



Traffic Audit

Media Audit från Kantar revidering av webbplats
- regelverk och guideline för trafikmätning



POWERED BY

KANTAR

| Sifo

Traffic Audit

Kantar Media Audit revidering av webbplats – regelverk och guideline för trafikmätning

ÖVERSIKT

Kantar Media Audit reviderar webbplatsers mätningar av besöks trafik och rapporterar reviderad data. Detta säkerställer att användningen av digitala reklammedier mäts enligt konsekventa kriterier och att grundläggande jämförbara data om effektivitet, utvärdering och planering av reklammedieanvändning alltså är tillgängliga för reklammarknaden.

För att publicera webbtrafiksiffror i Mediafacts krävs Traffic Audit.

Publicering av trafiksiffror sker dels i onlineverktyget Mediafacts, med korrekta och jämförbara uppgifter till gagn för annonsörer, annonsförmedlare, medierådgivare, reklambyråer och medier. Dels också på Kantar Sifos webbplats.

IAB Sveriges kunder har rätt att välja om de vill publicera sina resultat i Kantar Media Audits kanaler.

Förhållandet mellan Kantar Media Audit och sajtägare regleras genom ett separat avtal mellan dessa två parter. Avtalet innehåller bland annat regler för transparens avseende samarbetet och rätt till stickprovskontroller.

Kantar Media Audit erbjuder en omfattande granskning som innefattar följande gällande digitala informationsplatser:

- Efterlevnad av riktlinjer, såsom regelverk och guidelines
- Korrekthet i implementation av mätskript
- Säkerställning av kvalitativ trafik bestående av mänskliga besökare
- Noggrant rapporterad besöksstatistik
- Inkludering av insikter utifrån granskning i befintligt analysystem
- Mätning sker av all trafik som går att mäta, oavsett om webbplatsen visas i desktop-, mobil- eller tabletmiljö

Regelverk

Regelverket är framtaget inom en regelgrupp och grundar sig på digitalindustrins etablerade regler kring mätningar, guidelines och standarder.

Traffic Audit har till syfte att ge riktlinjer för fastställande av korrekta och jämförbara uppgifter till gagn för annonsörer, annonsförmedlare, medierådgivare, reklambyråer och medier.

Med revision avses granskning för att få jämförbara data och att säkerställa att gällande standard efterlevs. De olika mått som redovisas ska samtliga tas fram på ett sätt som följer de definitioner som marknaden har satt. Revisionen skall säkerställa att de mått som redovisas verkligen avser de objekt som sägs mätas.

Accepterad diskrepans om 10% i enlighet med definitioner som marknaden har satt. Vid avvikelser som överstiger detta ska sajtägare förklara varför mätvärde är rimligt och redogöra för hur man mäter och därför får det resultat som påvisats.

Om sajtägare anger trafiksiffror/uppgifter i marknadsföringssammanhang ska man tydligt ange källa enligt följande; Kantar Media Audit.

REDOVISNING, RAPPORTERING OCH INTYG

Kantar Media Audit erbjuder följande inom ramarna för Traffic Audit:

- **Analys/kontrollmätning av användarbeteende på sidor under en domän**
- **Redovisning sker i måtten unika besökare, besök och sidvisningar, tid per besök samt när applicerbart prenumeranter**
- **Granskar befintligt analyssystem**
- **Jämför och utvärderar ifall det finns diskrepanser mellan befintligt analyssystem och revisionsystem**
- **Redovisningsperiod är den period för vilken uppgift lämnas på Traffic Audit intyg. Längsta redovisningsperiod är per år**
- **Inget glapp får finnas mellan redovisningsperioderna**
- **Revisionsintyg utfärdas för varje enskild webbplats på årsbasis**
- **Trafikresultat redovisas veckovis på Kantar Sifos webbplats och i Mediafacts**
- **Revisionsrapport kombinerar resultat och bistår med kommersiella och tekniska slutsatser och levereras kvartalsvis**
- **För TS-anslutna tryckmedier sker publicering för respektive varumärke i Mediafacts**
- **Intygssymbol publiceras i Mediafacts**
- **Intygssymbol (digital) samt revisionsintyg och revisionsrapport för medieägares användning i exempelvis marknadsföringssyfte levereras till sajtägaren**

BEHÖRIGHET FÖR REVISION

För att uppfylla kraven för att genomgå revision och möjlighet till ackreditering gäller följande för sajtägare:

Kantar Media Audit/TS-anslutet media uppfyller aktuellt regelverk och guidelines.

