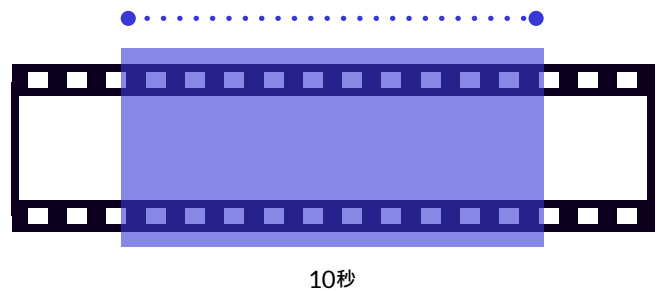
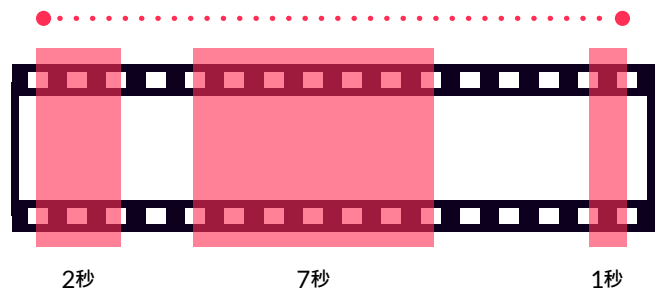


# 考核和评估Mirriad的视觉影响力 评分系统

由于消费者在不断探索方法，通过新技术（比如拦截以及其他广告躲避技术）来消除传统的广告，因此广告客户和市场营销者正在寻求新的、创造性的方法来触及他们的受众。广告技术的进步已为新的广告形式铺平道路，这种新的广告形式可让广告客户通过“移花接木”广告推广品牌信息和产品。由于这些品牌曝光被嵌入进内容中，因此广告客户无需担心广告被消除，相反的可以感到信心十足，他们付费投入的广告会被目标受众看到。

Mirriad首当其冲，推出了新的广告单元“Mirriad移花接木广告单元”，其可在较长的视频中高品质进行10秒品牌曝光。这种曝光可以是连续的，也可以分成不连续的几段。

## Mirriad “移花接木” 广告单元 = 10秒



这些新的形式可以将产品和标识组合，可以包含品牌信息，从而加强影响力。它们可跨整个节目、剧集和市场进行扩展，与其他形式的广告不同，比如传统的植入式广告。

为了让广告客户们采用这些新的广告形式，他们必须能够对这些广告单元的品质和影响力有个评估。为此，需要第三方对新的度量方法进行评估，从而建立信任度、透明度和一致性。

本文阐述了Mirriad“移花接木”广告单元、Mirriad确定其品质所用的度量方法，以及comScore基于Mirriad最近的一次推广活动而进行评估的结果。

## Mirriad的“视觉影响力评分”

Mirriad开发了一套度量技术，确保为“可计费”移花接木广告单元提供高质量的标准。每个度量都有一套参数和加权数，然后将其转化以提供品质可保障的曝光。然后综合这些度量结果，得出视频影响力评分(VIS)。对于可计费的移花接木广告单元，VIS必须达到定义值。评分函数会生成一个0到2之间的数值。分数高于1的项目会被认为“可计费”，而低于1的项目会被丢弃。

为了让Mirriad移花接木广告单元取得VIS度量资格，其必须通过三个门控标准：

### 1. 最短曝光时间

曝光时间低于1秒的所有内容会被忽略。

2. 在屏幕上显示的百分比需要高于预先决定的阈值，其由启动度量的预触发、主触发和用于提醒剧集的后触发组成。

### 3. 清晰度

相对于尺寸，必须高于预先决定的阈值

当Mirriad移花接木广告单元通过上述门控标准后，会基于以下关键参数计算VIS分数：

- 相对于屏幕的曝光尺寸

- 显著性

度量嵌入品牌相对于场景及周围环境的可见程度

- 与情节的接近性

度量与场景中主要情节的接近程度

10秒内广告单元中的每个曝光均使用高于VIS的因子进行评估，会针对每个曝光部分计算这些因子。

品牌框架



VIS门控

- ✓ 最短曝光时间
- ✓ 在屏幕中显示的百分比
- ✓ 清晰度



VIS指标

- ✓ 相对于屏幕的曝光尺寸
- ✓ 显著性
- ✓ 与情节的接近性



可计费广告单元



广告效果研究



可计费广告单元

具有经证实的广告效果

## comScore对VIS的评估

Mirriad与comScore合作，开发并执行独立的评估。之所以选择comScore执行此分析，是基于多个因素，包括但不限于：

- comScore在品牌娱乐度量领域超过13年保持领先，并在生态体系领域拥有独立的定位
- 该公司有能力处理大量的活动
- 其能够提供经得起证明、可扩展的研究优化，例如创意内容评估和完整活动分析，以帮助顾客深入了解移花接木广告之所以产生影响和成功的原因、方法、领域等。

### 目标

本次分析的目标是通过近期的一项活动随机抽取Mirriad“移花接木”广告单元样本并进行研究。目的是创建比较Mirriad的VIS随机样本与参考comScore标准的方法，从而创建用于实时评估Mirriad“可计费”移花接木广告单元的系统。

