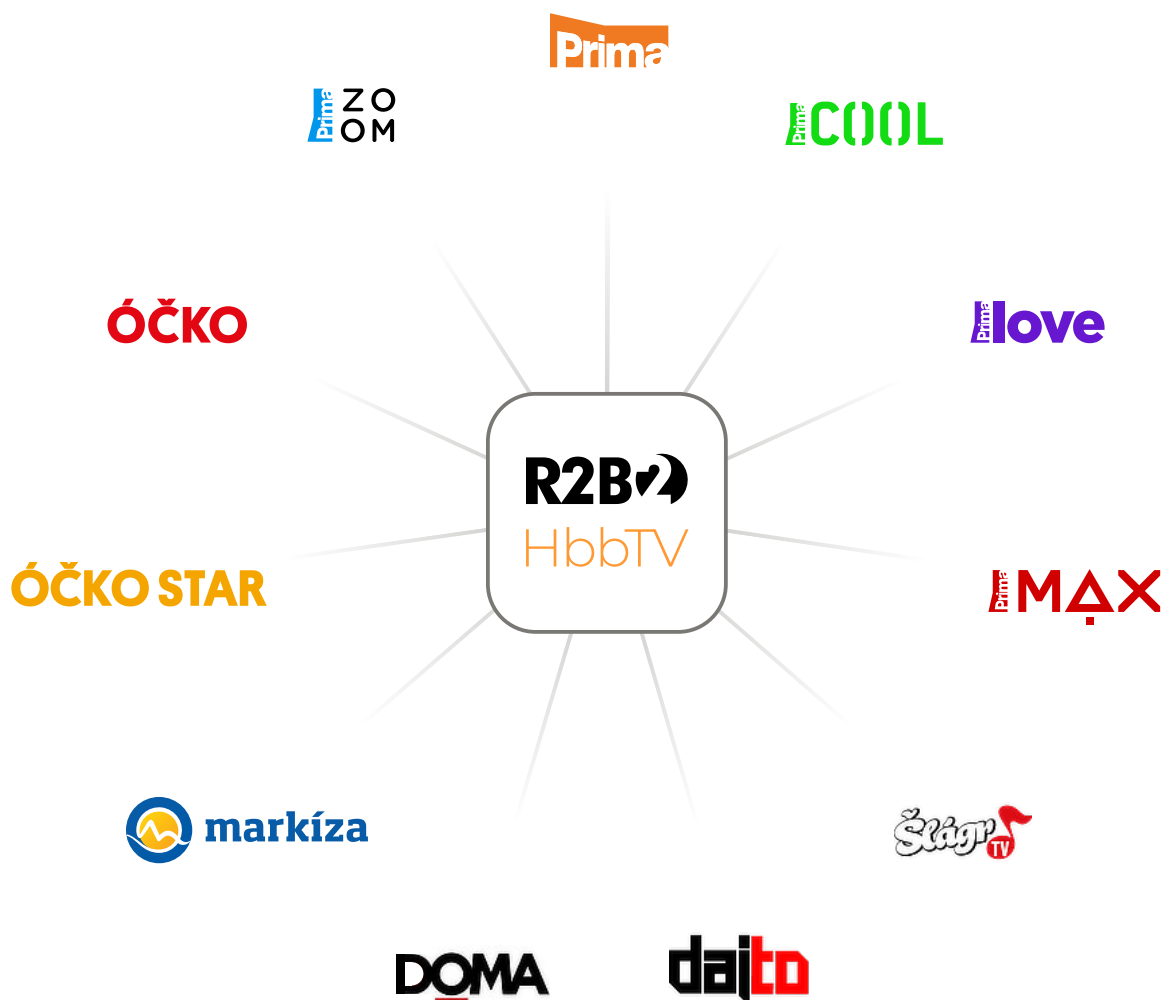


Frekvence zobrazení

Nastavte si frekvenci s jakou má být každé domácnosti zobrazena vaše reklama.

Inventory v programatické HbbTV reklamě

Do programatické sítě R2B2 HbbTV spadají největší celostátní televize. Pro svůj zásah máte možnost širokého výběru televizních stanic napříč Českou republikou a Slovenskem.



Nákup a parametry kampaně

Adform DSP

Programatický nákup reklamy probíhá přes nákupní software Adform DSP. Inventory pro nákup programatické reklamy v HbbTV je R2B2 HbbTV.

Nákupní software umožňuje nastavit všechny vlastnosti a cílení kampaně. Zároveň také poskytuje data o běhu kampaně v reálném čase.



