**Рейтинг Technology Index 2021: методология исследования**

Исследование проведено в июне 2021 года в форме онлайн-анкетирования. Участие приняли как агентские специалисты, так и прямые заказчики. В опросе приняли участие 290 экспертов из 183 компаний, которые оценили инструменты для решения восьми digital-задач

Респонденты рассказали об услугах, которые они использовали за последний год, и их поставщиках. Оценка поставщикам давалась по 10-балльной шкале по трем критериям.

**Определения и критерии**

**Программатические закупки. Независимые DSP.**

Предоставление агентствам и рекламодателям возможности осуществлять закупки онлайн-рекламы на разных рекламных биржах в рамках RTB-экосистемы.

**Критерии:**

* Ассортимент инвентаря: Спектр предлагаемых площадок
* Эффективность: Эффективность решения задач
* Клиентский сервис: Качество и скорость работы службы техподдержки

**Рекламные видеосети / Мобильные видеосети.**

Сети сайтов, на которых показывается видеореклама / мобильная видеореклама.

**Критерии:**

* Технологичность. Уровень автоматизации, использования AI
* Эффективность: Эффективность решения задач
* Клиентский сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

**CPA/партнерские сети**

Предоставление возможности автоматизированного размещения рекламы на интернет-ресурсах с фиксированной стоимостью целевого действия любого вида (клик, покупка, заполнение анкеты, установка приложения и т.д.).

**Критерии:**

* Функциональность. Спектр предлагаемых технологических возможностей, кросс-канальность
* Технологичность. Уровень автоматизации, использования AI
* Клиентский сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

**Контентно-медийные (нативные/тизерные) сети**

Сети для размещения рекламы в контексте площадок и пользовательских интересов.

**Критерии:**

* Качество и объем трафика. Объем и качество аудитории, возможности таргетинга
* Функционал. Инструментарий, адаптивность, спектр форматов
* Клиентский и технологический сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

**Поставщики больших данных**

Поставщики данных, используемых для персонификации рекламных сообщений.

**Критерии:**

* Качество и объем данных. Спектр поставляемых данных, достоверность и ценность информации
* Технологичность. Скорость работы, простота интеграции
* Клиентский сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

**Биржи блогеров**

Технологии автоматизации взаимодействия с лидерами мнений.

**Критерии:**

* Качество контакта. Объем и качество контента, предлагаемого к размещению
* Эффективность. Эффективность решаемых задач
* Клиентский и технологический сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

**Верификация: Ad Tracking, Fraud detecting, Brand safety.**

**Adtracking**: предоставление следующих данных:

* отчеты по показам/кликам/конверсиям;
* кросс-частотность по каналам;
* цепочки взаимодействий (как по кликам, так и по показам);
* выстраивание цепочек по разным моделям атрибуции;
* время до совершения конверсии;
* количество итераций до совершения конверсии;
* места размещения с окружением.

**Fraud detecting**: предоставление следующих возможностей:

* выявление и отслеживание подозрительных транзакций;
* анализ пользователей с целью выявления роботности трафика;
* вычисление манипуляций, определение типа;
* осуществление классификации обнаруженных мошеннических манипуляций, учет критических значений;
* наглядное представление критических отклонений.

**Brand safety:** предоставление автоматизированного мониторинга и аналитики по рекламным кампаниям с целью оценки контентного окружения показа рекламных форматов по следующим параметрам: контент с возрастными ограничениями, наркотики, алкоголь и другие опасные для здоровья человека вещества; призывы к противоправным действиям и т.д.

**Критерии:**

* Функциональность. Спектр предлагаемых технологических возможностей, кросс-канальность
* Технологичность. Уровень автоматизации, удобство использования
* Клиентский сервис. Качество и скорость работы службы техподдержки

В каждом сегменте построено три рейтинга:

1. **Доля сотрудничества** характеризует положение агентств на рынке относительно конкурентов. Рассчитывалась как процент компаний-заказчиков, работающих с агентством в указанном сегменте, от общего числа опрошенных компаний, работающих в сегменте.
2. **Качество** **сервиса**. Компаниям, которые назвали своих подрядчиков в том или ином сервисе, было предложено оценить качество их услуг по нескольким критериям (подробнее о критериях рассказано в Методологии исследования). Средняя оценка легла в основу ранжирования.
3. **Интегральный рейтинг**. На основе полученных результатов был составлен сводный рейтинг, учитывающий два показателя. Интегральный показатель вычислялся суммированием произведений приведенного результата на весовой коэффициент параметра.

**Интегральная оценка Y = ( (Ксотр × Xсотр) + (Ккач × Xкач)**

**Где X – приведенная оценка агентства, K – вес параметра**

**Приведенная оценка.**

Для уравнивания трех параметров (знание, сотрудничество, качество) в каждом из них максимальное значение принималось за 10, а все остальные пересчитывались пропорционально.

**Веса параметров**:

Доля сотрудничества **Ксотр =** 25%

Качество сервиса **Ккач =** 75%.

Получившийся интегральный рейтинг учитывает вклад обоих показателей в результат агентства.