Cookie Apocalypse 2021?

Deli Norbert
EMOKxIAB Workshop
2021.06.25.

HD marketing

MIRŐL LESZ SZÓ?

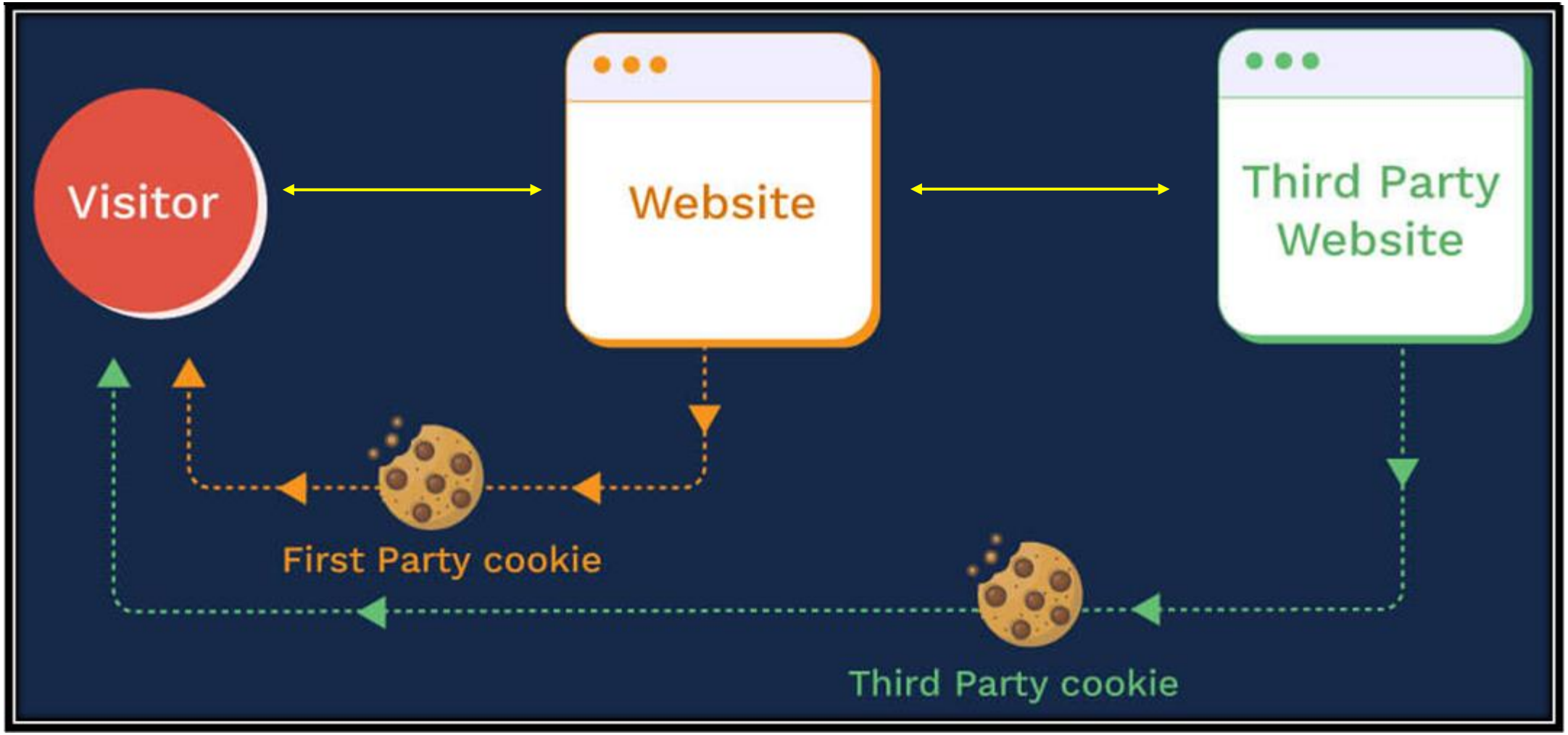
MEKKORA A BAJ?

