

Viewability

Viewability (görünür gösterim) kısaca desktop ve mobil platformlarda yayınlanan display veya video formatındaki reklamların internet kullanıcıları tarafından oluşturulan gösterimlerinin görüntülenme oranlarını ölçen bir digital reklam metriğidir. Örneğin, sayfanın sonunda yüklenen bir reklam, kullanıcı sayfa sonuna kadar gitmedikçe görüntülenemeyeceğinden alınan gösterim viewable değildir.

Viewability nasıl ölçümlenir?

IAB'nin belirlediği standartlar dışında küresel sosyal platformların kendilerinin belirledikleri standartlar da mevcuttur.

Bunlardan bazıları şöyledir:

Facebook: Bir video reklam art arda üç saniye veya daha fazla süre boyunca izlenirse

Instagram: Bir video reklamı art arda üç saniye veya daha uzun süre boyunca izlenirse

Twitter: Bir video reklamı art arda üç saniye veya daha uzun süre oynatılırsa veya bir kullanıcı videoyu tam ekranda oynatmak için tıklarsa

IAB'ye göre, display reklamların en az yüzde 50'sinin 1 saniye boyunca görünür alanda olması gerekir. Video reklamlar için viewability, playerın en az yüzde 50'sinin 2 saniye boyunca görünür alanda olması ile hesaplanır.

Viewability Rate Nasıl Hesaplanır:

Viewability Rate = (Viewable Ad Impressions / Ad Impressions) x 100

Viewability oranlarının raporlanması ve bağlantılı teknik konular:

Reklamverenler mecraların sorunsuz olarak raporladığı kendi kampanyalarına ait viewability oranlarının yanı sıra, kendileri de üçüncü parti (3rd party) kodlar ile viewability sayımlarını alabilmektedirler. Bu yüzden reklam sunucuları arasındaki test süreçleri ve özellikle video reklamlar için player sertifikasyon aşamaları önem kazanmıştır.

Bu reklam sunucularından üretilen script tag'ler display reklamlar için mobil ve desktop platformlarda yayıncı adserverları ile sağlıklı çalıştıkları görülmektedir.

Reklam sunucuları ile video reklamlar için vast veya vpaid formatında xml dosyaları iletilir. Ancak viewability ölçümü için, içerisinde javascript barındıran vpaid formatı kullanılmaktadır. Vpaid formatıyla genel olarak desktop platformlarda sağlıklı ölçümleme yapılabilmektedir, fakat vpaid kodlar teknik olarak mobil uygulamalar üzerinde çalışmamaktadır.

Mobil için vpaid ile sadece mobil web sayfalarında yayın ve raporlama yapılabilmektedir ve çoğu mecra'nın trafiği mobil platformlarda arttığından, bu durum mecra için tüketim reklamveren için ise erişim sorunu yaratmaktadır.

Türkiye'deki yayınlar için kullanılan başlıca reklam sunucuları aşağıdakilerdir:

- Google
- Moat
- Sizmek
- Gemius
- Adform

Mobil viewability ölçümü için vpaid harici çözümler:

Henüz test aşamasında olan ve yeni yeni kullanılmaya başlanan vast 4.1 versiyonların vpaid için alternatif olacağı öngörülmektedir. Bu versiyonda 3. parti tedarikçiler (3rd party providerlar) taglerinin içerisinde doğrulama (verification) kodları barındırır, yayına çıkacakları mecra da OMID (open measurement interface definition) entegrasyonu mevcutsa kodlar doğrulanır ve tüm platformlarda yayın olanağı sağlanır.

Mustafa Şentürk

Doğuş Yayın Grubu