

ИНТЕНСИВ

Архипелаг 2121

Разработка программно-аппаратного комплекса анализа аудитории, управления трансляцией и бесконтактного взаимодействия для цифровых рекламно-информационных носителей

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящее время область DOOH (digital out of home) является одной из самых интенсивно растущих отраслей экономики. По данным аналитической компании Verified Market Research среднегодовой темп роста DOOH с 2020 по 2027 год составит 11%. Прогнозируемый объем мирового рынка составит в 2027 году \$40 млрд. Стимулом цифровизации наружной рекламы является быстрый рост сегмента цифрового рекламного контента. По данным РБК, в 2020 году в условиях ограничений и «коронакризиса» рекламодателям потребовались максимально гибкие и эффективные инструменты продвижения, и это дополнительно подогрело интерес к цифровой наружной рекламе.

Существующая проблема – низкая точность количественной и качественной оценки аудитории зрителя рекламного контента; затратность существующих способов анализа аудитории основанных на привлечении больших массивов данных от сторонних компаний (данные сотовых операторов, интернет провайдеров), зависимость от поставщиков данных; таргетинг на основе таких полученных данных имеет проблему с плотностью данных, т.к. любой поставщик данных охватывает только подмножество аудитории - подключенных к нему абонентов, и в местах где пешеходные потоки относительно невелики, эта подвыборка может быть ниже предела статистической значимости.

- Низкая точность оценки зрительской аудитории
- Существующие способы анализа аудитории не позволяют получать информацию для таргетинга в реальном времени
- Отсутствие информации о вовлеченности и заинтересованности зрительской аудитории, нет возможности получить информацию о эмоциональном отклике на транслируемый контент
- Невозможно сфокусировать показы на нужную аудиторию или реализовать комбинированные сценарии показа
- Невозможно получить обратную связь от аудитории, нет простых механизмов взаимодействия
- Нет прозрачного механизма оценки эффективности рекламных вложений

Существующие сейчас решения - 1:

отслеживание MAC-адресов мобильных устройств, данные геолокации от сотовых операторов

Недостатки:

- Проблема с плотностью данных
- Невозможность определить видит ли человек рекламу или нет
- Нет информации в реальном времени
- Высокая погрешность

Существующие сейчас решения - 2:

существующие решения на базе CV

Недостатки:

- Реализовано в основном для помещений
- Нет возможности трансформации показа контента и таргетинга в реальном времени
- Нет возможности взаимодействия с аудиторией

Создаваемый в рамках проекта программно-аппаратный комплекс АМІ предназначен для формирования на цифровом рекламном носителе трансляции, зависящей от анализа зрительской аудитории, от комплекса внешних факторов, от оценки заинтересованности зрителя и эмоционального отклика на транслируемый контент. Данный функционал будет обеспечен за счет системы компьютерного зрения и самообучаемой системы управления контентом с использованием нейронных сетей. Все полученные данные являются деперсонализированными.

Основные функции модульного программно-аппаратного комплекса АМІ:

Анализ аудитории - получение в реальном времени наиболее полной картины о аудитории цифрового рекламного носителя, демографии зрителя (пол, возраст), анализ длительности визуального контакта с рекламным носителем (вовлеченность), анализ эмоционального отклика на контент (лояльность); аккумуляция полной картины о комплексе внешних факторов;

Управление трансляцией - корректировка трансляции рекламного контента в зависимости от полученных данных и от предустановленных триггеров для различных сценариев, возможность использования рекламных сценариев с точечной направленностью рекламного контента на конкретную аудиторию или на совпадение нескольких факторов, возможность вариативности показа рекламного контента в зависимости от вовлеченности и эмоционального отклика зрителя;

Взаимодействие - организация бесконтактного взаимодействия зрителя с рекламным носителем за счет распознавания жестов и эмоций, возможность получения обратной связи от зрителя.

По данным аналитической компании Verified market research мировой рынок DOOH был оценен в 18,16 млрд. долларов США в 2019 году. По прогнозам рынок достигнет значения в 39,54 млрд. долларов США к 2027 году. При этом среднегодовой темп роста с 2020 по 2027 год составит 11,02%.

В 2018 году доля цифровой в общем объеме наружной рекламы в мировом масштабе достигла 18%. По данным отчетов WARC в ближайшие 1-2 года доля цифровой наружной рекламы в мировом доходе превысит 40%.

В США таргетированная на основе анализа пользователей цифровая наружная реклама достигла уже 16-17% рынка и продолжает расти. Рынок DOOH в ЕС растет очень быстрыми темпами в 13,7% в год. При этом доля таргетированной DOOH-рекламы пока составляет, как и в РФ, около 5%.