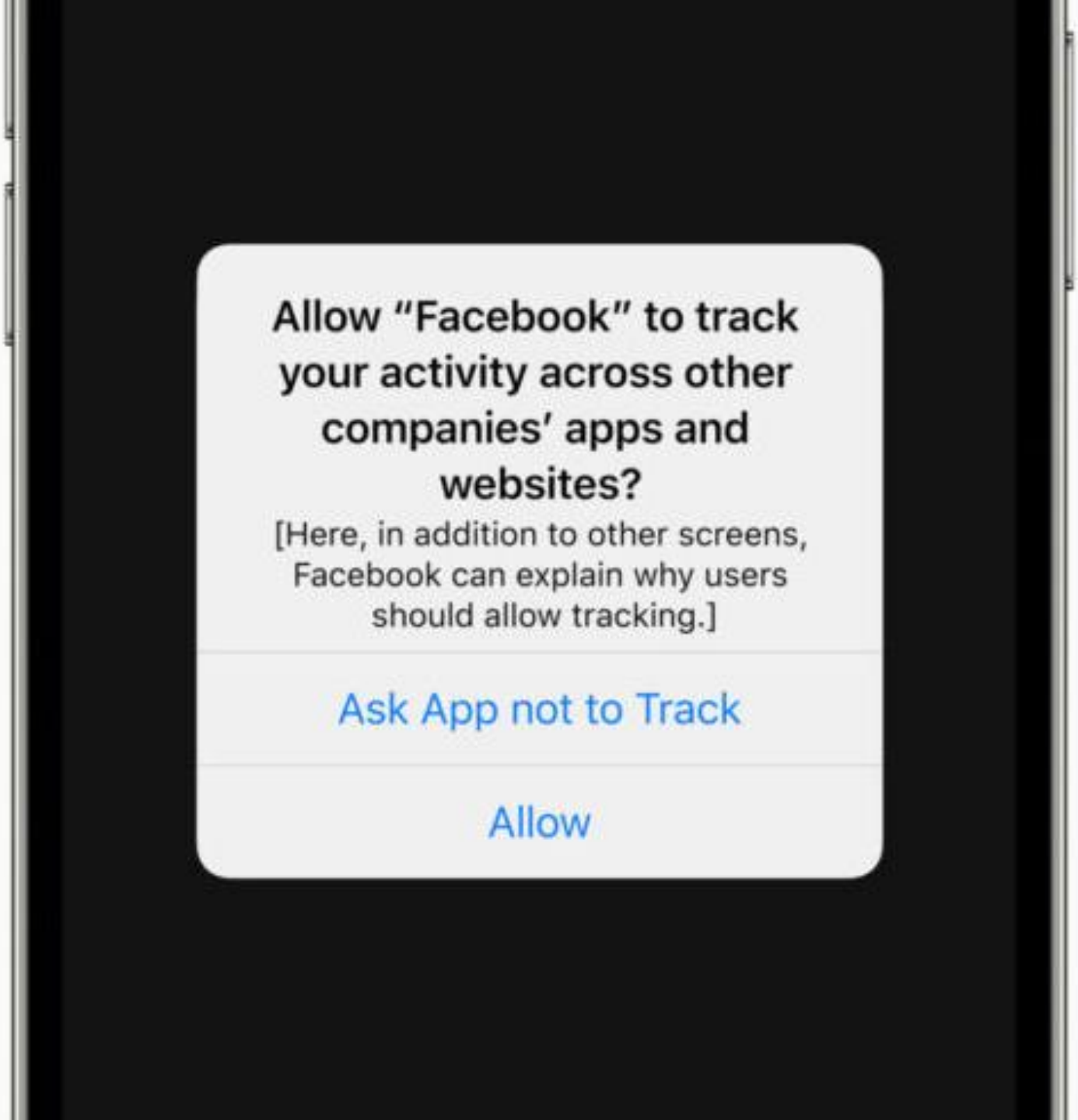
KICSIK ÉS NAGYOK

LÁTHATÓ IRÁNYOK

HOGYAN TOVÁBB?

Milyen típusú adatok is vannak „veszélyben”?



