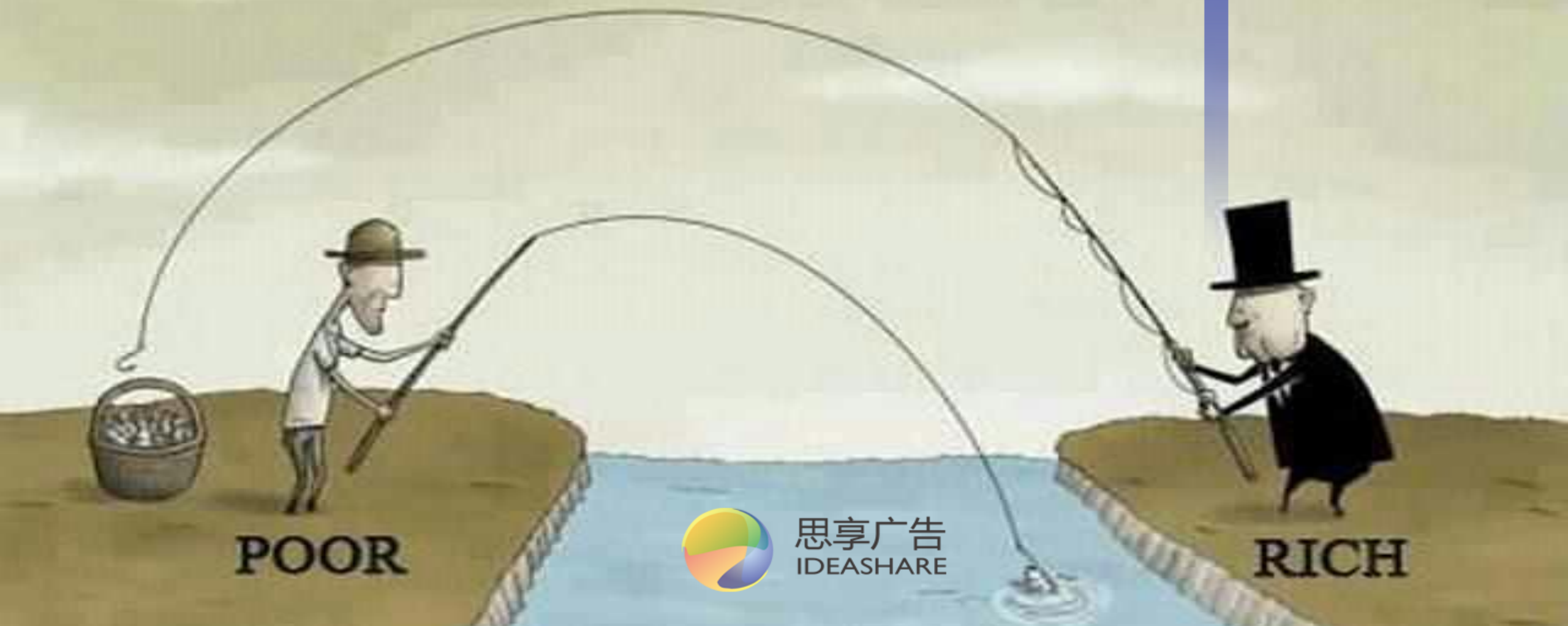
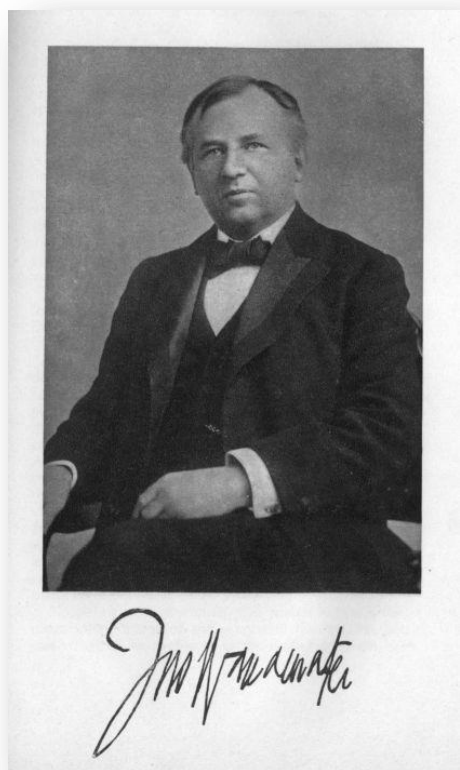


