

AMBER  
**DATA**

Оценка стоимости данных  
со стороны поставщиков и потребителей:  
варианты подходов и роль ДМП в процессе

**Алексей Каштанов**  
Компания «АмберДата»

**Amber Data** – многофункциональная платформа для сбора, обработки, хранения и управления неперсонализированных данных

DMP

Data  
Exchange

- Партнерские отношения с поставщиками данных: возможность подключения площадок и поставщиков бренд-даты: Avito, Soloway.
- Интеграция с ведущими потребителями данных: Google, GetIntent, Intensy, TrafficDNA, Lotame, RTB-Media.
- Более 400 аудиторных сегментов. Возможность создания кастомных сегментов под нужды потребителей.



# Функции платформы



1. Выявление данных

2. Сбор и организация собственных данных

3. Возможность настройки структуры хранения и организации данных

4. Получение данных из сторонних источников

5. Консолидация и объединение данных

6. Верификация и оптимизация данных

7. Хранение данных

8. Приведение данных в единый формат для использования

9. Импорт данных

10. Мониторинг и отчетность

11. Передача данных в любую систему

1. Достоверность данных
2. Защита данных
3. Какие и почему данные и процессы являются эффективными для достижения лучшего результата
4. Измерение эффективности
5. Прозрачность метода формирования цены

# Brand Data: метод формирования цены



Достоверность данных: Поставщики объявляют источник данных всему рынку, принимают претензии от потребителей и устанавливают собственную стоимость данных



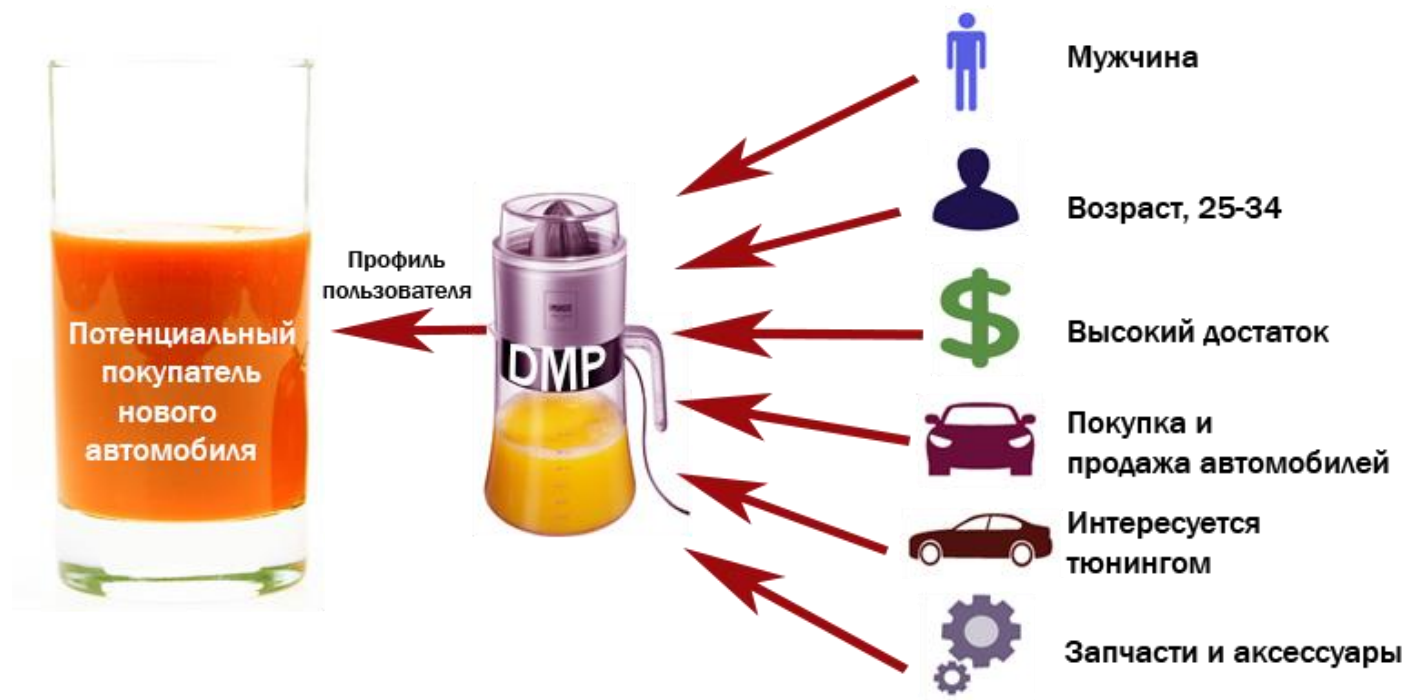
Доля остальных участников которые получают либо фиксированную оплату за использование своей технологии, либо процент от продажи данных.

