

# DSP - Formulario CAMPAÑA

**CAMPAÑA** es el primer formulario visible al dar de alta o editar una nueva campaña en la plataforma. Define los objetivos cuantitativos de la misma y su identidad.

## Contenido

- ¿Dónde encuentro el formulario CAMPAÑA?
- ¿Para qué sirve el formulario CAMPAÑA y qué campos encontramos en él?
- ¿Como se deben completar los campos del formulario CAMPAÑA?
  - Campos de categoría General
  - Campos de categoría Objetivo
  - Campos de la categoría Opciones de frecuencia

## ¿Dónde encuentro el formulario CAMPAÑA?

El formulario **CAMPAÑA** podemos visualizarlo al crear una nueva campaña o editar una existente. Es el formulario inicial que se desplegara al realizar cualquiera de estas dos operaciones, y al navegar dentro de los diferentes formularios para definir la campaña, lo podemos desplegar seleccionando desde el menú lateral **CAMPAÑA > CAMPAÑA**



[Volver a la tabla de contenido](#)

## ¿Para qué sirve el formulario CAMPAÑA y qué campos encontramos en el?

Este formulario posee los campos que definen la facturación y el objetivo cuantitativo de la campaña. Algunos de estos datos son obligatorios y se encuentran señalados con texto en **negrita** (1). Una vez completado estos datos, el estado de la campaña puede ser guardado mediante el botón **Guardar** (2) ubicado arriba a la derecha. En caso de querer descartar los cambios realizados que no fueron guardados, podemos hacerlo mediante el botón **Cancelar** (3)

The screenshot shows the 'Nueva campaña' form. The 'General' section is highlighted with a red box labeled '1'. The 'Guardar' button is highlighted with a red box labeled '2', and the 'Cancelar' button is highlighted with a red box labeled '3'. The form fields include:

- Nombre
- Oferta CPM por defecto (USD)
- Precio sugerido: US\$1,31
- Precio de cobro anunciante (USD)
- Anunciante
- Grupo de campañas
- Comisión agencia
- Costo operativo
- Dispositivo
- Valor mínimo de visibilidad
- Contabilizar viewability
- Objetivo de impresiones



### Atención

En el caso de nuevas campañas, es necesario completar los datos obligatorios y guardar al menos una vez el estado para que se habilite el formulario CAMPAÑA > ANUNCIOS

[Volver a la tabla de contenido](#)

## ¿Como se deben completar los campos del formulario CAMPAÑA?

Los campos del formulario CAMPAÑA se deben completar de la siguiente manera:

### Campos de categoría General

En esta categoría encontramos lo siguiente:

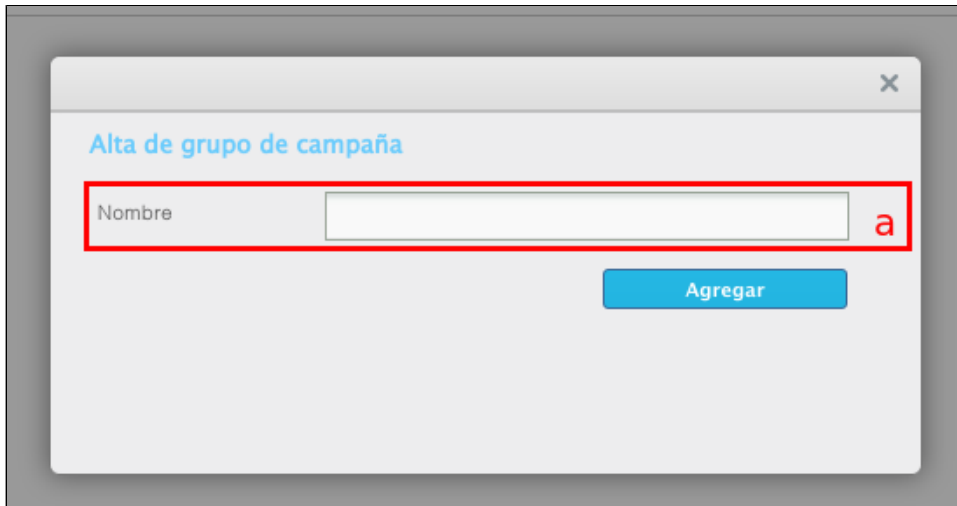
**General**

Nombre	<input type="text"/>	1
Oferta CPM por defecto (USD)	<input type="text"/> Precio sugerido: U\$S1,31	2
Precio de cobro anunciante (USD)	<input type="text"/>	3
Anunciante	<input type="text"/> <input type="button" value="Agregar"/>	4
	Categoría: Business	
Grupo de campañas	<input type="text"/> Ninguno <input type="button" value="Agregar"/>	5
Comisión agencia	<input type="checkbox"/> <input type="text"/> 0,00 <input type="text"/> USD	6
Costo operativo	<input type="checkbox"/> <input type="text"/> 0,00 <input type="text"/> USD	7
Dispositivo	<input type="text"/> Todos	8
Valor mínimo de visibilidad	<input type="text"/> Desactivado	9
Contabilizar viewability	<input checked="" type="checkbox"/>	10