大数据离医药营销有多近



思享广告
IDEASHARE



我知道我的广告费浪费了一半，问题
是我不知道哪一半被浪费

——美国百货零售业之父约翰华纳梅克
亦是第一个现代意义上的广告主





如果广告只浪费一半就好了！



地域控制

内容定向

人群差异

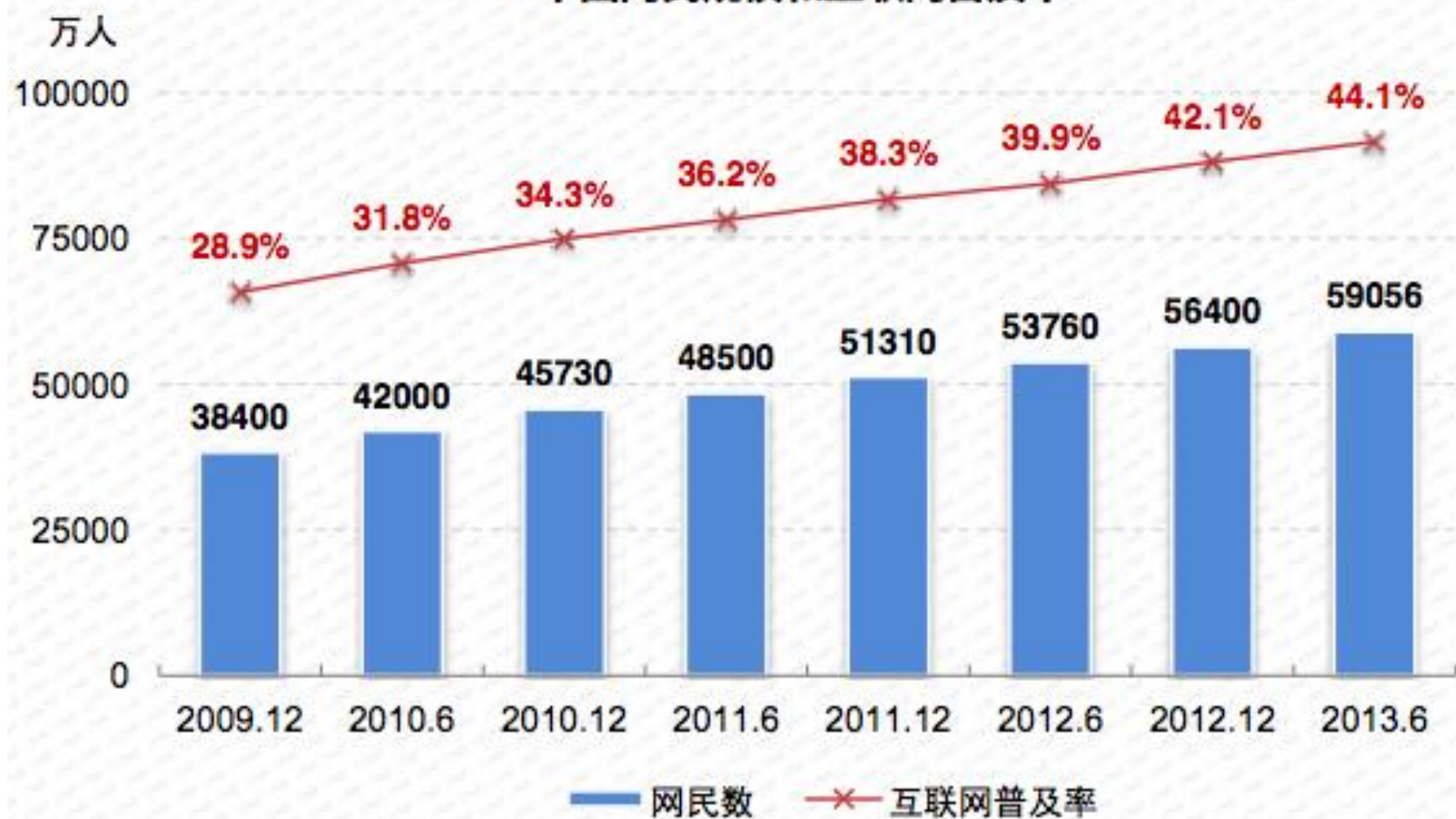