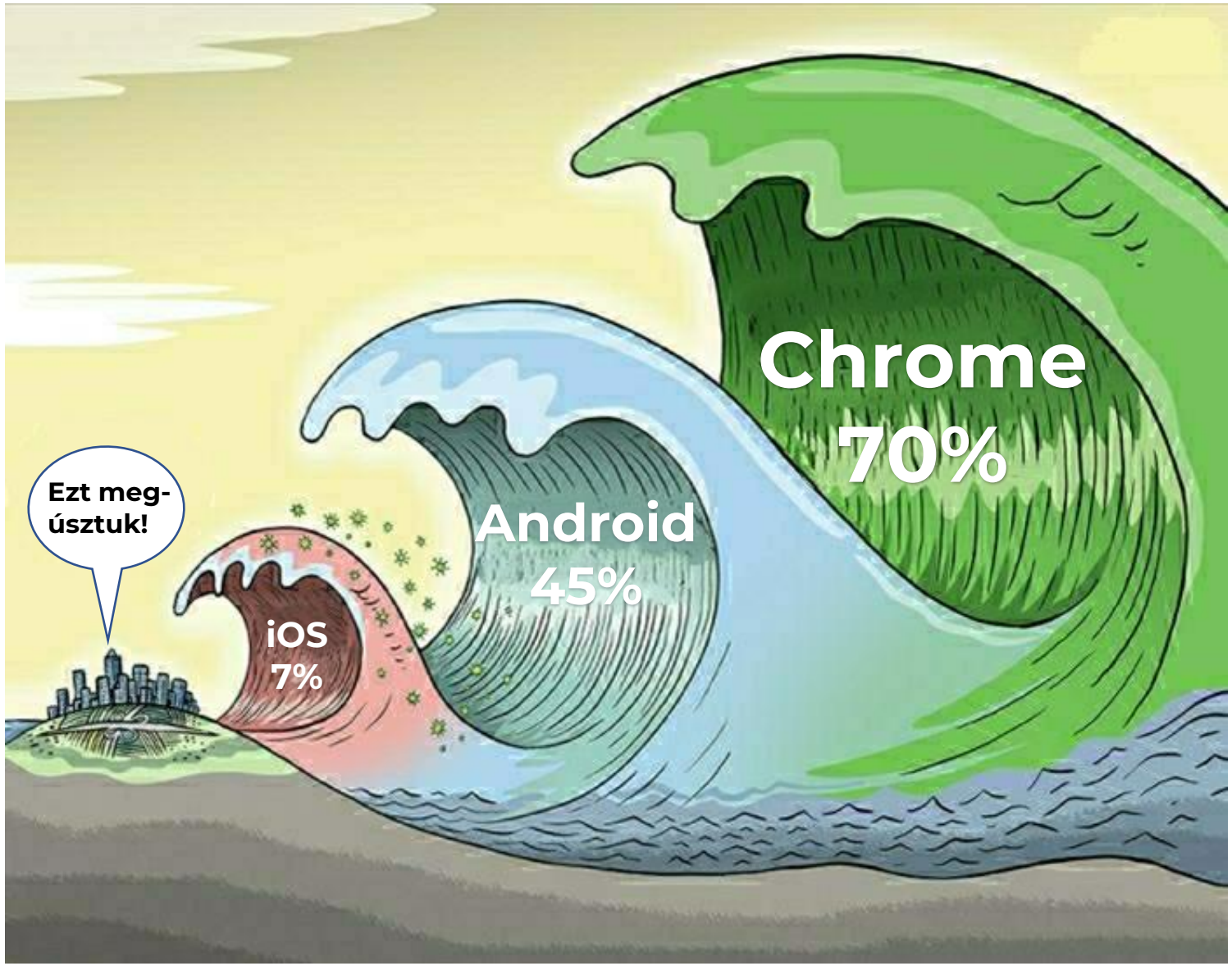


4% ENGEDTE CSAK!

Mit veszítettünk májusban a Facebook kampányoknál?

- Mérhető események száma 8-ra csökkent!
- Szűkült az ‚attribúciós ablak’ 7 napra!
- Jelentések száma és azok bontása (életkor, nem, lokáció, elhelyezés) csökkent.
- Csökkent a remarketing-elhető egyéni célközönség mérete!