Otevřená aukce v reálném čase

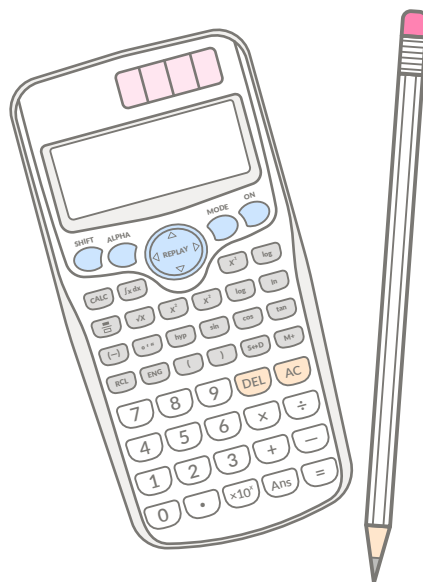
Nákupní model, který je používán v internetovém prostředí, je také v HbbTV reklamě. Jde o aukci, která probíhá v reálném čase. Inzerent tak může nakupovat reklamní prostor v HbbTV kdykoliv a díky vlastnímu nastavení nákupní ceny, kterou je ochoten zaplatit, má vždy přehled o nákladech.

Cena se odvíjí od tzv. floor price, minimální ceny, za niž je možné reklamu nakoupit. I v HbbTV se využívá model CPM – cena za tisíc zobrazení reklamního sdělení. Jedno zobrazení vidí průměrně 2 diváci.

Vlastní rozpočet

U programatického nákupu si vždy určujete sami, jaký bude rozpočet na kampaň. Nejste závislí na plnění smlouvané částky či počtu zobrazení.

Nákupní software zároveň umožňuje nastavit správu rozpočtu a útrat včetně jejich rozložení v požadovaném časovém období.



Měření a vyhodnocení kampaní

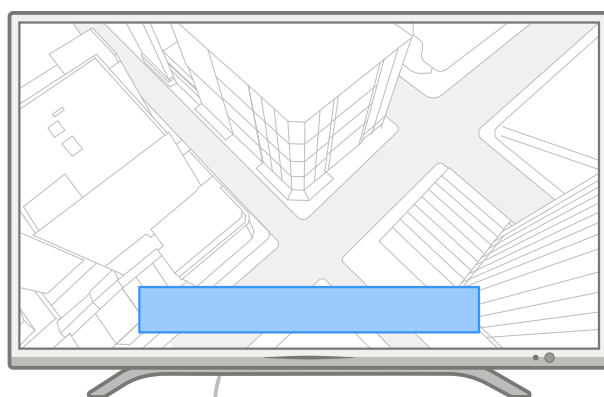
Nákupní software poskytuje inzerentům okamžitý přístup k výsledkům kampaně v jakémkoliv čase. Inzerent není závislý na reportingu od vydatavatele/média, u kterého reklamní prostor nakupuje.

Imprese / unikátní imprese

Počet zobrazení reklamního sdělení. U unikátních impresí můžeme číslo brát jako počet oslovených zařízení/domácností.

Míra interakce (CTR)

HbbTV reklama je interaktivní a komunikuje napřímo s divákem. Ten k interakci používá dálkový ovladač a za pomoci červeného tlačítka se dostane k dalším částem reklamního sdělení, ať už videu nebo HbbTV aplikaci. Proklik červeným tlačítkem je zaznamenán a inzerent tak ví, kolik těchto prokliků připadlo na počet zobrazení.



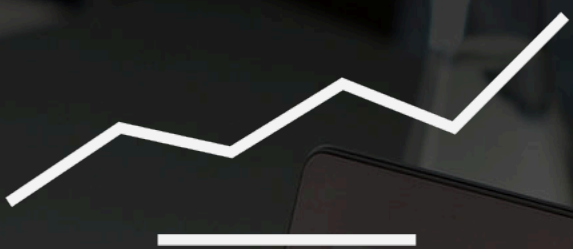
Cena za interakci (CPC)

I přesto, že se programatická HbbTV reklama nakupuje na počet impresí, resp. CPM, je možné získat cenu za proklik (CPC) u proklikových kampaní.

Dokoukanost videí

Inzerent ví, jestli diváci zhlédli celý reklamní spot nebo jen jeho část. Rozdělení délky videa po 25 % dává inzerentovi zpětnou vazbu o atraktivitě jeho spotu.