广告时长

多维数据

营销延展

.....

中国网民规模和互联网普及率



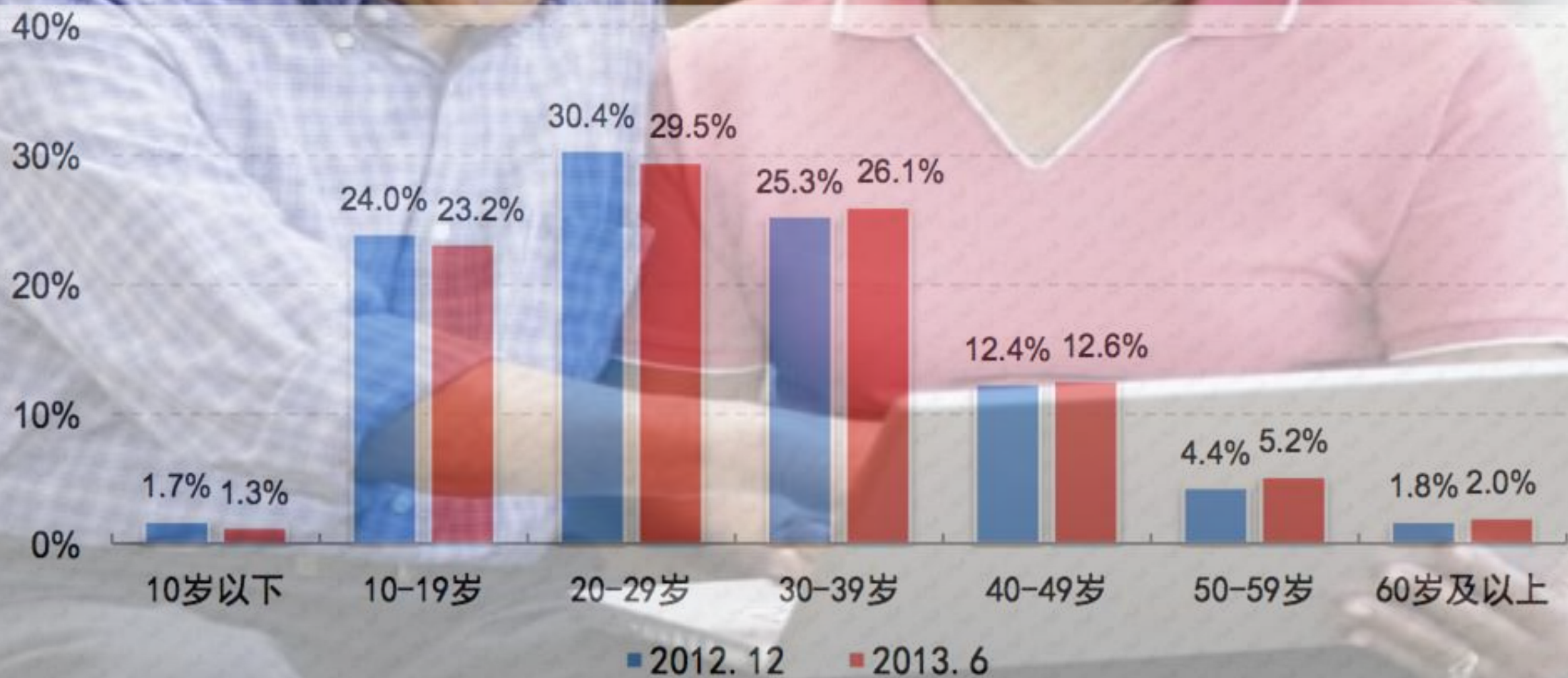
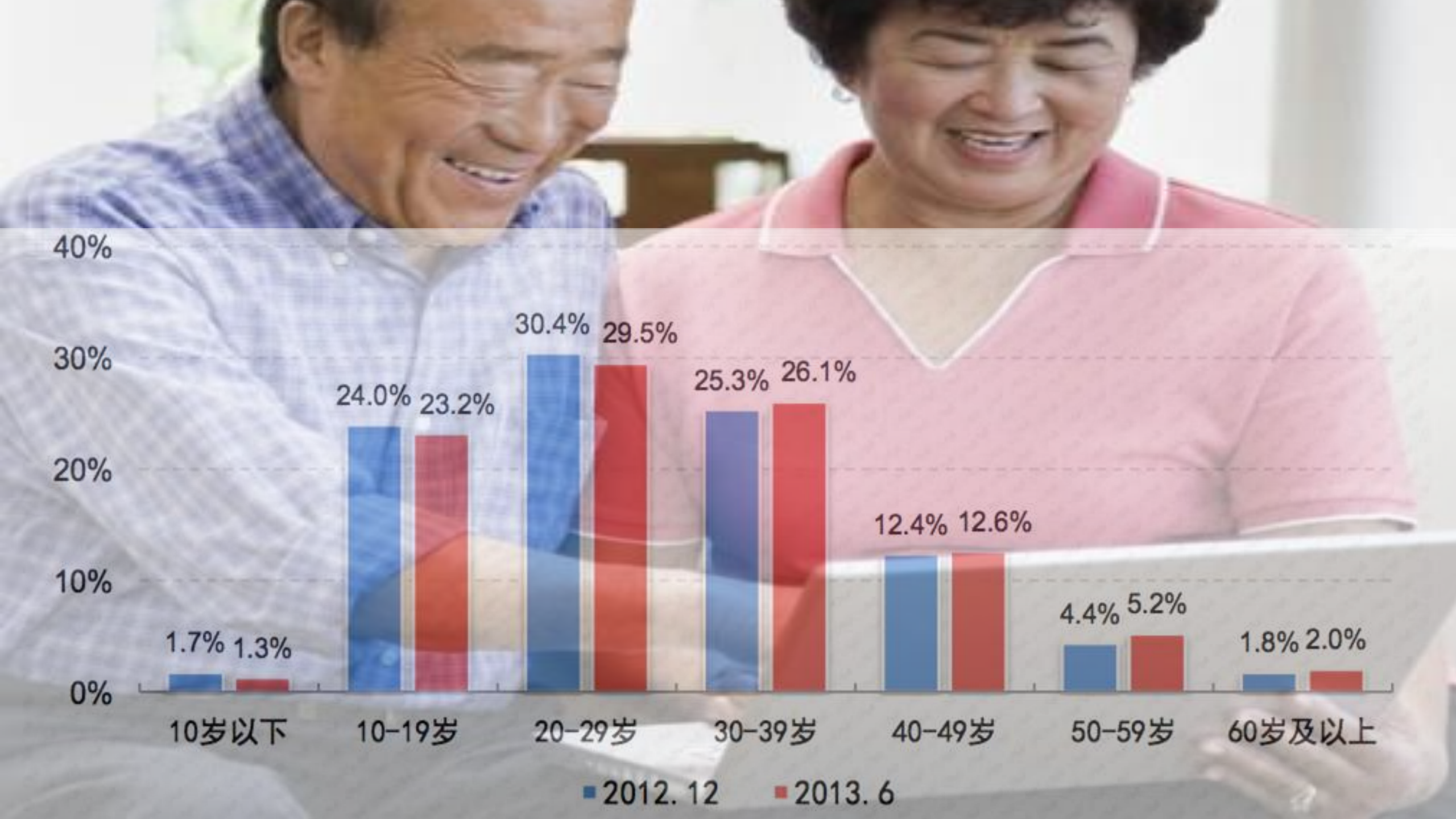
来源：CNNIC 中国互联网络发展状况统计调查