Samt accepterar publicering på Kantar Sifos webbplats och i Mediafacts.

REVISIONSFÖRFARANDE

Genom att utföra revidering på stickprovsbasis avser Kantar Media Audit med revision kunna uppfylla följande:

- **Undersöka trafikförändringar**
- **Förklara trafikförändringar**
- **Utreda om Bot-filter används**
- **Påvisa var trafik kommer ifrån**

DEFINITIONER AV MÄTOBJEKT

För att tillgodoräkna trafik till en sajt ska följande villkor vara uppfyllda:

- Juridiskt villkor: Sajten måste antingen ägas av Kantar Media Audit kund eller ha avtal med ägaren som visar att Kantar Media Audit kund disponerar sajt/trafik som räknas. Alla sådana förhållanden måste dokumenteras i särskilda samarbetsavtal för att vara giltiga. Ägarskap definieras som mer än 50 % ägarandel.
- Webbplats: med webbplats avses de sidor/innehåll som redovisas under en domän. Om det finns flera domäner räknas dessa som olika webbplatser. Det är tillåtet att mäta och redovisa alla sidvisningar på sajten oavsett om de är annonsbärande eller ej genom taggning.
- Trafik kan endast tillgodoräknas en domän. För att tillgodoräkna sig trafik måste villkor i regelverket vara uppfyllda. All trafikdata filtreras från kända robots/crawlers. Avvikelse högre än diskrepans om 10% kommer att påvisas.
- Cookies: Mätning av enskild domän ska ske med förstapartscookie. Cookies måste vara beständiga och leva åtminstone så länge som mätning pågår.
- Prenumeranter: För TS-anslutna medier som erhåller revision för tryckt media kan vi utföra även en granskning av befintliga digitala prenumeranter.

AVVIKELSER

Vid diskrepans över 10% gäller följande:

1. Felsökning av sidvisningar, besök/sessions och unika webbläsare.
2. Åtgärdsförslag presenteras med en tidsfrist för åtgärd.
3. Sanktioner vid utebliven åtgärd inom angiven tidsfrist kan innefatta att trafiksiffror inte publiceras alternativt att trafiksiffrorna halveras inför publicering.
4. Sanktioner framgår i publiceringen.

DEFINITIONER AV MÅTT

Webbplats

Webbplats eller sajt som har en eller flera webbsidor som uppvisar innehåll som hämtas från Internet. En webbplats/område är tillgänglig för allmänheten på internet. Exkluderat från detta är nyhetsbrev.

Mätscript / tagg

En kod som används för att hämta statistik.

Trafiksiffror/Besöksstatistik

Är de mätresultat som kommer ut av trafikmätningar som görs genom mätscript / tagg.

Analysverktyg

Ett verktyg för mätning och vanligen utvärdering av webbplats- och besöksstatistik.

Cookie

Cookie skall vara beständig och leva längre än mätperioden.

Sidvisning

En sidvisning på en webbplats räknas när en sida laddats och visats på skärmen. En ny sidvisning kan endast räknas när mer än 50% av innehållet på webbplatsen har blivit uppdaterat eller ändrat genom aktivitet utförd av användaren. Med sidvisning räknas också "infinite scroll". Sidvisning innebär att en fil eller en kombination av filer skickas till en användare som ett resultat av dennes förfrågan om tillgång till denna/dessa fil/er. En förfrågan av en giltig användare ska resultera i en Sidvisning.

Session

Motsvarar en serie av en eller flera sidförfrågningar, i en obruten serie, till en besökare som slutar när det är minst 30 minuter mellan följande sidförfrågningar för denna besökare.

Unika Webbläsare

Antalet unika webbläsare beräknas med hjälp av förstaparts-cookie.

Återkommande unika besökare

Totalt antal unika besökare som gör fler än ett besök.

Enstaka unika besökare

Totalt antal unika besökare som gör endast ett besök.

Unika interaktiva besökare

Totalt antal unika besökare som gör en eller flera interaktivtsidförfrågningar.

Total tid

Total tid i sekunder för alla besök med fler än en sidförfrågan delat med totala antalet sådana besök.

Unika besökare varaktighet

Total tid i sekunder för alla besök med fler än en sidförfrågan delat med totala antalet unika besökare som gör sådana besök.

Desktop

Enhet som kan besöka webbplatser och appar och som har en skärm på 7 tum eller mer.

Prenumerant

Mediet levererar en återkommande tjänst till en digital prenumerant för viss tid eller tills vidare, mot betalning, vanligen i abonnemangsform.

