

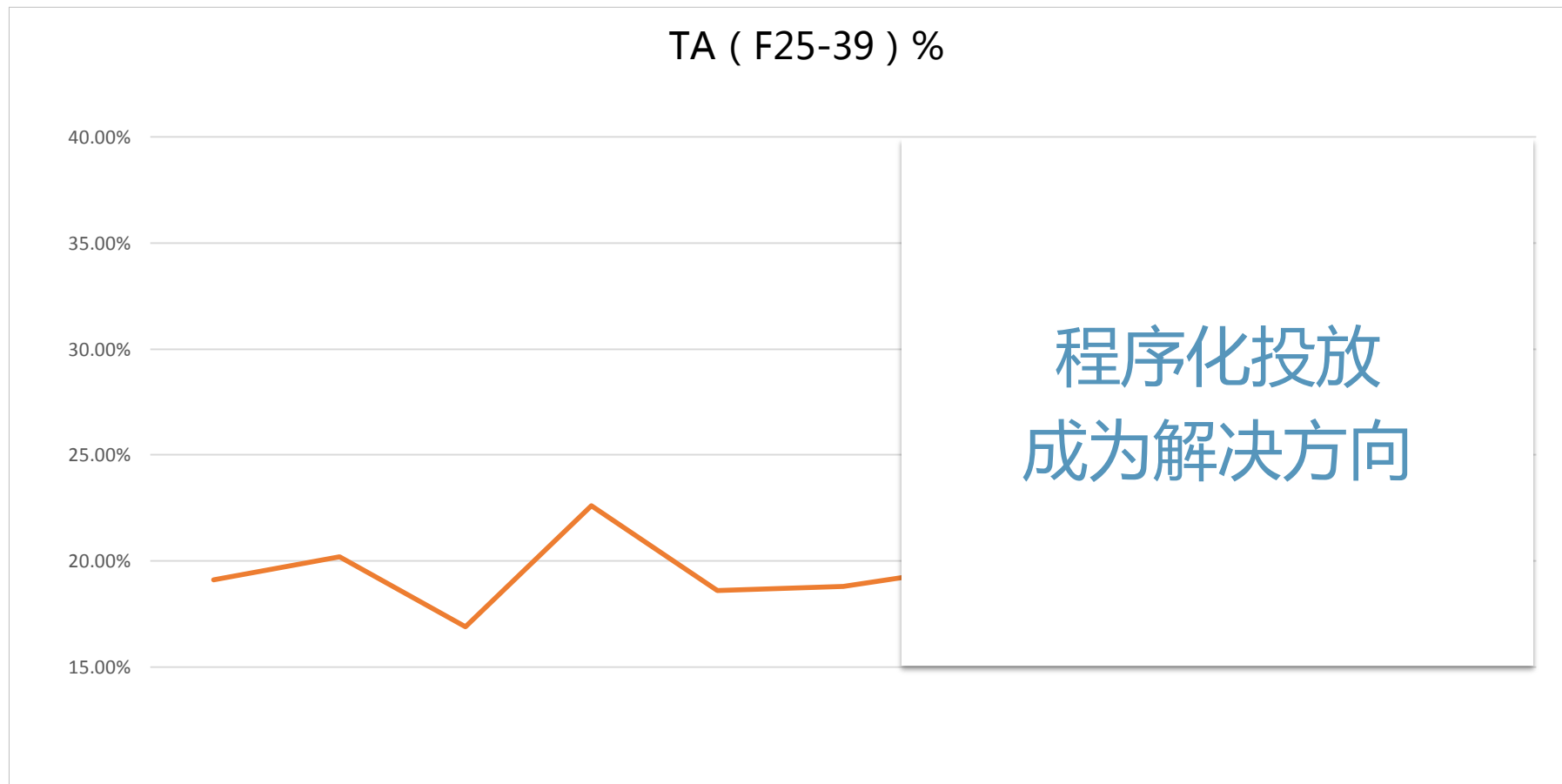


ReachMax

by AddNewer

借助大数据与程序化投放 提高广告沟通效率

一个母婴类OTC的广告投放数据



什么是程序化投放

电视剧 > 美国 > 剧情/科幻/悬疑

神盾局特工 第二季：第18集



电视剧 > 美国 > 剧情/科幻/悬疑

神盾局特工 第二季：第18集



在你等待的3000毫秒内做出一连串的交互判断

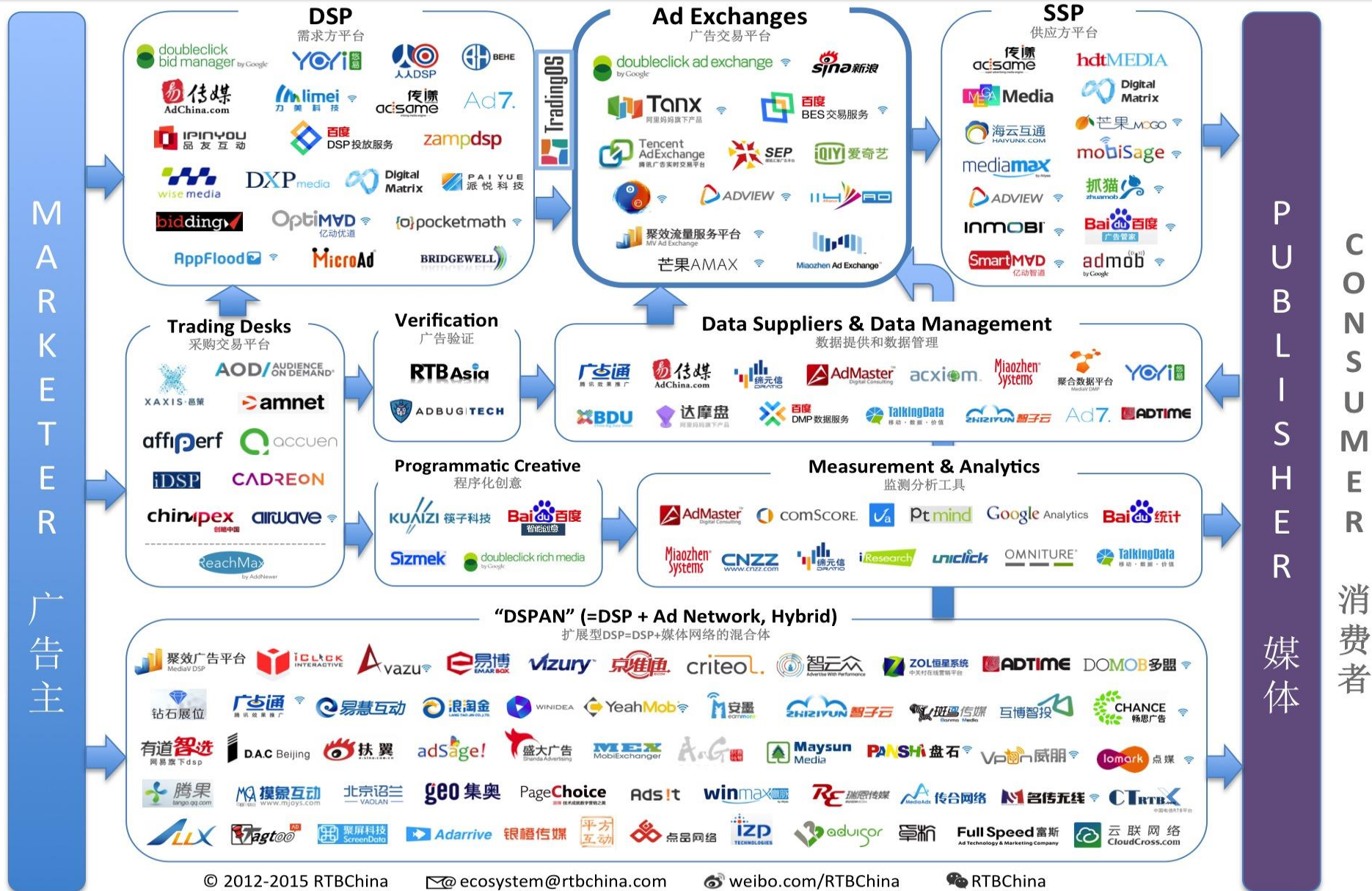


V_Feb_2015

中国程序化广告技术生态图

China Programmatic Advertising Technology Landscape

RTBChina



程序化将成为主流的网络广告投放方式



来源：艾瑞根据公开资料及专家访谈推算，仅供参考。

程序化购买类别	库存类别 (预定/非预定)	出价方式 (定价/竞价)	参与方	其它相关术语
程序化预定 (Automated Guaranteed)	ReachMax			Programmatic guaranteed Programmatic premium Programmatic direct Programmatic reserved Preferred deals