2013.6

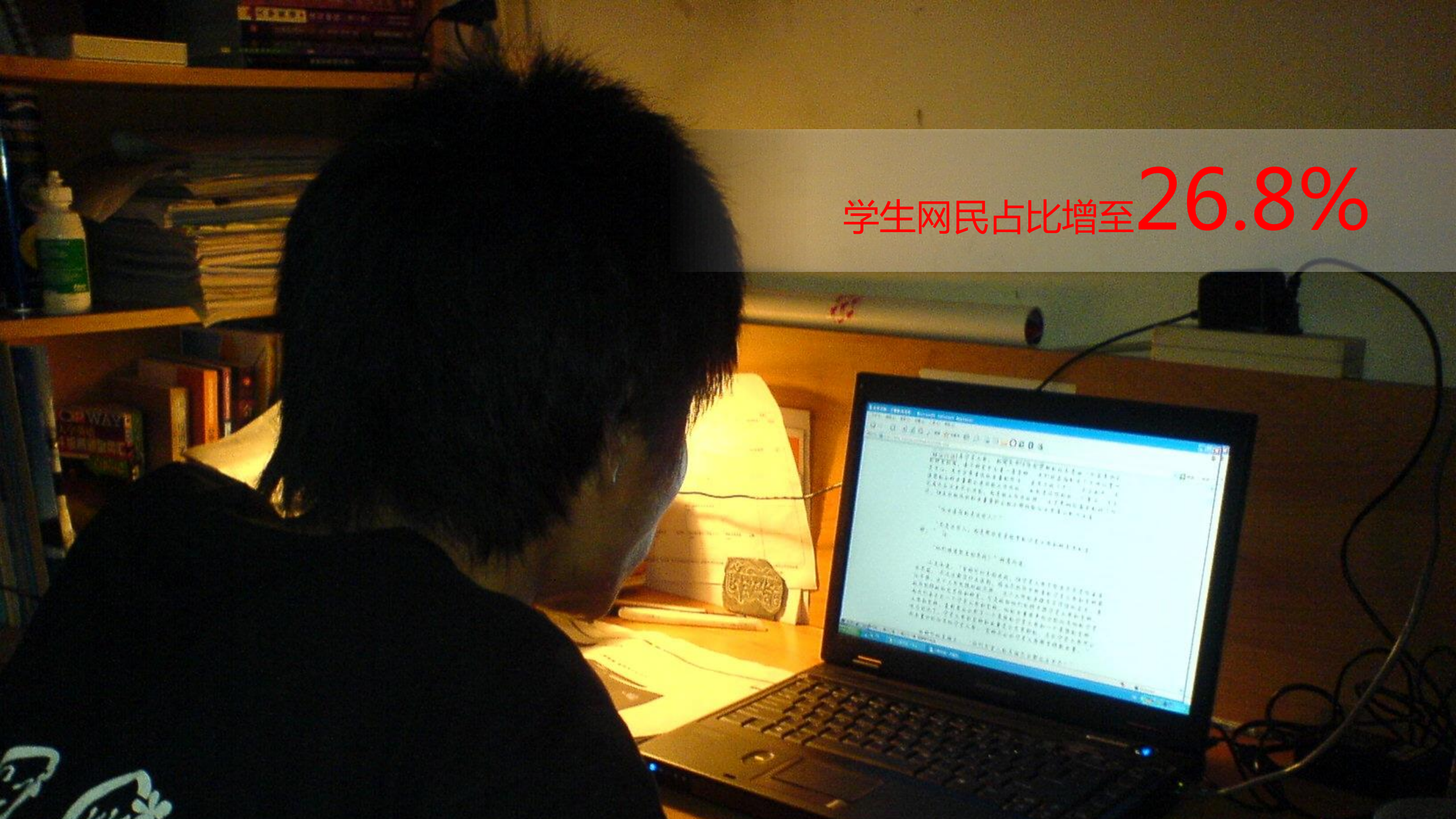


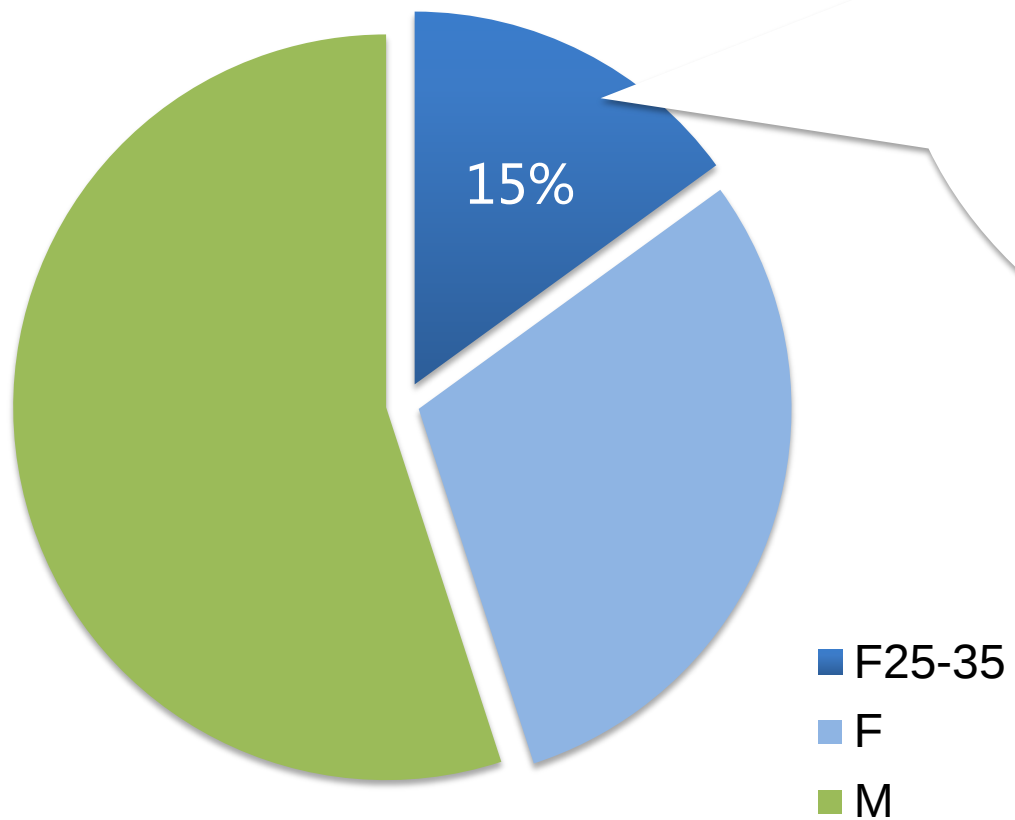


农村网民占比增至**27.9%**



学生网民占比增至26.8%





认识

知道哪些人是女性

她们中谁是F25-35

谁是妈妈

她们的宝宝多大

其他人群中哪些是宝宝的家长

选择

目标受众的占比

选择范围

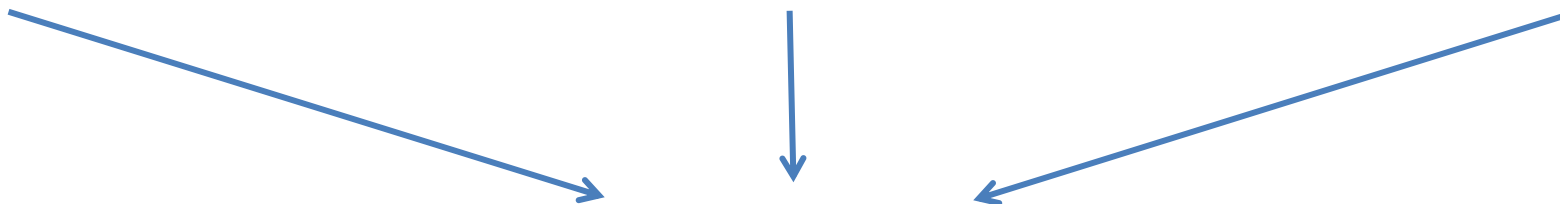