Forrás: arstechnica.com



Mekkora is a baj? (Magyar felhasználók %-ában)

Forrás: Statista.com

Apple
Alphabet
(Google)
Kisebb
szereplők
Facebook
Felhasználók
(köztük
marketingesek)
Szabályozók

Mailchimp domb
Affiliate hegység
Programmatic orom
RTB vonulatok
Hotjar magaslat
Árukereső
Belső rendszer

Megnyitás

Fizikai lokáció

E-mail cím (eredeti)

E-ker mérés

X REVIEW
busin
The bears ar

MUTI MIT NÉZEL!

IOS14 biztonsági újítása

2020.
09.02

KÉRDEZZ MEG, HOGY NÉZHETED-E!

iOS 14.5., a kasza elkezdődik

2021.
04.25.

MI LESZ MÉG ITT?

Jönnek a további verziók

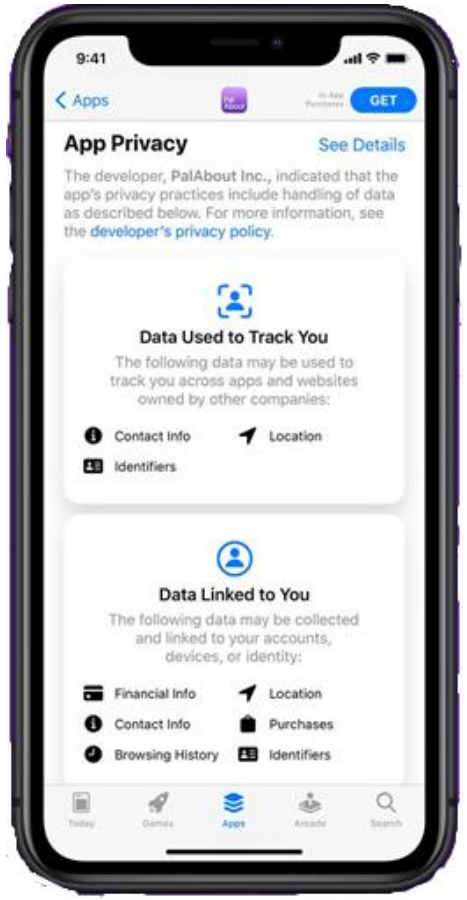
2021.
X.X

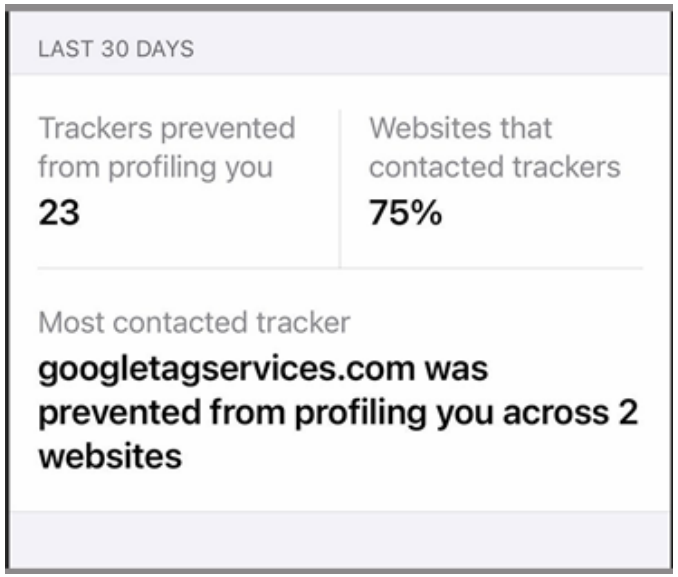
2021.
ősz

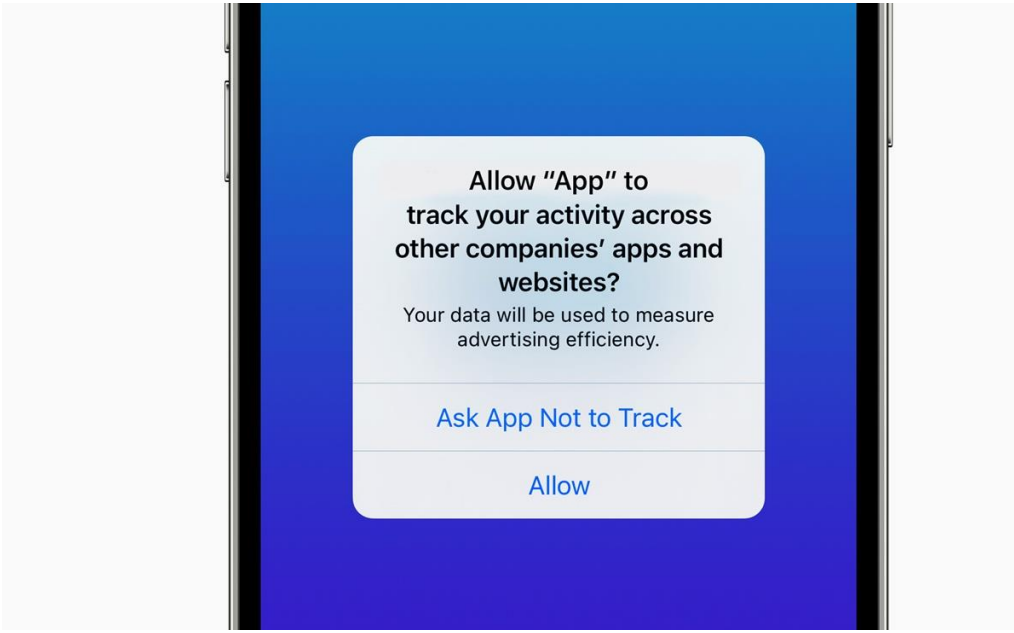
BÚJÓCSKÁZZUNK!

iOS 15., már a hírlevelek is veszélyben

Muti mit nézel!



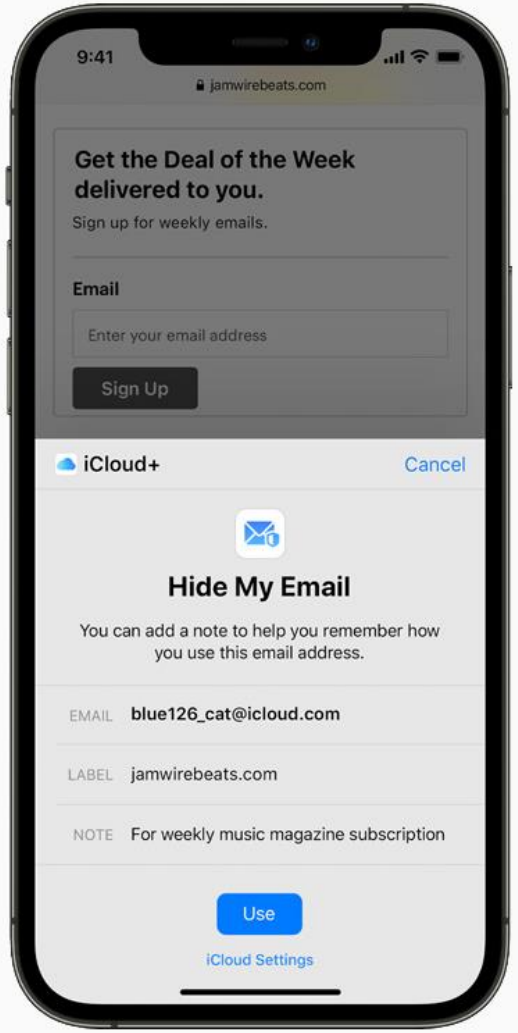




Kérdezd meg, hogy nézheted-e!

New Privacy Features

iOS 15 introduces even more privacy controls to help protect user information. With on-device speech recognition, audio of Siri requests is now processed entirely on iPhone by default,[7] and performance improves significantly. Mail Privacy Protection stops senders from learning whether an email has been opened, and hides IP addresses so senders can't learn a user's location or use it to build a profile on them. App Privacy Report offers an overview of how apps use the access that has been granted to location, photos, camera, microphone, and contacts in the last seven days, and which other domains are contacted.[8]



És következzen az iOS 15 (2021 ősz)...

PRIVACY PROGRESS UPDATE

We have a responsibility to protect people's privacy and give them control to make their own choices.

