

### Tytuł projektu

„Platforma segmentująca użytkowników i przekazy reklamowe na podstawie danych z aplikacji mobilnych oraz cech osobowości”

- **wartość projektu: 10.140.493,05 złotych**
- **wartość dofinansowania: 7.794.450 złotych**
- **okres realizacji w latach 2020-2022**

Projekt współfinansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach programu Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020. Numer naboru: 2/1.1.1/2019

Konkurs Ścieżka dla Mazowsza

wniosek o dofinansowanie projektu

Numer wniosku o dofinansowanie: MAZOWSZE/0045/19

Numer konkursu: Ścieżka dla Mazowsza/2019

Celem Projektu jest ograniczenie ilości emitowanych reklam poprzez podniesienie ich jakości. Zadanie zrealizowane będzie poprzez stworzenie automatycznych i samouczących się mechanizmów profilowania użytkowników urządzeń mobilnych i emitowanych im reklam. Profilowanie będzie się odbywać na bazie danych z aplikacji mobilnych oraz pięcioczynnikowego modelu osobowości. Dzięki temu możliwe będzie podniesienie trafności wyświetlanej reklamy na urządzeniu mobilnym poprzez lepszy dobór miejsca i czasu emisji oraz dopasowanie kreacji reklamowej do zidentyfikowanego użytkownika. Cel Projektu będzie realizowany poprzez zastosowanie uczenia maszynowego oraz wzbogacenie informacji o użytkownikach urządzeń mobilnych o dane psychologiczne. Zastosowanie uczenia maszynowego możliwe będzie dzięki pasywnym danym o użytkownikach urządzeń mobilnych posiadanych przez Spicy Mobile:

- bardzo dokładne dane pozyskiwane z panelu badawczego Mobience (dane zbierane od 2000 respondentów w sposób ciągły od 01.2015r)
- dane ze sposobu używania aplikacji mobilnych (ok. 2,5 mln ID urządzeń mobilnych, które Spicy Mobile analizuje w sposób ciągły)
- dane o 8mln ID, którym Spicy Mobile przynajmniej raz wyemitowała reklamę.

Projekt cechuje nowość w postaci:

1. Wykorzystania danych z aplikacji mobilnych do stworzenia mechanizmów profilujących
2. Wprowadzenie danych o profilach psychologicznych wg m.in. modelu Wielkiej Piątki
3. Stworzenie mechanizmu automatycznego dopasowywania kreacji do ID

Badania przemysłowe realizowane w punkcie 1 i 2 zostaną zintegrowane z systemami tzw. programmatic buying w punkcie 3 oraz zostaną przebadane w warunkach rzeczywistych.

Wyniki Projektu zostaną wdrożone we działalności Spicy Mobile, co wpłynie na poprawę skuteczności wyświetlanej reklamy (mierzonych CTR i konwersją), a to z kolei będzie skutkowało ograniczeniem kontaktu użytkownika z niechcianą reklamą.