价格与价值



自有广告数据

外部购买数据

企业其它数据



根据自己的需求分类，为目标人群贴上标签





Look like





性别

兴趣

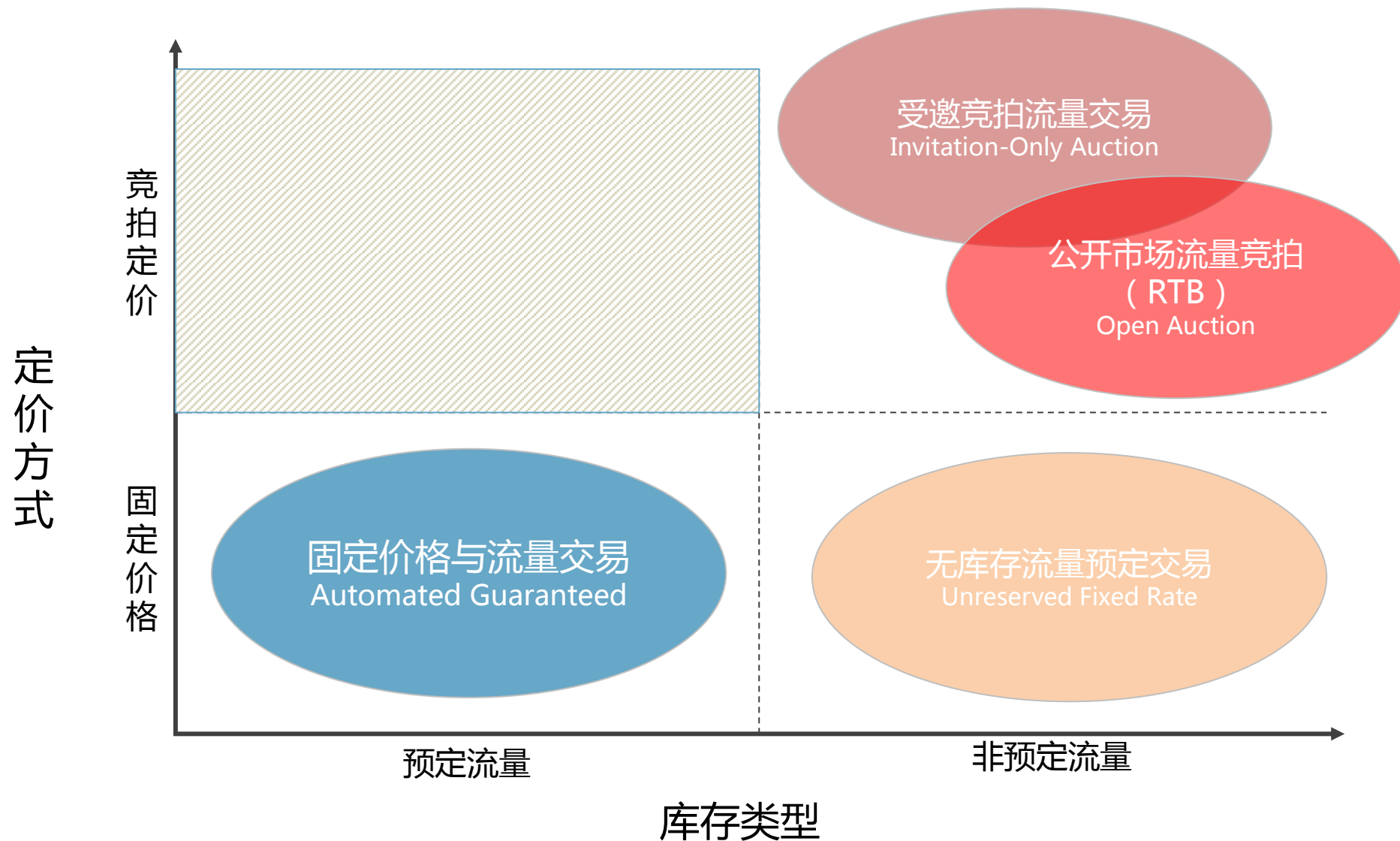
常客



谁是下一个？

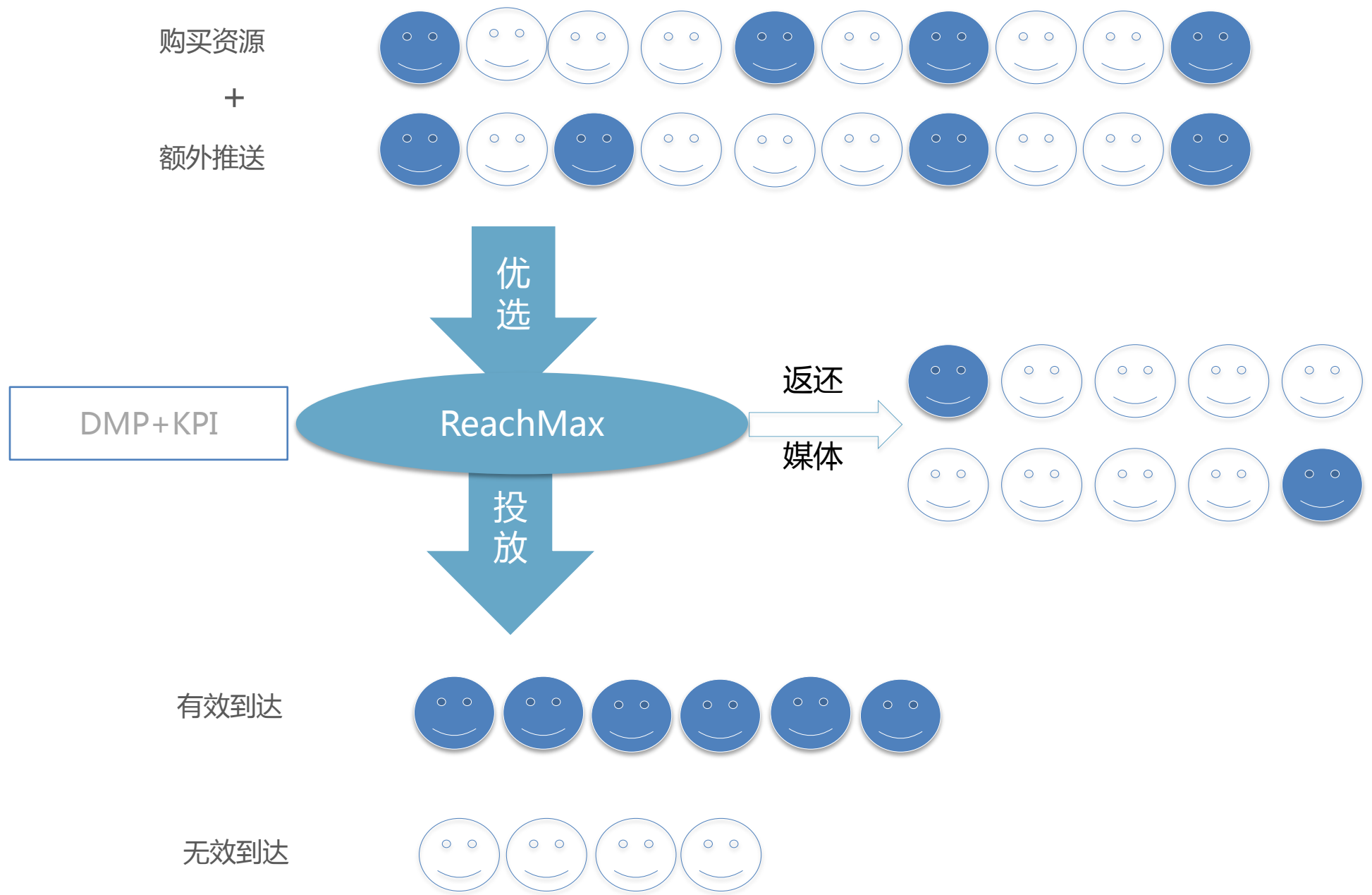


IAB定义的四种程序化购买的方式