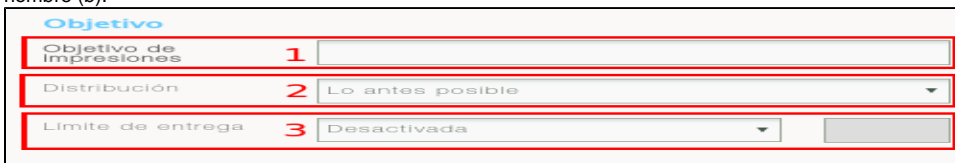
- Nombre:** Este campo debe completarse con el nombre de la campaña. Este nombre sera el identificador de la misma en listados y estadísticas de la plataforma.
- Oferta CPM por defecto (USD):** Este campo debe completarse con el valor máximo a pagar por CPM (mil impresiones). Este estará expresado en USD. Se indica un precio sugerido que se va actualizando constantemente con valores del mercado.
- Precio de cobro anunciante (USD):** Este es un campo opcional, que permite indicar el CPM que se le cobrara al anunciante. Permite así obtener estadísticas de la ganancia generada.
- Anunciante:** Este campo indica el anunciante al cual se corresponde la campaña. Todas las campañas deben poseer un anunciante asociado que fue definido al momento de crearla. Se puede seleccionar un anunciante existente o desde el botón **Agregar** crear uno nuevo para utilizarlo. En este ultimo caso, una ventana emergente solicitara un nombre (1), url (2) y categoría IAB (3) para agregar el mismo.

A modal window titled 'Agregar' (Add) with a close button (X) in the top right corner. It contains three input fields, each highlighted with a red box and a red number: 1. 'Anunciante' (Advertiser) with an empty text box. 2. 'URL' with a text box containing 'http://'. 3. 'Categoría' (Category) with a dropdown menu showing '-Arts & Entertainment'. Below these fields is a blue button labeled 'Agregar'.

- Grupos de campañas:** Este es un campo opcional. Permite agrupar las campañas dentro de un grupo existente, o agregar un nuevo grupo mediante el boton **Agregar**. Al agregar un nuevo grupo se nos solicitara un nombre para identificarlo (a)



Luego de su creación, el grupo sera listado pudiendo seleccionarse (a). Al ser seleccionado, se nos brindara ademas la opción de editar su nombre (b):



Los grupos permiten obtener informes para el conjunto de campañas asociadas. Además, esta practica permite también agrupar las campañas en los listados (a) bajo el nombre del grupo (b) y aun así desplegar estos grupos listados para ver información independiente de cada campaña (c):

Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,01	07/02/2018 1...	-	-
Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,01	07/02/2018 1...	-	-
Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,00	05/31/2018 1...	-	-
Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,01	05/31/2018 1...	-	-
Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,01	05/31/2018 1...	-	-
Activa/en ...	0	0	0	0	0	-	\$0	\$0,01	07/02/2018 0...	-	-

6. **Comisión agencia:** Este es un campo opcional. Al activarse, permite indicar la comisión que cobra la agencia por las impresiones corridas. Se puede expresar en un precio fijo en USD o un porcentaje sobre el precio pagado por CPM. En este ultimo caso, el porcentaje se expresa en números enteros.

**Ejemplo**

supongamos que deseamos indicar una comisión de agencia de 16% , en ese caso se debemos completar el campo de la siguiente manera:

7. **Costo operativo:** Este es un campo opcional. Al activarse, permite indicar un costo operativo asociado que se cobrara al anunciante por las impresiones corridas. Se puede expresar en un precio fijo en USD o un porcentaje sobre el precio pagado por CPM. En este ultimo caso, el porcentaje se expresa en números enteros.

**Ejemplo**

supongamos que deseamos indicar un costo operativo de 23% , en ese caso se debemos completar el campo de la siguiente manera:

8. **Dispositivo:** Este es un campo opcional que permite por defecto ofertar por trafico en cualquier tipo de dispositivo (1), limitar la oferta solo a trafico proveniente de dispositivos de escritorio (2), o limitarlo solo a trafico proveniente de dispositivos moviles (3).