Implementation av mätscript

För att en webbplats data ska kunna revideras av Kantar Media Audit måste domänen ha korrekt implementerat revisionscript som förmedlas via Kantar Media Audit. Den implementerade taggen möjliggör exakt, konsekvent och ger realtids mätning av unika webbläsare på en webbplats. Varje gång en webbplats laddas på en webbläsare skickar taggen anonym, avpersonifierad data till datainsamlingsservern. Denna data hämtas och hanteras sedan av Kantar Media Audit.

1. Mätscript implementeras på sajten, inte i annonshanteringsystem

Mätscriptet ska placeras på samma manér som befintligt analyssystem, förutsatt att detta är implementerat på korrekt sätt. Det mest praktiska tillvägagångssättet är att taggen placeras i botten av webbplatsens huvudsida.

2. Ett mätscript för en sidvisning per sida

Endast en tagg kan placeras per webbplats oavsett antal sidelement eller frames som finns på webbplatsen. I vanliga fall ska enbart huvudsidan ha tagg implementerad, i footern av sidan, detta för att undvika dubbeltäckning.

Dubbeltäckning sker vanligen med dessa inbäddade sidelement:

- **Iframe-innehåll**
- **Dynamiskt uppdaterat innehåll, såsom nyhetspuffar, grafer eller tabeller**
- **Bildgallerier och bildspel**
- **Mutlimedia, video och flash såsom videospelare**

Vid tillfällen då en sajtägare behöver ha flera mätscript för dess analyssystem kommer dessa att konfigureras med unika Idn så att de kan exkluderas från revisionsintyg och revisionsrapport.

3. Nå riktiga människor med bra användarbarhet

Enbart innehåll som uppvisas för användare i öppen sida i webbläsaren bör räknas. Webbplatser och element som inte kan uppvisa detta är vanligen:

- **Levererat innehåll som inte matchar förfrågan från användaren**
- **Innehåll levererat via annonshanteringssystem, såsom en ad server**
- **Pop-underinnehåll**
- **Pop-upinnehåll**
- **Take Over och annat Overlay innehåll**

4. Automatgenererad sidförfrågan och sidvisning

En ny sidvisning kan endast räknas när mer än 50% (maximerat webbläsarfönster) av innehållet på webbplatsen har blivit uppdaterat eller ändrat genom aktivitet utförd av användaren.

Att klicka sig fram via roterande miniatyrer av innehåll som förekommer som inbäddade element i ett sidofält bör inte vara kodat så att en ny sidvisning registreras om man enbart laddar om denna widget.

Innehållet behöver inte vara anpassat för annonsstöd, men annonslösningar kan i speciella fall stöda integrationen för att inkluderas i innehåll så att annonser blir korrekt presenterade.

5. Framgångsrik leverans av innehåll

Enbart innehåll som har uppvisats för användare i webbläsaren kan inkluderas i mätningar. Denna regel är avsedd att säkerställa att webbplatsen och annan media framgångsrikt har levererat det specifika innehållet innan det tillgodoräknas. Den mest praktiska följden är att taggen placeras i botten av webbplatsens huvudsida.

Vanliga innehållsexkluderingar:

- Begäran om filer som inte kan bevisas som visade (exempelvis PDF)
- E-post nyhetsbrev
- Användaråtgärder såsom musklick

Digitala prenumeranter

En digital prenumerant har ingått ett avtal med mediet om kontinuerlig förskottsbetald leverans av digitalt innehåll. Denne kan ingå i ett avtal rörande ett abonnemang. Ett abonnemang innebär att mediet levererar en återkommande tjänst till prenumeranten för viss tid eller tills vidare.

Hur prenumeranten kommer åt det digitala innehållet kan variera, bland annat genom följande:

- Besök av webbplats, mycket av innehållet är vanligen tillgängligt genom en personlig inloggning
- Nyhetsbrev

Kantar Code of Business Conduct

Kantar Media Audit är en del av WPP-koncernen och har som rutin att informera alla nya kunder om "WPPs Code of Business Conduct".

Detta för att leva upp till de amerikanska SOX-reglerna, som måste följas av alla bolag som är noterade på den amerikanska börsen. De kom till som en följd av bl.a. Enrons konkurs.

Lagen är till för att stärka företagens interna kontroller och förhindra fusk och bedrägerier. WPPs Code of Business Conduct finns att läsa på WPPs hemsida: www.wpp.com