- Giving People Greater Access and Control Over Their Information +
- Giving People Access to Their Information +
- Giving People Control to Manage Their Activity +
- Offering an Ephemeral Messaging Option +
- Creating a Secure, Private Messaging Experience +
- Providing Age-Appropriate Experiences for Youth +
- Communicating Data Privacy Practices to People +
- Using Privacy Enhancing Technologies for Social Good +

Beszállt a bújócskába...

Building a more private web: A path towards making third party cookies obsolete

Tuesday, January 14, 2020

In August, we announced a new initiative (known as Privacy Sandbox) to develop a set of open standards to fundamentally enhance privacy on the web. Our goal for this open source initiative is to make the web more private and secure for users, while also supporting publishers. Today, we'd like to give you an update on our plans and ask for your help in increasing the privacy of web browsing.

Hát elkezdődött...

The Privacy Sandbox proposals

The Privacy Sandbox proposals consist of new technologies to replace legacy, data-intensive mechanisms like third-party cookies with safer solutions that protect your privacy.

Restrict tracking as you move across the web

New principles for a more private web

Fight spam and fraud on the web

Verify people's authenticity in a privacy-preserving way

Show relevant content and ads

Blends individuals into the crowd with new privacy technologies

Measure digital ads

Anonymized reporting of ad results

Interest-based advertising

Federated Learning of Cohorts (FLoC) proposes a new way for businesses to reach people with relevant content and ads by clustering large groups of people with similar interests. This approach effectively hides individuals "in the crowd" and uses on-device processing to keep a person's web history private on the browser.

By creating simulations based on the principles defined in Chrome's FLoC proposal, Google's ads teams have tested this privacy-first alternative to third-party cookies. Results indicate that when it comes to generating interest-based audiences, **FLoC can provide an effective replacement signal for third-party cookies.** Our tests of FLoC to reach in-market and affinity Google Audiences show that advertisers can expect to see **at least 95% of the conversions per dollar spent when compared to cookie-based advertising.** The specific result depends on the strength of the clustering algorithm that FLoC uses and the type of audience being reached.

An updated timeline for Privacy Sandbox milestones

Jun 24, 2021 · 3 mins read

After this public development process, and subject to our engagement with the CMA, our plan for Chrome is to phase out support for third party cookies in two stages:

- **Stage 1 (Starting late-2022):** Once testing is complete and APIs are launched in Chrome, we will announce the start of stage 1. During stage 1, publishers and the advertising industry will have time to migrate their services. We expect this stage to last for nine months, and we will monitor adoption and feedback carefully before moving to stage 2.
- **Stage 2 (Starting mid-2023):** Chrome will phase out support for third-party cookies over a three month period finishing in late 2023.

Foglalkozz a marketing dolgokkal!

Mérések, mérések,
MÉRÉSEK...

p

MARKETING TO-DO

- Követni a nagyok bejelentéseit!
- *Előkészülni minden eszköznél a változásokra!*
- Lementeni a múltbeli marketing adatokat, minél részletesebben!
- *Keresni alternatív megoldások minden eszköztípusra!*

MÉRÉSI TO-DO

- *Követni a nagyok bejelentéseit!*
- Lementeni a saját adatokat, minél részletesebben, elmúlt 6-14 hónapra vonatkozóan!
- *Analytics mérések aktualizálását prioritásként kezelni!*
- Minden saját felületen kérni a felhasználókat, hogy engedélyezzék a követést (applikációnál kulcsfontosságú)!
- *Aktívan foglalkozni az új mérési lehetőségek alapján a saját mérés kialakításával! (szerver oldali)*

MIRE VAN MÉG A VÉDEKEZÉSHEZ SZÜKSÉG?

Dedikált időre!

Célok ismeretére!

Gyors reagálásra!

Információk gyűjtésére!

?Cookie Apocalypse 2021?

MEKKORA A BAJ?

KICSIK ÉS NAGYOK

LÁTHATÓ IRÁNYOK

HOGYAN TOVÁBB?

Jó ’védekezést’ mindenkinek!

Deli Norbert

HD marketing, Szakmai vezető
IAB analitika munkacsoport vezető

https://www.linkedin.com/in/norbertdeli/

HD marketing