Strategie



Strategie #1

Zadavatel:	Síť knihkupectví
Obsah reklamního sdělení:	Nový detektivní bestseller v prodeji
HbbTV formát:	Banner
Cílení:	Obsahové cílení – detektivky

Scénář

Vlastníte síť knihkupectví a chcete oslovit diváky ve svém okolí s novou detektivkou, která je očekávaným bestsellerem. Ideálním řešením bude cílit na diváky, kteří zároveň tento žánr v televizi sledují.



Postup

Můžete použít různé formy, jak zjistit počet konverzí v offline prostředí. Například v kreativě použijte heslo na 10% slevu, které sdělí zákazník vašemu prodejci v daném knihkupectví. K provedení samotné kampaně můžete postupovat následovně:

1. Nechte si od R2B2 nastavit Deal ID* na obsahové cílení s vybraným žánrem Detektivky.
2. Připravenou kreativitu TV Banneru s obdrženým Deal ID* (identifikátor domluveného obsahového cílení) nahrajte do kampaně v Adformu a zvolte inventory R2B2 HbbTV.
3. Reklamní sdělení se bude automaticky zobrazovat divákům, kteří aktuálně sledují detektivku na televizních stanicích zapojených v síti R2B2.

*Deal ID

speciální kampaň pevně spojená s individuálním cílením inzeryenta

Strategie #2

Navázání HbbTV reklamy na televizní spot

Zadavatel:	Prodejce automobilů
Obsah reklamního sdělení:	Nový model automobilu
HbbTV formát:	Push 2 Play

Scénář

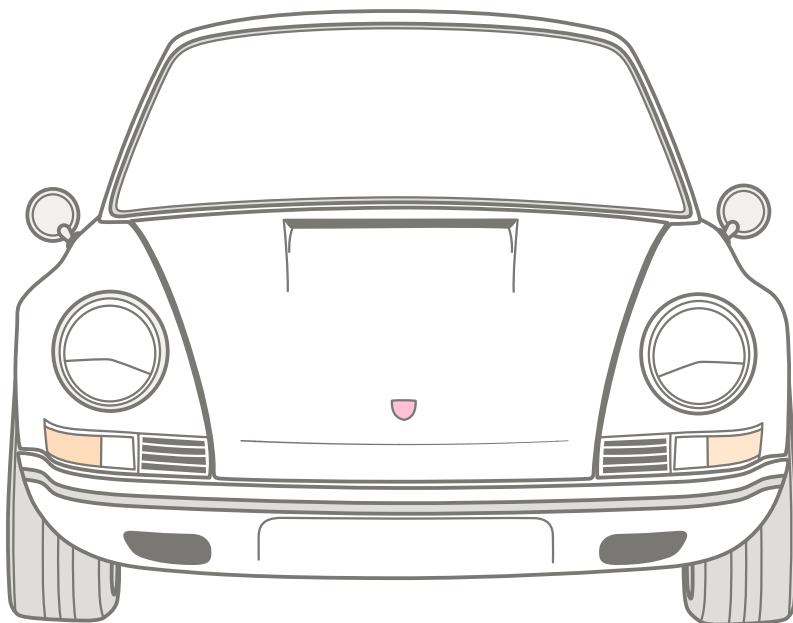
Představujete nový model automobilu napříč různými reklamními kanály, z nichž ten hlavní jsou televizní videospoty. Na tyto spoty lze navázat s HbbTV reklamou při následujících situacích:

- reklamní prostor v lineárním vysílání je vyprodán
- chcete podpořit kampaň v lineárním vysílání
- máte speciální variantu videospotu pro užší cílovou skupinu (s využitím cílení)

Varianty

A. Pokud je televizní prostor vyprodán, načasujte začátek běhu reklamní kampaně po konci lineární televizní kampaně.

B. Pokud chcete upozornit na lokální prodejce v průběhu lineární kampaně, nastavte její průběh na dobu, kdy běží lineární kampaň a využijte geografického cílení, např. podle krajů.



Strategie #3

Storytelling – více spotů s využitím retargetingu

Zadavatel:

Prodejce elektroniky

Obsah reklamního sdělení:

Představení produktu a jeho funkcí

HbbTV formáty:

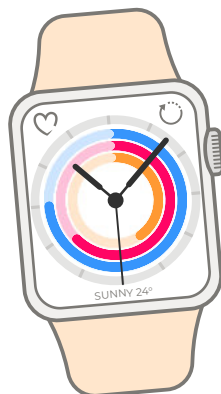
Push 2 Play, Banner

Scénář

Zřejmě už prodáváte elektroniku ve svém eshopu a využíváte retargeting na uživatele k dokončení transakce. Použijte podobný způsob komunikace i na televizní obrazovce.