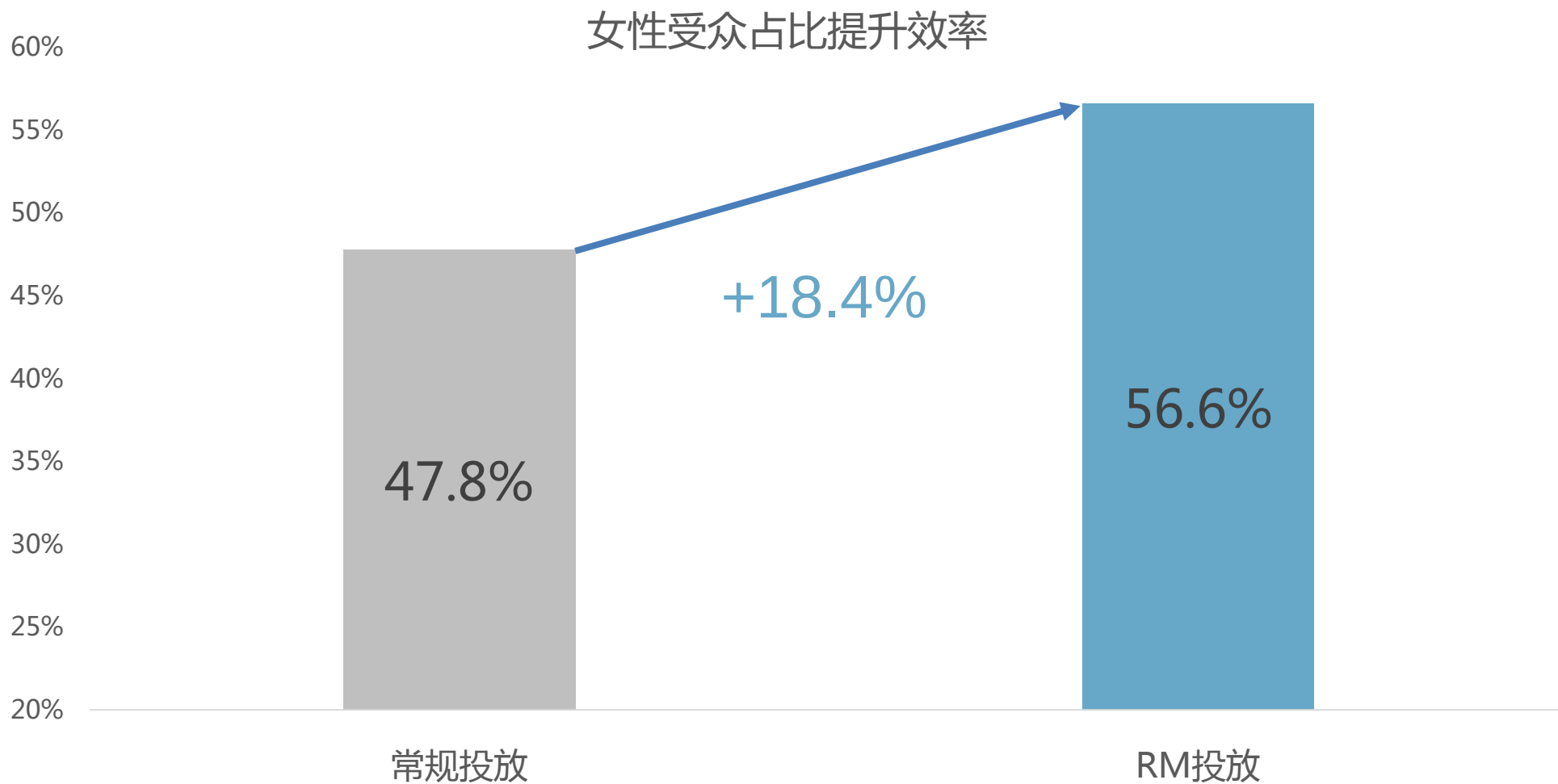


注：IAB（美国互动广告局），从资源售卖角度，针对数字广告投放的程序化交易的四种方式进行了划分和定义



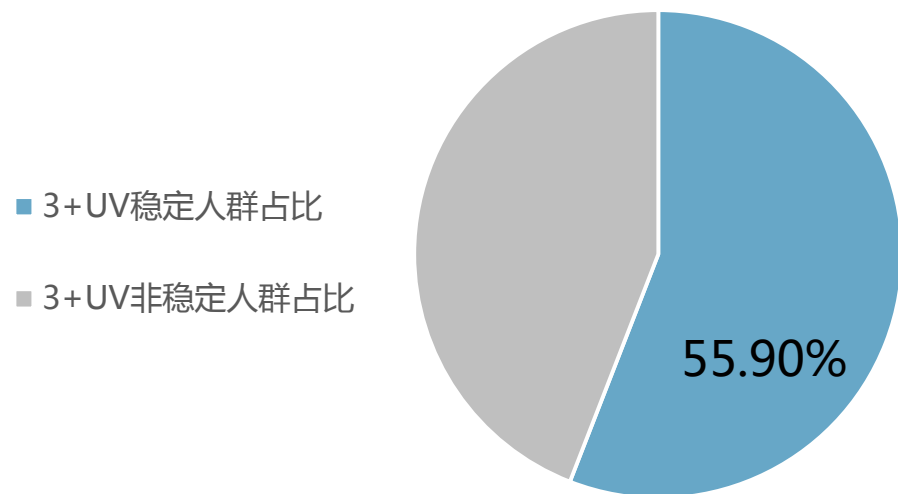


ReachMax 投放的效果示例

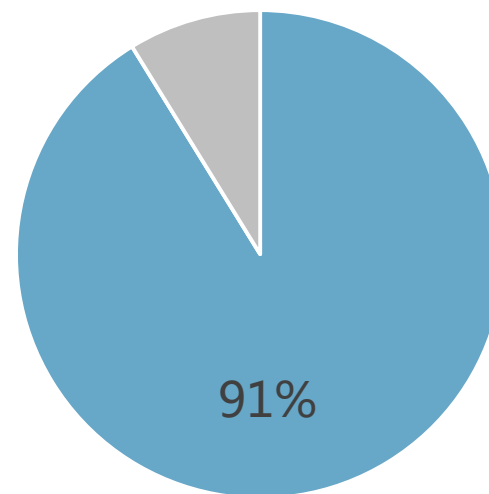


ReachMax 投放的效果示例

常规投放效果

