

LOGOWANIE

Moje konto

- Zaloguj się
- Nowy użytkownik

WYDARZENIA

- Wiadomości
- Z pierwszej linii
- Badania internetu
- Megapanel PBI/Gemius
- E-biznes od kuchni
- SEM **nowość**
- Agencje interaktywne
- Ludzie internetu
- Wywiady
- Sondy

RAPORTY

- Internetowe oblicza: Ukraina
- eCommerce 2006
- Klienci 2.0

BLOGI

- Salonik

KONFERENCJE

- 2nd Interactive Marketing Meeting **nowość**
- e-commerce 2007
- adstandard 2007
- Internet 2k7
- Klienci 2.0
- Internet 2k6

PORTALE

- Gazeta.pl
- Interia.pl
- O2.pl
- Onet.pl
- Wirtualna Polska

SIECI REKLAMOWE

- AdClick
- Ad.net
- ARBOmedia
- IDMnet

FORUM

- Strona główna
- Wyszukiwanie
- Pomoc
- Regulamin

DOWNLOAD

- Strona główna
- Indeks alfabetyczny
- Indeks wg daty
- Indeks wg popularności

PRACA

- Praca **nowość**

RSS

SUBSKRYPCJA

- Wydarzenia
- Przegląd prasy
- Konferencje IS

Wersja:

- html
- txt

wpisz e-mail

WYŚLIJ

O subskrypcji

Więcej newsletterów
IDG.pl

SONDA

Jaki będzie ten rok dla
serwisu nasza-klasa.pl?

- Dobry. Serwis będzie się dalej

Wiadomości

Nugg.ad w 3 polskich sieciach reklamowych

14 stycznia 2008, 15:11:10

ostatnia aktualizacja: 15 stycznia 2008, 10:44

Nugg.ad, niemiecka firma wchodząca w skład portfela bmp, podpisała umowę z trzema polskimi sieciami reklamowymi: Adnet, ARBOmedia oraz IDMnet. Każda z sieci będzie wykorzystywać opracowaną przez Nuug.ad technologię predykcyjnego targetowania behawioralnego reklam.

Piotr Zalewski

Technologia nugg.ad to połączenie targetowania behawioralnego z danymi zbieranymi za pomocą ankiet internetowych takimi jak informacje demograficzne, o zainteresowaniach czy stylu życia grupy docelowej. Firma Nugg.ad została założona w 2006 r. w Berlinie. Wśród jej klientów znajduje się m.in. SevenOne Interactive, właściciel stacji telewizyjnych ProSieben i Sat1. 35% firmy kontrolują fundusze venture capital bmp AG oraz VC Fonds Berlin.

-Sądymy, że elastyczna oferta łącząca współpracę trzech sieci reklamowych spotka się ze znacznym zainteresowaniem rynku i czołowych reklamodawców - mówi Tomasz Teodorczyk, sales manager nugg.ag na Europę Środkowo-Wschodnią.

Rozwiązania nugg.ag zastosują trzy najważniejsze polskie sieci reklamowe ARBOmedia, Adnet oraz IDMnet. Wszystkie zrzeszone w nich witryny docierają do ponad 90% polskich internautów.

W najprostszej wersji targetowanie behawioralne polega na analizie zachowania internauty i stwierdzeniu na tej podstawie, jakie tematy szczególnie go interesują. W targetowaniu behawioralnym internauta jest najczęściej identyfikowany na podstawie pliku cookie. Jeżeli witryna, które często odwiedza odpowiadają któremuś z profili behawioralnych, to zostaje mu on przyporządkowany i wtedy pokazywane są odpowiednie dla tego profilu reklamy. System nugg.ad jest znacznie bardziej zaawansowany.

Główną zasadą jego działania jest połączenie badania cookies użytkowników, z badaniami ankietowymi, które pozwalają wzbogacić informacje i stworzyć zaawansowany profil użytkownika.