### 总结

为了解VIS，comScore对Mirriad“移花接木”广告单元样本进行了详细分析，旨在确定Mirriad的VIS是否与comScore的独立参考标准相符合。结果将为建立潜在的基于样本的评估系统提供基础依据，有望后续度量Mirriad移花接木广告活动。

### 研究方法

出于首次研究的目的，comScore采用了多管齐下的测试方法。

### 步骤如下：

- Mirriad向comScore提供了809个广告单元及对应的VIS数据，这些均取自近期的一个Mirriad“移花接木”广告活动，代表本次特定活动中的所有广告单元
- comScore从这些广告单元中随机抽取261份样本进行分析
- comScore通过其品牌内容分类系统对这261个广告单元进行了评分

### 统计结果

针对此活动，使用探索数据分析对comScore指标和Mirriad的VIS之间的相似性、差异和关系进行了对比、比较和了解。

### 分析得出以下三个重要发现：

## 发现1

### VIS和comScore参考标准均非正态分布

Shapiro-Wilk检验法的零假设为总体是正态分布的。如果P值低于选定的 $\alpha$ 水平，将拒绝零假设。证据表明，测验的数据并非来自正态分布群体。在本例中，两个指标均不代表评分的正态分布群体，但在形式上相互一致。

### Shapiro-Wilk检验法测试：0.10 显著性 ( $\alpha$ ) 水平

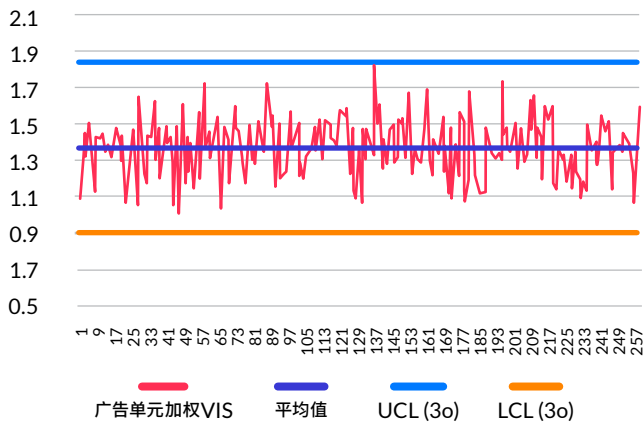
指标	统计值	Df	显著性 (p值)
comScore	.869	261	.000
VIS	.990	261	.086

## 发现2

### VIS样本数据对于此次的主题活动是一致的

样本的VIS分数通过控制图表绘制出来。由于样本VIS分数均匀分布在平均值周围，没有超出上、下限，因此可以看出，VIS样本数据体现了一致性，这对于此类型的指标是很重要的特性。

VIS控制图

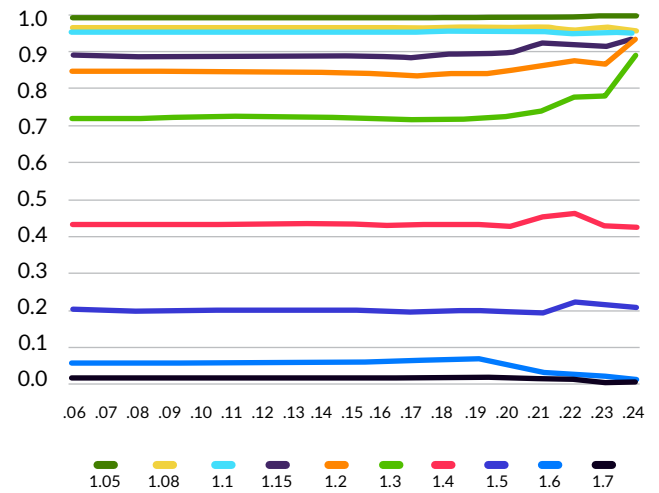


## 发现3

### 经测试的Mirriad移花接木广告单元中的98.5%通过了comScore独立参考标准(基于统计测试)。

使用过滤相关性对每个Mirriad移花接木广告单元的VIS进行了测试，与转化范围内的comScore独立评估和评分进行了对比。结果是值得肯定的。98.5%的Mirriad移花接木广告单元通过了comScore独立参考标准。在此样本活动中，逐步测试为所有结果水平提供了comScore可接受性阈值支持。

逐级测验



## 结论

comScore通过他们自己的品牌内容分类系统对从近期的一次活动中随机抽取的Mirriad“移花接木”广告单元品质指标样本进行了研究，得出此结论：建立客观评估“可计费”移花接木广告单元的流程是可行的。除此初步研究外，持续评估Mirriad广告活动的样本有助于向广告主提供针对性和独立

的担保，即Mirriad的移花接木广告单元由独立的第三方定期执行检查。鉴于此研究和所采用的总体方法，comScore将在未来持续对Mirriad移花接木广告活动提供分析。在部署时，这将提供独立且客观的信息，从而证明Mirriad通过VIS指标向广告主提供所承诺的服务。