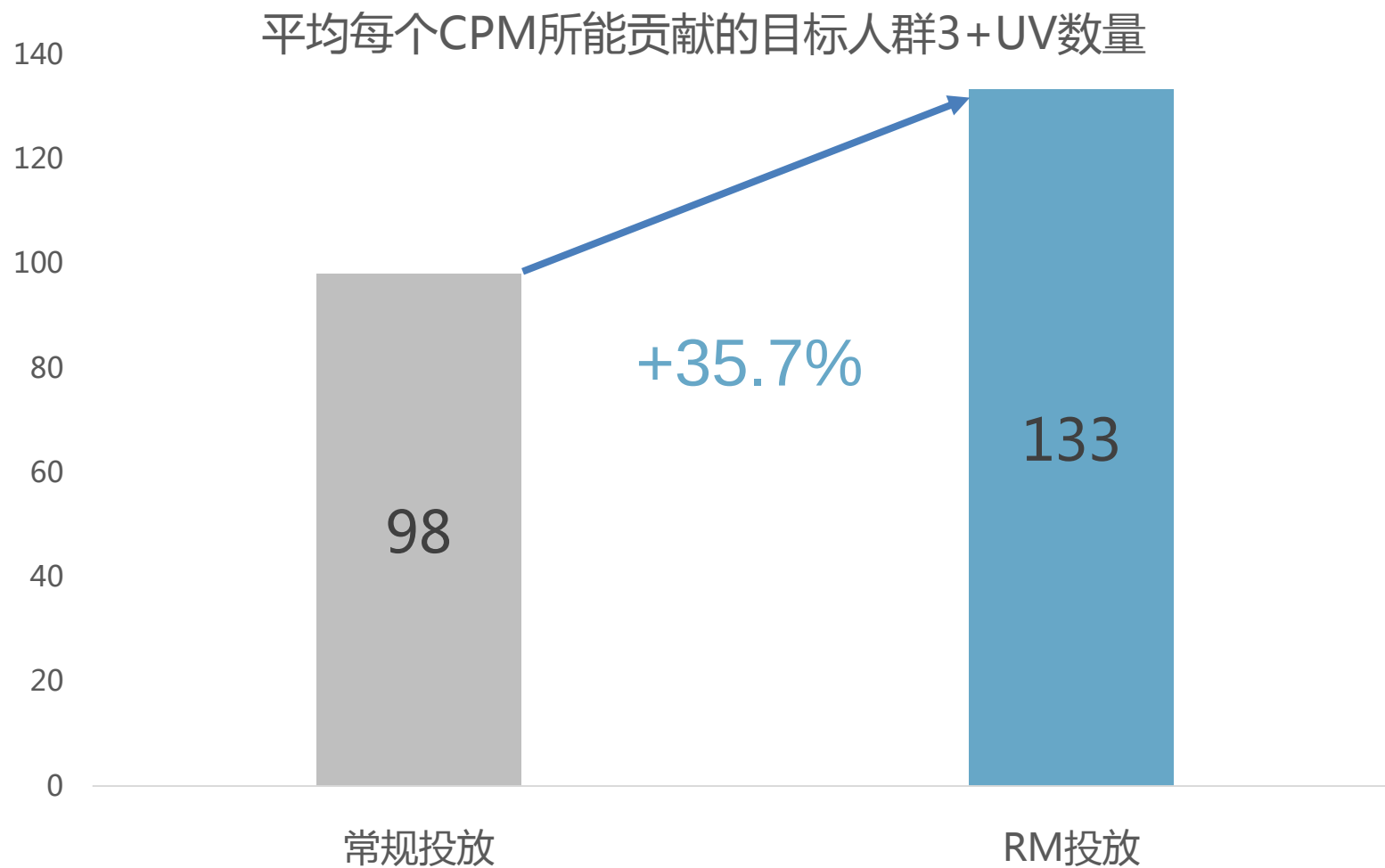


通过Reach Max平台投放后

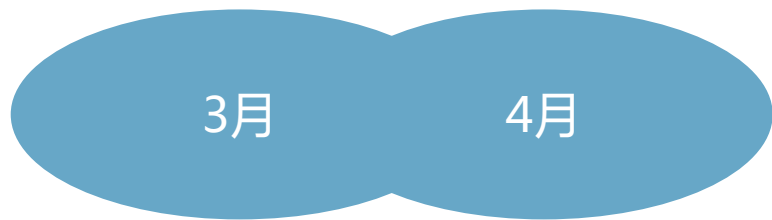


在该案例中，稳定人群占比提升了36个百分点。

ReachMax 投放的效果示例



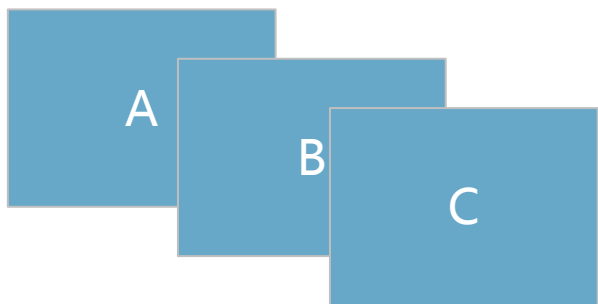
注：该案例投放时间为2013年，9月为常规投放，2014年3月投放通过ReachMax，数据来自第三方秒针监测系统



