

Utökad information om MMS reklammätning för webb-TV

Version 2014-05-12

MMS mäter all reklamfilm som visats på videotjänsterna hos TV4, MTG och SBS Discovery och redovisar dessa i ett öppet system. Alla kampanjer som startar 2014-05-12 eller senare kommer att följas upp i detta system.

Om mätningen

Varje reklamfilm har en unik mättagg som fångas upp av MMS i alla de olika spelare och appar som mäts. Mätdata skickas till MMS som kvalitetskontroller, sammanställer och publicerar den officiella trafiken för en reklamfilm. Redovisning består av antal exponeringar (impressions) samt tidsperiod. MMS har som ambition att även redovisa hur lång tid som reklamfilmen visats samt någon form av "unika besökare". MMS avser även att introducera demografi i mätningen under året.

Mätningen omfattar varje aktivitet med spelare, så kallat event. Det är på denna detaljerade nivå som MMS erhåller data via sin mätleverantör (Adobe). MMS genomför sedan i egen regi beräkningarna, vilket innebär full kontroll och transparens över hur måtten tas fram.

Aktörer som mäts

Samtliga webbspelare och appar som finns hos aktörerna i listan mäts. Mätningen sker även på spelare som är inbäddade på andra webbplatser. MMS för intensiv dialog med andra aktörer, såsom exempelvis andra kanaler, publicister och annonsnätverk, för att få med dessa i mätningen.

Nätverk	Tjänst	Webbspelare	Appar
MTG	TV3 Play/TV3.se	Ja	Ja
MTG	TV6 Play/TV6.se	Ja	Ja
MTG	TV8 Play/TV8.se	Ja	Ja
MTG	TV10 Play/TV10.se	Ja	Ja
MTG	Viasatsport.se	Ja	Under utveckling
TV4	TV4 Play/TV4.se	Ja	
TV4	Fotbollskanalen.se	Ja	Ja iOS, Android under utv.
SBS Discovery TV	Kanal 5 Play	Ja	Ja
SBS Discovery TV	Kanal 9 Play	Ja	Ja
SBS Discovery TV	Kanal 11 Play	Ja	Ja

Valutan

Samtliga uppmätta kanaler, Sveriges Mediebyråer och Sveriges Annonsörer har kommit överens om att det är de siffror som MMS redovisar som gäller som valuta, oavsett vad siffror från ad server eller eventuell tredjepartsmätning visar. MMS står som garant för mätningen genom att regelbundet genomföra kontroller samt definiera mätningen genom MMS Gyllene regler som finns tillgänglig på mms.se. Synpunkter ska skickas till MMS, support@mms.se.

Om filmkod/reklamfilmer

Endast filmkoder som är officiella mäts, dvs. följer standarden enligt den filmkodsgenerator som är godkänd av branschen/MMS, idag Adtoox S-serie eller Adstreams 5-serie. Filmer med andra "filmkoder" avvisas och redovisas inte. Filmer som mäts är rena reklamfilmer, sponsring, trailer, billboard, bumpers etc.

MMS mäter filmer som definieras som In-stream video (se vidare IAB för närmare definition), det som brukar definieras som pre-roll, mid-roll eller post-roll. MMS mäter ej reklam som är runt eller i spelarmiljön som ex companion banner, overlay, pausreklam, in banner video etc.

MMS mäter på filmkodsnivå, ej kampanjnivå. vilket innebär att användaren måste själv sätta ihop sin kampanj som den består av flera olika reklamfilmer, detta genom att kombinera de filmkoder som ingår i kampanjen.

Analysverktyg och data

Data finns tillgängligt genom att logga in på MMS analysverktyg på online.mms.se. Vid avsaknad av inlogg kontakta MMS. Data publiceras vardagar med två dagar eftersläpning (exempelvis söndagen publiceras på tisdagen). Målsättningen är att korta ned denna ledtid till att publicera dagen efter. I analysverktyget finns data från 2014-02-17, men data fram till 2014-05-11 ingår ej i den officiella valutan, men kan användas för uppföljning och analys.

Generellt om valutan

Grunden i mätningen av konsumtion av rörlig bild är att den ska vara en så kallad valuta för branschen. Kännetecken för en medievaluta är att den är använd och accepterad av marknaden, dvs. samtliga parter som deltar i mätningen använder denna mätningens resultat vid exempelvis uppföljning av reklamkampanjer. Det måste råda en fullständig transparens kring hur man får fram resultat vid analys av data från mätningen, vilket definieras av de så kallade MMS Gyllene reglerna som är MMS standard för beräkningar av mätningen. En god mätvaluta kännetecknas stabilitet, men även ständig utveckling och anpassning till förändringar i sin omvärld, vilket innebär att definitioner och mått kan komma att ändras över tid. Alla förändringar bereds och diskuteras vid de olika forum som MMS har med branschen, exempelvis Rådet för reklammetningar online och Referensgruppen för onlinemätningar. För mer information om MMS arbete med medievaluta se mms.se

Support

För frågor kontakta MMS på support@mms.se eller 08-736 10 00.