Użytkownik nie jest przypisywany do jednego z góry zdefiniowanego koszyka zachowań. Media planer może stworzyć dowolną liczbę profili. Poprzez panel do zarządzania planowaniem tzw. "nuggalizer", można tworzyć dowolne kombinacje zmiennych (np. wiek 25-30, zainteresowanie: finanse i biznes, osoba samotnie prowadząca gospodarstwo domowe) a system zwróci informacje ilu użytkowników spełnia takie kryteria, tym samym ile jest takich profili. Wszystkie te dane uwzględniane są w czasie rzeczywistym i mogą być od razu przesłane do adserwera, który może momentalnie wyświetlić dopasowaną reklamę dla osoby spełniającej wymagania podane w profilu.

Bmp Media Investors to zarządzana przez fundusz inwestycyjny bmp spółka o wyspecjalizowanym profilu działalności, która inwestuje wyłącznie w segmencie mediów, rozrywki i usług marketingowych w Niemczech oraz w Polsce. Jedną z polskich firm, w które zainwestowało bmp jest Nokaut sp. z o. o.

Prezentację technologii nugg.ad można obejrzeć na stronie producenta: www.nugg.ad/

[więcej wiadomości >>](#)


Aktualizacja:

15 stycznia 2008, 10:44

Tekst został zaktualizowany o informacje dotyczące zasady działania systemu nugg.ad.

POLECAMY

Październikowy ranking serwisów tematycznych




Google Nowe wyzwania na 10-lecie Google




Październikowe wyniki Megapanelu - najpopularniejsze witryny w Polsce



E-biznes od kuchni: Pf.pl



"Człowiek z Polską" story, czyli jak program Tomasa Lisa trafił do sieci



IDMnet rozstaje się z Maciejem Musiołem



EKSPERT FORUM



[Gwidon Humeniuk](#)
Reklama: Ekspert AdNet odpowiada...

Pozostali eksperci

-- wybierz --

IDG TV

Kupujemy.pl - nie przełączaj za zakupy w sieci

Pino TV - telewizja na życzenie... telewizja na żywo

rozwijał - rozszerzy bazę użytkowników, wprowadzi nowe funkcjonalności, zwiększy przychody z reklam.

- Jako taki. Serwis będzie z trudem utrzymywał dotychczasową liczbę użytkowników, prolemy techniczne zniechęca wiele osób.
- Kiepski. Serwis zacznie tracić użytkowników, podobnie jak stało się w przypadku classmates.com. Pod koniec 2008 r. nikt nie będzie o nim mówił.
- Inny. Proszę podać w komentarzu.

WYSIŁ

wyniki sondy
archiwum
dyskusja

Sondy IDG.pl

ocień tekst

aktualna ocena:

4,5

Twoja ocena:

5

Wyslij

[statystyki](#)

[skomentuj](#)

[zobacz komentarze \(9\)](#)

najnowsze opinie

jan b ocena: brak oceny IP: 212.2.96.101 2008-01-14 15:43:07

"predykcyjne targetowanie behawioralne" ja pirniczę :) (ty pierniczysz, on pierniczy, jak w reklamie...)

co to ma byc?
moze jakas polska nazwa dla tej metody???

kole ocena: brak oceny IP: 217.153.23.98 2008-01-14 16:02:17

ech...
no cóż widać ze to jest decyzja polityczna a nie merytoryczna ...

[więcej opinii](#)

- [16.01.2008 Skrót wiadomości IDG.pl - wersja audio](#)
- [European Founders inwestuje w Facebooka](#)
- [Dreamhost pobrał omyłkowo 7,5 mln USD z kont klientów](#)
- [Nasza-klasa pod lupą GIODO](#)
- [Środowy Przegląd Prasy](#)
- [Co się stało z naszą-klasą?](#)
- [Blox pierwszym projektem Agory na Ukrainie](#)
- [15.01.2008 Skrót wiadomości IDG.pl - wersja audio](#)
- [Młodzi bardziej bezpieczni na MySpace](#)
- [Kwestionariusz: Radek Kucko, dyrektor ds. Badań i Analiz w Onet.pl.](#)

IDG Poland S.A.

REKLAM@

Regulamin

Ochrona prywatności

Kontakt

[Kontakt z redakcją](#)

copyright 2003 IDG Poland SA 04-204 Warszawa, ul. Jordanowska 12 tel. (+4822) 321 78 00, fax (+4822) 321 78 88