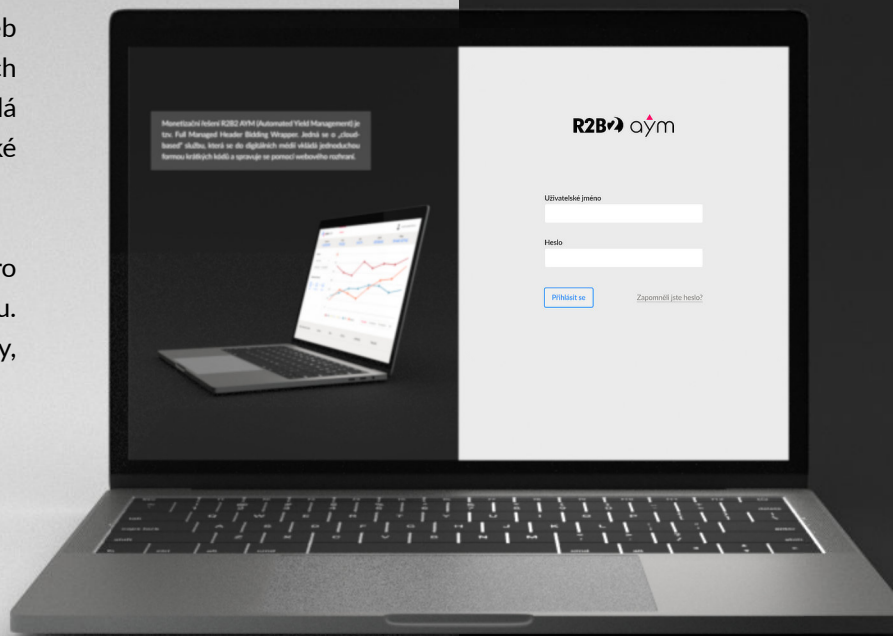


Využití R2B2 AYM v programatickém prodeji reklamního prostoru

MLADÁ FRONTA

je moderní vydavatelství s tradicí. Vydavatelství existuje na trhu od roku 1945 a své dobré jméno staví na mnohaleté zkušenosti, profesionalitě a dynamickém rozvoji. Provozuje odborný web Finance.cz a dalších osmnáct specializovaných online titulů, jejichž počet neustále roste. Mladá fronta svými produkty osloví 5 052 735 lidí v České republice.

Mladá fronta využívá technologii R2B2 AYM pro programatický prodej reklamního prostoru. Konkrétně se jedná o 4 formáty: Branding, Bannery, Video a Mobilní Branding.



R2B2

je technologickou společností provozující digitální reklamní síť postavenou na programatickém prodeji a nákupu reklamního prostoru. Se zásahem více než 10 milionů obrazovek – počítačových, mobilních a televizních – operuje na českém a slovenském trhu.

Vydavatelstvím poskytuje monetizaci reklamního prostoru s využitím vlastního řešení R2B2 AYM (Automated Yield Management). Společnost tak zajišťuje další příjmový kanál bez nutnosti vlastní integrace na straně vydavatele.

Podíl formátů na celkových tržbách skrz síť R2B2 Multiscreen

Branding + Mobilní Branding

51 %

Bannery

33 %

Video

16 %



Důležitým formátem pro vydavatelství je Branding. Jeho desktopová verze společně s tou mobilní tvořila v prosinci 2017 více než polovinu všech tržeb Mladé fronty z programatického prodeje reklamy v síti R2B2.

„Branding je brán jako prémiový formát, který umí dosahovat jak v desktopu, tak na mobilních zařízeních vysokých hodnot CTR. To jej dělá oblíbeným mezi inzerenty, kteří jej zařazují do téměř všech svých kampaní,“ říká Michal Dvořáček z R2B2.

KOMENTÁŘ MF

„Výnos z programatického prodeje má u nás velký podíl na finančním výsledku celé divize, a proto od začátku roku 2017 je RTB optimalizace na každodenním to do listu našich produktů a vyplácí se to! R2B2 nám dokázalo pomoci hlavně s navýšením příjmů z nestandardních formátů, jako je branding a video, v tom jsou opravdu dobří.“

Erik Dvořák, ředitel divize Online, Mladá fronta

KOMENTÁŘ R2B2

„Programatický prodej reklamního prostoru roste objemově o desítky procent. Na to reagují i vydavatelství s mnohaletou tradicí jako je například Mladá fronta. V tomto ohledu je pro vydavatele důležité mít partnerství, které jim zajistí stabilní příjem z reklamního prostoru napříč všemi kanály, které využívá. K tomu slouží řešení yield managementu od naší společnosti.“

Michal Dvořáček, RTB specialist, R2B2