Postup

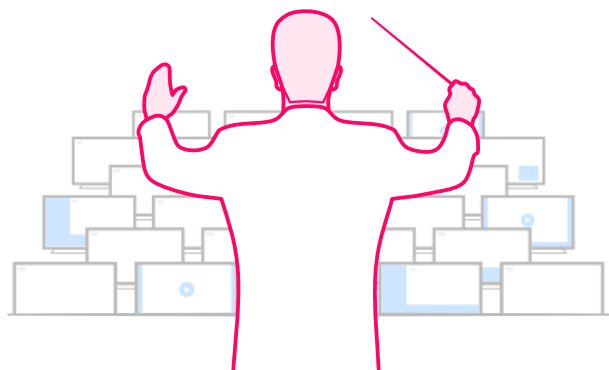
1. Pokud jste nikdy nevyužívali retargeting v DSP Adform, nechte si poradit na partner@r2b2.cz, jak retargetovat diváky.
2. Po prvním reklamním sdělení spusťte další, které již bude cílené na diváky z předchozího bodu.
3. Formáty můžete kombinovat a např. jako poslední bod cílené kampaně využít TV Banner nebo Big Banner s akční nabídkou či informací, kde mohou diváci daný produkt nakoupit. U celé kampaně nezapomeňte využít některou techniku měření její úspěšnosti v počtu konverzí.



Tipy k úspěchu

Přihazujte správně

Reklama v HbbTV se zobrazuje na prémiové obrazovce, proto budete potřebovat vyšší příhozy na cenu CPM. Pokud potřebujete intenzivní kampaň, nastavte si vyšší CPM.



Zamířte přesně

Při vytváření plánů pro HbbTV reklamu si ujasněte, kdo patří do publika, které chcete oslovit. Na základě toho si nastavte kombinace cílení reklamy, které zvýší efektivnost sdělení.



Zaměřte se na všechny kanály

Následujte vaše publikum po celé nákupní cestě. Zapojte i ostatní kanály a zařízení zahrnující další formáty – video, nativní reklamu a bannery.

Mluvte na celou domácnost

Při vytváření reklamních sdělení nezapomeňte, že televizi sleduje celá domácnost. Myslete na to, jak bude reklama působit na různé členy domácnosti.

Časté dotazy



Musí se schvalovat reklama v HbbTV?

Ano. Reklama v HbbTV se zobrazuje na televizních obrazovkách, kde reklamní obsah podléhá etickému kodexu reklamy. Proto i my jsme povinni dodržovat tento kodex a ručíme za veškerý obsah reklamy, který se skrze naši reklamní síť dostane na televizní obrazovky.

Jsou ceny HbbTV reklamy vyšší v hlavním vysílacím čase?

Díky aukci v reálném čase je stanovena pouze jedna cena a to minimální (tzv. floor price). Výši cen např. v hlavním vysílacím čase tak ovlivňují samotní inzerenti svými příhozy.

Na jak dlouho se HbbTV reklama zobrazí v televizi?

Bannerové formáty se zobrazí na 10 vteřin. Délka videospotu se odvíjí od daného formátu a jeho maximální povolené délky.

Jaká je minimální vstupní investice do HbbTV reklamy?

U programatického nákupu reklamy nejste vázáni na minimální stanovenou částku pro útratu. Můžete tak rozložit své rozpočty mezi několik reklamních sdělení, aniž by podléhaly předem stanoveným závazkům.

Můžu pro své reklamní sdělení využít více televizních stanic zároveň?

Programatické inventory R2B2 HbbTV ve výchozím nastavení zobrazuje reklamu na všech televizních stanicích, které jsou v této síti zapojeny. Není potřeba ručně vybírat stanice pro každé reklamní sdělení.

Zobrazí se HbbTV reklama v reklamním bloku televize?

HbbTV reklama se zobrazuje pouze mimo reklamní bloky. Zobrazí se však po divákově interakci, takže máte jistotu, že vaši reklamu vždy uvidí.

Kontakt

Líbí se vám možnost inzerovat v televizi pomocí programatické HbbTV reklamy, ale chcete si ještě něco upřesnit? Ozvěte se našim kolegům a oni vám rádi pomohou k cestě na televizní obrazovky.

+420 777 401 188

partner@r2b2.cz

