

Słowniczek pojęć

Placement (*miejsce reklamowe*) – nazwa miejsca (portalu, witryny, sekcji w obrębie witryny), na którym emitowane są kreacje reklamowe. Do każdego placementu (miejsca reklamowego) przypisany jest kod placementu, który należy umieścić na stronie w miejscu gdzie ma pojawiać się reklama. Odwołuje się on do emitera podczas uruchomienia kodu, po czym zaciąga z emitera kod javascript i wykonuje go wyświetlając formę reklamową.

Węzeł – zawiera zbiór placementów i podwęzłów. Pozwala on na zdefiniowanie odpowiedniej hierarchii placementów/podwęzłów w przestrzeni reklamowej wydawcy, w taki sposób, aby odpowiadała ona rzeczywistemu układowi stron w przestrzeni danej witryny.

Podwęzeł – każdy węzeł umieszczony w węźle głównym wydawcy jest podwęzłem.

Wydawca – podmiot zarządzający powierzchnią reklamową danej witryny (lub zbioru witryn).

Emiter – serwer umożliwiający emisję reklam.

Przestrzeń reklamowa – określone miejsca witryny przeznaczone na emisję form reklamowych.

Ograniczenia – dla kampanii/zlecenia istnieje możliwość nałożenia ograniczeń emisji (do ograniczeń wykorzystywane są informacje zawarte w plikach cookie). Dodanie ograniczenia do kampanii/zlecenia oznacza, że po jego osiągnięciu reklama nie pojawi się już użytkownikowi. Dla przykładu, gdy określimy ograniczenie: ilość emisji 2 w czasie trwania kampanii, oznacza to, że użytkownikowi w czasie trwania kampanii reklama wyświetli się nie więcej niż 2 razy.

Waga kampanii – to liczba (całkowita od 0 do 1 000 000) mówiąca ile pasma emisji przejmie kampania. W momencie gdy emiter dostaje informację o odślonie na danym placemencie wtedy, na podstawie priorytetów i wag, decyduje, która kampania zostanie wyemitowana. Jeśli na danym placemencie jest zdefiniowanych kilka kampanii o tym samym priorytecie, wówczas do emisji losowana jest kampania według ustalonych wag kampanii.

Jeśli np. mamy 3 kampanie o wagach: kampania 1 - waga 100, kampania 2 - waga 100, kampania 3 - waga 200, wówczas do emisji wybierana jest losowo jedna z tych trzech kampanii, ale z prawdopodobieństwem 25% dla kampanii 1, 25% dla kampanii 2 i 50% dla kampanii 3.

Próby emisji - liczba poprawnych odwołań do serwera emisyjnego, w trakcie których serwer odpowiada kodem javascript wybranym według algorytmu emisyjnego. Innymi słowy, próby emisji są to wszystkie zapytania wysłane do emitera z prośbą o wyemitowanie reklamy. Pomiędzy wysłaniem zapytania, a faktyczną emisją istnieje zawsze przedział czasowy, w którym wiele może się wydarzyć np. zerwanie połączenia internetowego, zamknięcie okna przeglądarki albo nawet odcięcie prądu. Z takich właśnie powodów prób emisji jest zazwyczaj więcej niż emisji.

Kontakt:

stat24 Sp. z o.o.
ul. Wołoska 7, Budynek MARS klatka D
02-675 Warszawa
tel. (22) 874 41 03
fax (22) 874 41 01
e-mail: kontakt@stat24.com

Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy
XIII Wydz. Gospodarczy Krajowego
Rejestru Sądowego

KRS: 0000205129
NIP: 522-27-23-405
Kapitał zakładowy: 50 000 zł