

Анализ эффективности
рекламных видеороликов
с помощью глубокого обучения
и больших данных

НСК

2018

НСК

Ведущая технологическая компания
Российского медиарекламного рынка

Ключевой партнер Национального Рекламного Альянса (НРА), а также исследовательской компании Mediascope.

Дочерние компании НСК: Регион Медиа, IMHO, GPMD

Эксклюзивное положение на рынке дает доступ к данным о большей части видео рекламы в рунете

Наш проект для РА и рекламодателей

Основные задачи РА — анализ эффективности текущих рекламных компаний и создание новых.

Мы применили большие данные и машинное обучение для решения этих задач

На основании данных о тысячах роликов и миллионах просмотров, мы создали мощный аналитический инструмент для выработки рекомендации креативным агентствам и даже научились предсказывать эффективность новых рекламных роликов, еще до их размещения в интернете.

Видео реклама

Самый востребованный формат в интернете

Причины:

Мульти канальное воздействие - изображение, текст, звук

Высокая концентрация внимания, как следствие нашей реакции на смену видеоряда

Данные эксперимента

- Более 1 500 рекламных роликов
- 40 товарных категорий
- Только федеральное размещение
- Среднее количество показов 2 500 000
- Показатели эффективности: CTR и процент досмотра

Извлечение информации из видео

Каждый кадр размечен с помощью компьютерного зрения:

- Объекты в кадре
- Локация и окружение
- Возраст и пол актеров
- Эмоциональный фон
- Текст из изображения
- Текст из звуковой дорожки

Использовано > 2000 тегов

Предсказание CTR с помощью ML

Извлеченные из роликов данные использованы для обучения модели

Модель получает на вход содержание нового ролика, также извлеченное с помощью машинного зрения, и предсказывает его CTR еще до размещения

Валидация (проверка) модели

Модель проверялась на новых роликах,
которые не использовались для обучения

Точность предсказания
нашей модели

$P = 0,7$

Точность предсказания
людей-экспертов

$P = 0,58$

Анализ полученных данных

В процессе анализа результатов были выявлены:

- Рейтинги объектов по каждой товарной категории
- Наиболее удачные сочетания локации, объектов и актеров в кадре
- Эффект от смены эмоционального фона
- Гендерный и возрастной состав наиболее успешных роликов
- Характер обращения и коммуникационная территория текста и речи

Любопытно:

Инсайты компьютерного зрения

Что это дает рекламодателям и агентствам

Возможность при принятии решений опираться на большие данные и современные технологии

Возможность создавать более эффективный рекламный контент

Анализ с опорой на фактические данные о миллионах показов, а не на субъективное мнение человека или результаты экспериментов на небольшой группе потребителей

Инструмент для оптимизации маркетинговых затрат

Сотрудничество

Текущее состояние:

- Этап тестирования с крупнейшими рекламными агентствами

Основные направления сотрудничества:

- Обоснование креативной стратегии для рекламодателя
- Скоринг и анализ эффективности медиа контента

Перспективы развития и применения технологии

Анализ популярности медиа контента в социальных сетях

Прогнозирование рейтинга телепередач и фильмов

Автопродакшен - автоматическое создание и оптимизация медиа контента без участия человека

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

НСК

2018