по использованию данных группы сильных интересов <b>High</b>	35 рублей / CPM
по использованию данных группы средних интересов <b>Medium</b>	25 рублей / CPM
по использованию данных группы слабых интересов <b>Low</b>	15 рублей / CPM
по использованию данных кастомных категорий, отсутствующих в списке базовых категорий	По согласованию Сторон

# Небрендированные данные: метод формирования цены

## Отличия от Brand Data:

1. Защита данных: ДМП не раскрывает рынку происхождение данных, замешивает данные разных поставщиков в единый профиль
2. Контроль за легальностью ложится на сторону ДМП
3. Поставщики объявляют минимальную стоимость данных
4. Поставщики получают либо фиксированную оплату за каждый профиль, либо процент от продажи данных.



# Как это работает

**Площадка получает доступ в систему:**

- Генерит код
- Размечает сегменты
- Получает отчетность

**ДМП:**

- «замешивает» данные различных поставщиков в единый профиль
- Помогает в формировании сегментов
- Отгружает данные в системы
- Формирует отчетность
- Выплачивает по договору оговоренные суммы

Сверка – раз в месяц

Расчеты с поставщиками по модели распределения доходов

The image displays a collage of screenshots from the AMBERDATA web application. The top screenshot shows a table with columns 'Id' and 'TEST:' and a modal window titled 'ИЗМЕНЕНИЕ ПЛЕЙСМЕНТА' with a 'СВОЙСТВА' tab. The modal contains fields for 'Id: 5', 'Наименование: TEST: Тра...', 'ID Приложения: 5', 'Автор создания: apiuser', and 'Дата создания: 28.03.201...'. Below it, another screenshot shows 'ИЗМЕНЕНИЕ КАТЕГОРИИ: AVTOS' with a 'СВОЙСТВА' tab. This modal includes fields for 'Id: 298816', 'Наименование: Avtos', 'ID Партнера:', 'Значение в терминах Партнера:', 'Измерение: Interest (7)', 'Таксономия: VIG-NEW (104)', 'Автор создания: apiuser', 'Дата создания: 24.01.2015', 'Автор изменений: apiuser', and 'Дата изменений: 24.01.2015'. To the right, a yellow login panel features the AMBERDATA logo, a login field, a password field, a 'LOG IN' button, and links for 'Remember login' and 'Forgot password?'. A 'УДАЛИТЬ' button is also visible in the bottom right of the screenshots.

# Сильные и слабые стороны подходов

## **Брендированная дата**

1. Потребитель знает источник данных
2. Ограниченный охват и глубина, для увеличения которого необходимо докупать сторонние данные, что приведет к увеличению конечного коста

## **Небрендированная дата**

1. Потребитель не знает всех источников данных
2. Больше глубина знаний и охват за меньшую стоимость



Спасибо за внимание!

Алексей Каштанов,  
Компания «АмберДата»

[www.amberdata.ru](http://www.amberdata.ru)

+7-963-770-12-44

[ak@amberdata.ru](mailto:ak@amberdata.ru)