

F3

Vysoká škola
ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

fph.vse.cz

Úvod do RTB – Real Time Bidding



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Co je RTB – Real Time Bidding

RTB (zkratka Real Time Bidding) bychom přeložili do češtiny jako „aukce v reálném čase“. Jde o systém nákupu, respektive prodeje impresí (zobrazení) display reklamy (bannerů) právě v reálném čase. To znamená, že nákup dané konkrétní imprese probíhá prakticky ve chvíli, kdy k ní dochází. K využití RTB systému dojde automaticky ve chvíli, kdy daný reklamní systém nemá pro danou pozici display reklamu a než aby ji nechal prázdnou, raději ji prodá nejvyšší nabídce právě v oné aukci, která proběhne zhruba během 0,1 sekundy.

Jak RTB funguje

Jak již bylo řečeno, na začátku je reklamní systém, který má nějakou neprodanou pozici pro zobrazení display reklamy. V té chvíli tuto pozici předá takzvané SSP (Supply Side Platform). SSP je fakticky něco jako „aukční síň“, která vyvolá aukci mezi několika DSP (Demand Side Platform). DSP je něco jako „dražitel“ a nabízí inzerujícím subjektům, aby přes ni nakupovali ony volné pozice pro display reklamy. Každý inzerent má v rámci DSP nastavené různé parametry týkající se především toho o jakou cílovou skupinu se zajímá a kolik je ochoten za impresi zaplatit.

Jak RTB funguje

DSP pošlou na SSP informace o tom, kolik jsou jednotliví inzerenti ochotni za danou impresi zaplatit. SSP nabídky vyhodnotí a pozici prodá inzerentovi, který nabídl nejvyšší částku za impresi. Celá tato akce proběhne doslova a do písmene ve zlomku vteřiny, a to během načítání dané webové stránky, která měla onu pozici pro zobrazení display reklamy volnou. Vše trvá okolo již zmíněné 0,1 sekundy a uživatel webu si tak ani nevšimne, že zobrazení reklamy mělo nějaké zpoždění. Fakticky to totiž ani není možné.

Kde se RTB používá

RTB je úzce spojeno s cílením na zákazníka a v masivní míře používá technik retargetingu a remarketingu. Jinými slovy, nejde tolik na jakých webových stránkách se reklama zobrazí (myšleno v tom smyslu, že ty nemusí být tématicky relevantní k předmětu reklamy), ale komu se zobrazí.

RTB je volně otevřeno prakticky každému. Dnes tak existuje hned několik SSP a mnoho DSP, které na trhu fungují a nabízejí své služby inzerentům.

PTEJTE SE!



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

