

Каждое число просмотра — это выбранное вами правило подсчёта, а не факт с датчика, поэтому публикуйте определение рядом с числом. Лист даёт каждой метрике честное определение, называет ловушку, из-за которой наивное число врёт, и показывает, как считать так, чтобы число выдержало аудит. Математика concurrency внизу — та, что задаёт счёт за полосу.

1 · ОПРЕДЕЛИТЕ СОБЫТИЕ — ЧЕСТНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

- ☐ **Play / View** — зритель начал тайтл. Считать по первому кадру (начал рисоваться), не по старту буфера, и после порога засчёта.
- ☐ **Watch time** — всё время воспроизведения; может включать rebuffering, перемотку, старт. Это не объём просмотренного контента.
- ☐ **Playing time** — более строгая метрика: только время, когда контент реально играл, без rebuffering, перемотки и пауз.
- ☐ **Completion rate** — какая доля тайтла досмотрена, читается кривой квантилей 25/50/75/100% (события IAB VAST), не одним средним.

2 · ПОДСЧЁТ ЛЮДЕЙ — НЕ АККАУНТОВ

- ☐ **Concurrency** — зрители, смотрящие в один момент; следите за ПИКОМ, не средним. Задаёт инфраструктуру доставки.
- ☐ **Уникальные зрители** — разные люди/профили, без дублей по устройствам, по стабильному Viewer ID, в заданном окне.
- ☐ **Reach (охват)** — уник. зрители, кого коснулись реклама или тайтл; для кросс-медиа MRC требует 100% пикселей на экране ≥ 2 с.
- ☐ **Аккаунты** — лишь базовый headcount; одна подписка — несколько людей на разных устройствах — не выдавайте за зрителей.

МАТЕМАТИКА CONCURRENCY — ЧТО ЗАДАЁТ СЧЁТ ЗА ПОЛОСУ

Concurrency — единственная метрика просмотра, которую дневные итоги вам не покажут, и именно под неё провижинуется доставка. Пройдём арифметику вслух. Live-финал даёт пик 200 000 одновременных зрителей, а адаптивное кодирование отдаёт в среднем 5 Mbps на зрителя в этот момент: $200\,000 \times 5\text{ Mbps} = 1\,000\,000\text{ Mbps} = 1\,000\text{ Gbps} \approx 1\text{ Tbps}$. Эта цифра в один терабит в секунду — ПИК concurrency $\times$ битрейт на зрителя — и есть то, под что вы закладываете мощность доставки, а не под удобное дневное среднее. Платформа, что планировала «два миллиона показов сегодня» и проигнорировала всплеск 200 000 разом, падает ровно тогда, когда смотрят больше всего. Чтобы пересчитать под своё событие, замените два входа: ожидаемый пик одновременных зрителей и средний отданный битрейт на пике (снизьте его умной encoding ladder — и пиковый счёт упадёт пропорционально). Закладывайтесь под пик, инструментируйте единое определение play/уник. зрителя на web, mobile и TV и фильтруйте ботов до того, как число дойдёт до борда, рекламодателя или контент-партнёра.

3 · ЛОВУШКИ ПОДСЧЁТА

- ☐ **Autoplay раздувает plays** — превью-плитки, дёргающие счётчик plays, могут многократно зависить реальный просмотр.
- ☐ **Watch time $\neq$ объём контента** — 2-мин видео на скорости 2x — это одна минута watch time; буфер может быть включён.
- ☐ **Средние прячут отток** — «completion 55%» подходит и здоровому тайтлу, и тому, что теряет половину рано.
- ☐ **Боты и невалидный трафик** — фильтруйте хотя бы GIVT (боты, краулеры, трафик ЦОД) до того, как назвать число.

4 · КАК СЧИТАТЬ ЧЕСТНО

- ☐ **Публикуйте правило** — указывайте порог засчёта и окно возобновления рядом с каждым числом play/view.
- ☐ **Отделяйте засчитанные plays от стартов превью** — никогда не смешивайте autoplay-превью в «plays».
- ☐ **Указывайте, включён ли буфер** — называйте watch time против playing time явно; разрыв — это ваша проблема QoE.
- ☐ **Читайте распределения, не средние** — completion кривой квантилей; аудиторию уник. зрителями; размер по ПИКУ concurrency.