Потребительские сегменты:

- рекламные агентства, специализирующиеся в области наружной рекламы, крупные, средние и мелкие собственники цифровых рекламных поверхностей и т.д.
- торговые центры, монобрендовые торговые комплексы, крупные розничные торговые сети, выставочные комплексы, спортивные комплексы, сети АЗС, предприятия развивающие экосистему «умный город» и т.д.

Потоки поступления доходов:

- Продажа цифровых рекламных экранов с предустановленным программно-аппаратным комплексом АМІ;
- Продажа и установка программно-аппаратного комплекса АМІ для модернизации уже установленных цифровых рекламных носителей;
- Сдача в аренду, установка, обслуживание программно-аппаратного комплекса АМІ;
- Консолидация в единые пулы рекламных поверхностей оснащенных программно-аппаратным комплексом АМІ.

Ценностные предложения:

- Получение и измерение отклика аудитории на транслируемый контент, возможность вариативности показа контента в зависимости от измеренного отклика;
- Тонкая настройка условий показа рекламного контента для более точного попадания в целевую аудиторию (таргетинг);
- Повышение эффективности и снижение стоимости рекламной компании в связи с более высокой эффективностью показа на таргетированную аудиторию;
- Возможность реализации более сложных рекламных сценариев, с снятием обратной связи за счет бесконтактного взаимодействия со зрителем;
- Возможность формирования большей вовлеченности зрителя.

Текущие результаты

Достигнута договоренность о сотрудничестве в реализации проекта с Сибирским государственным университетом науки и технологий им. М.Ф. Решетнева. Совместные работы ведутся при участии специалистов кафедры Информационно-управляющих систем Института информатики и телекоммуникаций. Сформирована команда разработчиков программного обеспечения. Производятся изыскания необходимой аппаратной платформы. Сформулированы бизнес требования, формируются функциональные требования.

На цифровых рекламных носителях партнера проекта – компании «Смарт Технолоджи» размещены камеры для сбора обучающей и тестовой выборки.

Достигнута договоренность о сотрудничестве с Центрально-Сибирской Торгово-промышленной палатой по продвижению разрабатываемой продукции на территории РФ и зарубежных государств по линии торговых представительств ТПП в этих странах.





СЕО

Елена Постоногова

Более 5 лет на руководящих должностях в сфере продаж рекламных возможностей цифровой наружной рекламы.



СМО

Дмитрий Постоногов

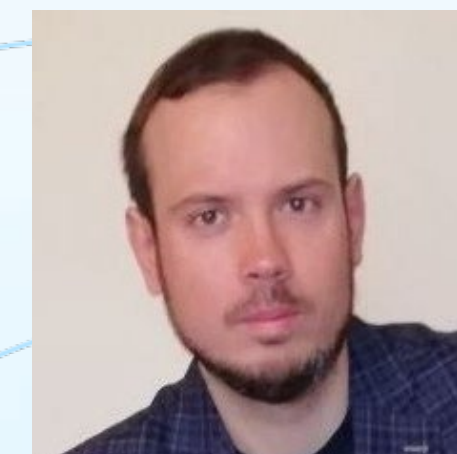
Серийный предприниматель. Более 26 лет в отрасли наружной рекламы, 8 лет опыта в производстве цифровых рекламных экранов. Реализовано более 1000 проектов в области наружной рекламы.



СТО

Олег Усманов

Опыт проектирования, внедрения и сопровождения сложных высоконагруженных ИТ-систем (банки, интернет-провайдеры).



СРО

Александр Овчинников

Более 5 лет работы в бизнес-инкубаторе. Член команд проектов 2 ИТ-стартапов. Опыт выполнения НИОКР по темам, связанным с ИИ и компьютерным зрением.

Глобальным результатом проекта является :

- повышение эффективности и снижение стоимости рекламных компаний на DOOH рекламных носителях за счет возможностей предоставляемых комплексом АМІ;
- интеграция оснащенных комплексом АМІ цифровых рекламных носителей в экосистему «умный город»;
- консолидация оснащенных АМІ цифровых рекламных носителей для формирования принципиально нового интерактивного DOOH медиаканала;
- применение оснащенных АМІ цифровых рекламных носителей для формирования принципиально нового современного канала коммуникации общества, бизнеса и власти.





ИНТЕНСИВ
**Архипелаг
2121**

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Контакты

Сайт <http://www.sm124.ru/>
Телефон +73912515000, +73912515001
email inbox@sm124.ru