月度覆盖受众重合率控制



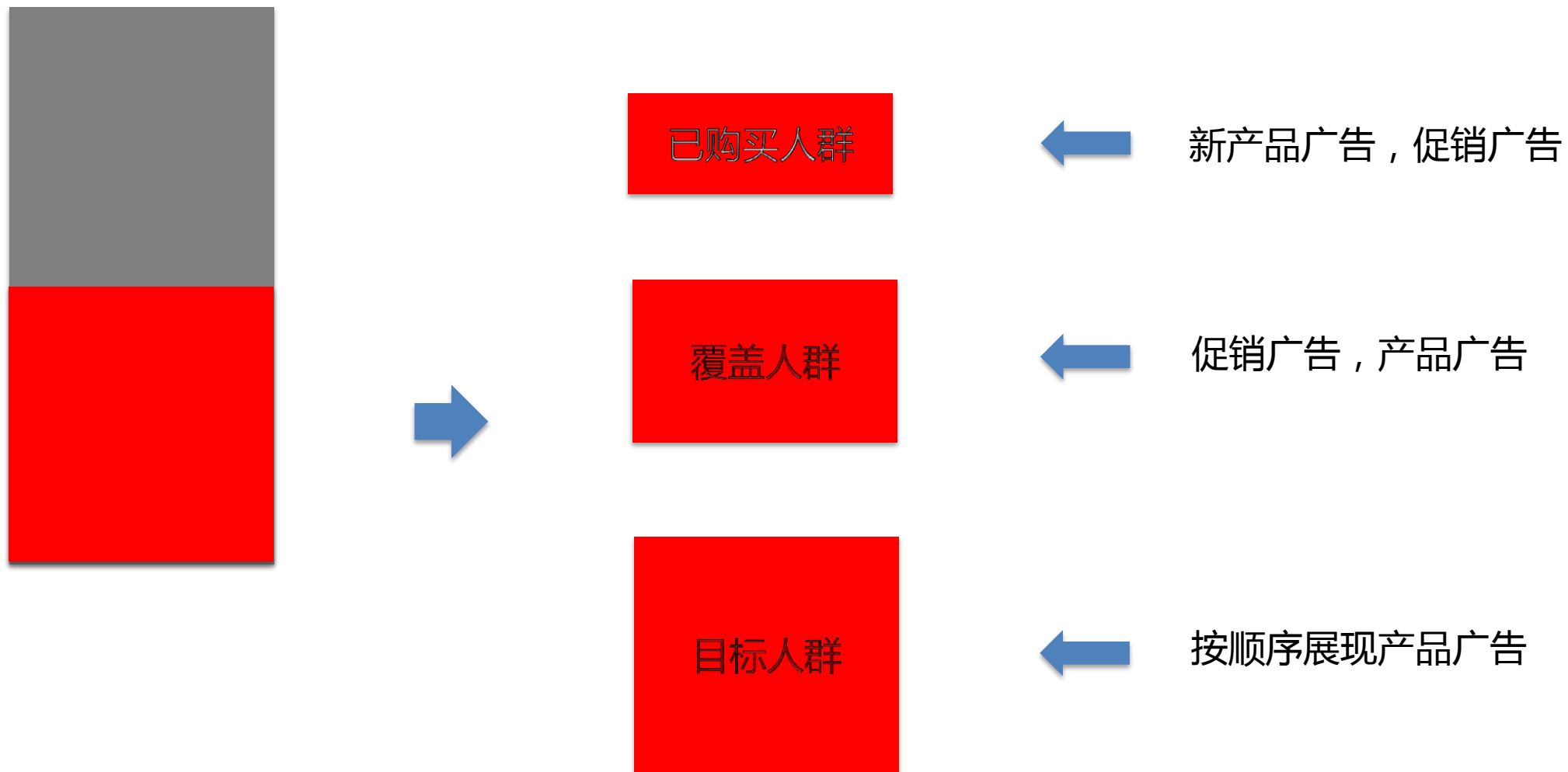
Retargeting投放



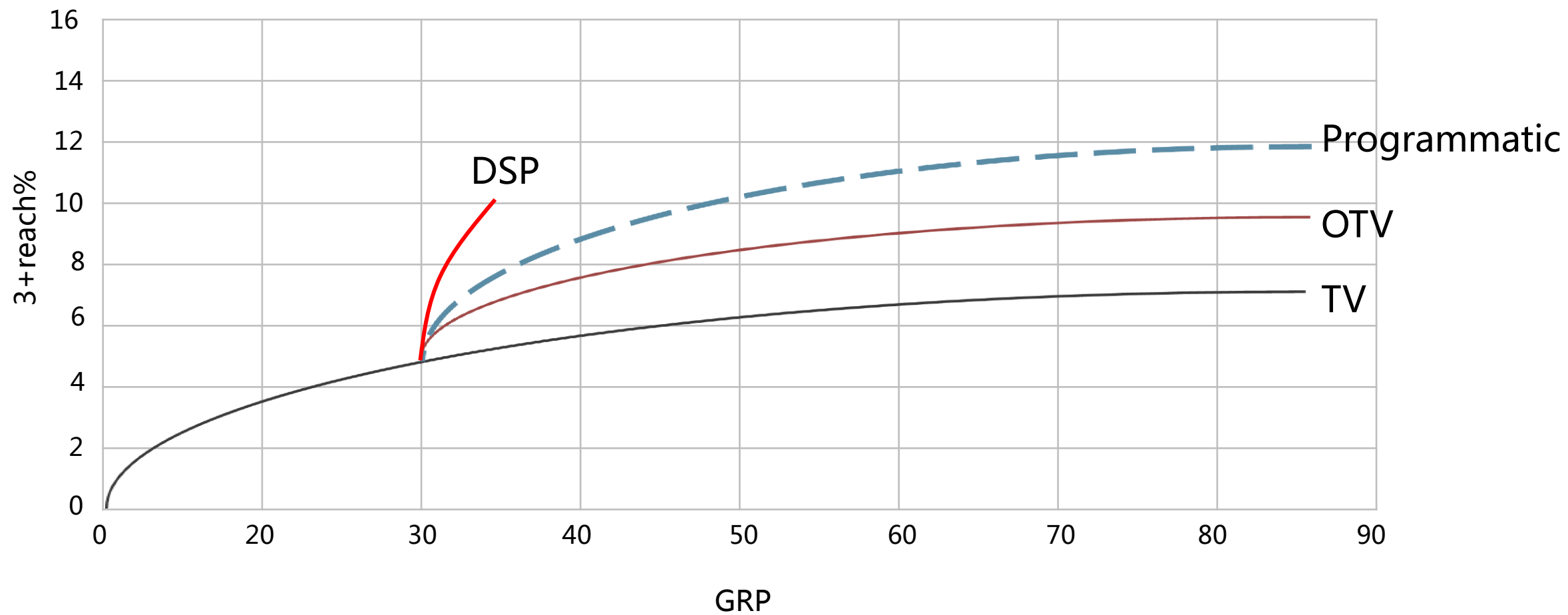
不同人群广告素材轮播



不同媒体间联合控频



不同的投放方式获得不同的Reach Curve





广告投放

市场研究

客户管理





思享广告

IDEASHARE

Oracle收购BlueKai，一个时代的结束，另一个时代的开启

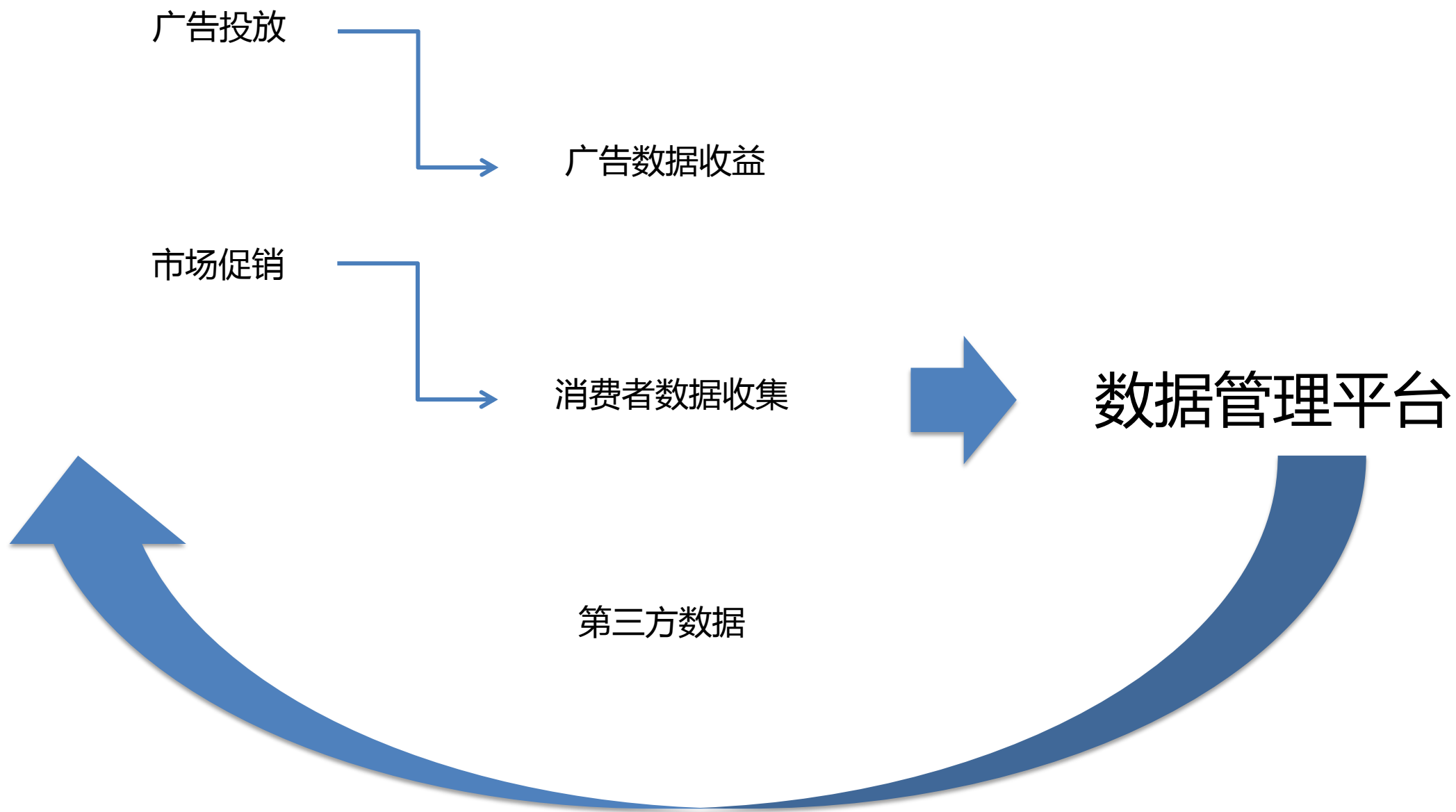
Adexchanger

发表于 5 天前 | 分类标签: DMP 数据平台





千篇一律，或者投其所好



谢谢！

