

## Attention Unit (AU) Optimizasyonu Hedeflenebilir Hale Geliyor

İlk sayımızda dikkat çektiğimiz konulardan birisi de “Attention Unit (AU)” metriğiydi. Bu konuyla ilgili yazımızı okuyamayanlar ya da yeniden göz atmak isteyenler yazıya [buradan](#) ulaşabilirler.

Bu metriğin ilerleyen dönemlerde kampanya KPI’ları arasına gireceği çok aşikâr. Reklamverenler kreatif çalışmalarına ve medya yatırımlarına dikkati ölçen bu çok kanallı metriğe çok daha önem vermeye başlayacak gibi duruyorlar. Diğer yandan medya ajansları da kampanyalarını en ince ayrıntısına kadar optimize etmek ve kampanya çıktılarına dair detaylı raporlamalar yapabilmek adına bu metriğe fazlasıyla ihtiyaç duyacaklar.

Şu an sektörde bu metrik Adelaide tarafından kampanya sonrası analizi olarak raporlanmakta. Yani herhangi bir DSP üzerinde kampanya öncesinde hedeflenebilir değil. Sektördeki bu açıktan yola çıkan Yahoo, Adelaide ile bir iş birliğine imza atarak bu metriği DSP üzerinde hedeflenebilir bir hale getiriyor. Geliştirmenin 2023 Q3 içerisinde kullanıma açılacağı belirtildi.

Bu entegrasyon Yahoo’yu AU’yu hedefleme segmentlerinde sunan ve Adelaide API’si aracılığıyla veri entegre eden ilk DSP haline getiriyor. Bu durumda, Yahoo AU’dan faydalanma ve daha etkili reklam stratejileri için gerçek zamanlı verileri kullanma konusunda rakiperinden bir adım öne çıkıyor. Şüphesiz ki atılan bu adım diğer DSP sahibi şirketler tarafından da yakından takip ediliyor. Beklenen başarıyı yakalaması durumunda ilerleyen dönemlerde bu entegrasyonu diğer DSP’ler için de konuşuyor olabiliriz.

Konu hakkında detaylı okuma için [buradaki](#) linkten faydalanabilirsiniz.

Kaynakça:

<https://www.adweek.com/programmatic/yahoo-adelaide-attention-advertising/>

Sinan Can Bitiren