Dispositivo: Todos

1 Todos

2 Escritorio

3 Movil

9. **Valor mínimo de visibilidad:** Este es un campo opcional que permite limitar la oferta solo al trafico proveniente de espacios que posean un promedio de visibilidad igual o mayor a un valor específico. Los valores mínimos de visibilidad que permite seleccionar son 30%, 50%, 70%, 80%, 90% y 100%. Si se selecciona la opción **Desactivado** se ofertara indistintamente de la visibilidad del espacio.
10. **Contabilizar viewability:** Este es un campo opcional que activa la contabilización de impresiones vistas según [definición del IAB](#) . Cuando este campo se active, no solo se contabilizaran las impresiones totales de la campaña, sino ademas cuantas de estas impresiones cumplieron con la condición de visibilidad. Luego, desde la pestaña **Reportes** se podrá acceder a informes preconfigurados sobre estos datos recolectados.

[Volver a la tabla de contenido](#)

## Campos de categoría Objetivo

En esta categoría encontramos lo siguiente:

Objetivo

Objetivo de Impresiones 1

Distribución 2 Lo antes posible

Límite de entrega 3 Desactivada

1. **Objetivo de impresiones:** Este campo permite establecer el objetivo de impresiones a comprar. Una vez alcanzado el mismo, la campaña se detendrá automáticamente. De la relación entre este objetivo, la cantidad comprada en tiempo real y el tiempo de vida asignado a la pauta, se calculara el indice de atraso. El indice de atraso se puede visualizar en el listado de campañas:

Nombre	Estado	Monto		Importe consumi...	Oferta CPM por d...	Fecha inicio	Fecha fin	Cumplimiento
		Cantidad de ...	Cantidad de ...					
	Activa/en ejecución	242.357	0	\$209,66	\$1,50	11/09/2017 14:30:00	30/09/2017 23:00:00	75.74%
	Activa/en ejecución	461.660	0	\$478,88	\$1,50	11/09/2017 14:32:39	30/09/2017 23:00:00	92.33%
is - 320x50	Pausada	13.204.868	0	\$13.079,68	\$2,40	12/07/2017 13:24:19	01/10/2017 00:00:00	-
is - Interstitial	Pausada	24.816.583	0	\$24.921,05	\$2,50	12/07/2017 13:27:33	01/10/2017 00:00:00	-
Desktop 1x1	Pausada	167.301	0	\$128,58	\$1,00	09/08/2017 14:13:01	31/08/2017 23:00:00	72.74%
[x1] - Mobile	Pausada	197.058	0	\$167,55	\$1,50	09/08/2017 14:20:56	31/08/2017 23:00:00	85.68%
x60	Pausada	4.100	3	\$2,04	\$0,80	11/08/2017 10:49:03		-
	Pausada	38.949	0	\$19,58	\$1,50	15/08/2017 16:00:00	30/09/2017 23:00:00	0.56%
	Pausada	238.160	0	\$120,29	\$1,50	15/08/2017 16:03:48	30/09/2017 23:00:00	3.45%



### Atención

Solo puede calcularse sobre campañas con limite de impresiones y fecha de fin.

2. **Distribución:** Si en este campo se selecciona **"Lo antes posible"**, se intentara efectuar la compra de cualquier inventario que cumpla con el target disponibilizado, buscando cumplir con el objetivo lo antes posible. Si en cambio se selecciona **"Distribución uniforme"**, la compra se distribuirá uniformemente en el tiempo, proporcionandose para cumplir con el objetivo de manera gradual. Esta proporción se ajustara automáticamente en el tiempo si la compra se viera afectada, evitando así el incumplimiento de la campaña.



#### Atención

Si se utiliza "*Distribución uniforme*", la fecha de fin sera obligatoria en la campaña.

3. **Límite de entrega:** Este campo posee tres estados posibles
  - a. **Desactivada (Por defecto):** En este caso el campo no tendrá efecto.
  - b. **Máximas impresiones por día:** Si se selecciona esta opción, se podrá indicar una cantidad máxima de impresiones a comprar por día.
  - c. **Consumo máximo en USD por día:** Si se selecciona esta opción se podrá indicar una cantidad máxima de saldo en USD a utilizar para comprar por día.

[Volver a la tabla de contenido](#)

## Campos de la categoría Opciones de frecuencia

En esta categoría encontramos lo siguiente:

Opciones de frecuencia	
Impresiones por sesión	1
Intervalo entre sesiones (en horas)	2
Impresiones por usuario (para toda la pauta)	3
Mostrar una sola vez por pageview <input type="checkbox"/>	4

1. **Impresiones por sesión:** Este campo permite especificar un límite de impresiones a mostrar por usuario único durante una sesión. Si se deja vacío no se aplicara limite.
2. **Intervalo entre sesiones (en horas):** Este campo permite expresar en horas, cuanto durara la sesión del usuario. En caso de dejarse vacío se considerara un intervalo de 30 minutos.
3. **Impresiones por usuario (para toda la pauta):** Este campo permite especificar un límite de impresiones a mostrar por usuario en toda la duración de la campaña. Si se deja vacío no se aplicara limite.

[Volver a la tabla de contenido](#)

---

## Contenido