优先购买 (Unreserved Fixed Rate)	非预定	定价	单一卖方-单一买方	Private access First right of refusal Private marketplace
受邀竞价 (Invitation-Only Auction)	非	DSP		Private aucion Closed auction Private access
公开竞价 (Open Auction)	非		单一卖方-所有买方	RTB Open exchange Open marketplace

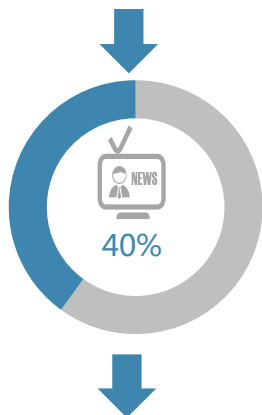
从直接投放变成选择投放

普通投放模式

广告主购买资源



KPI 常规投放



有效到达



无效到达

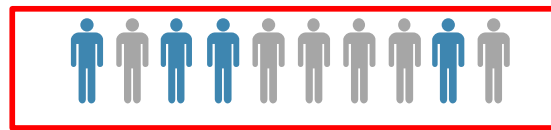


ReachMax投放模式（例：2倍推送量）

广告主购买资源



+
额外推送



接入DMP
ReachMax优选投放



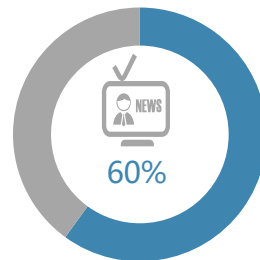
资源返还媒体



有效到达



无效到达



严格按照推送比完成排期曝光量

优质流量

来自主流视频媒体
前贴片广告

整体购买

不改变媒介采购流程
享有集中购买的议价优势

高优先级

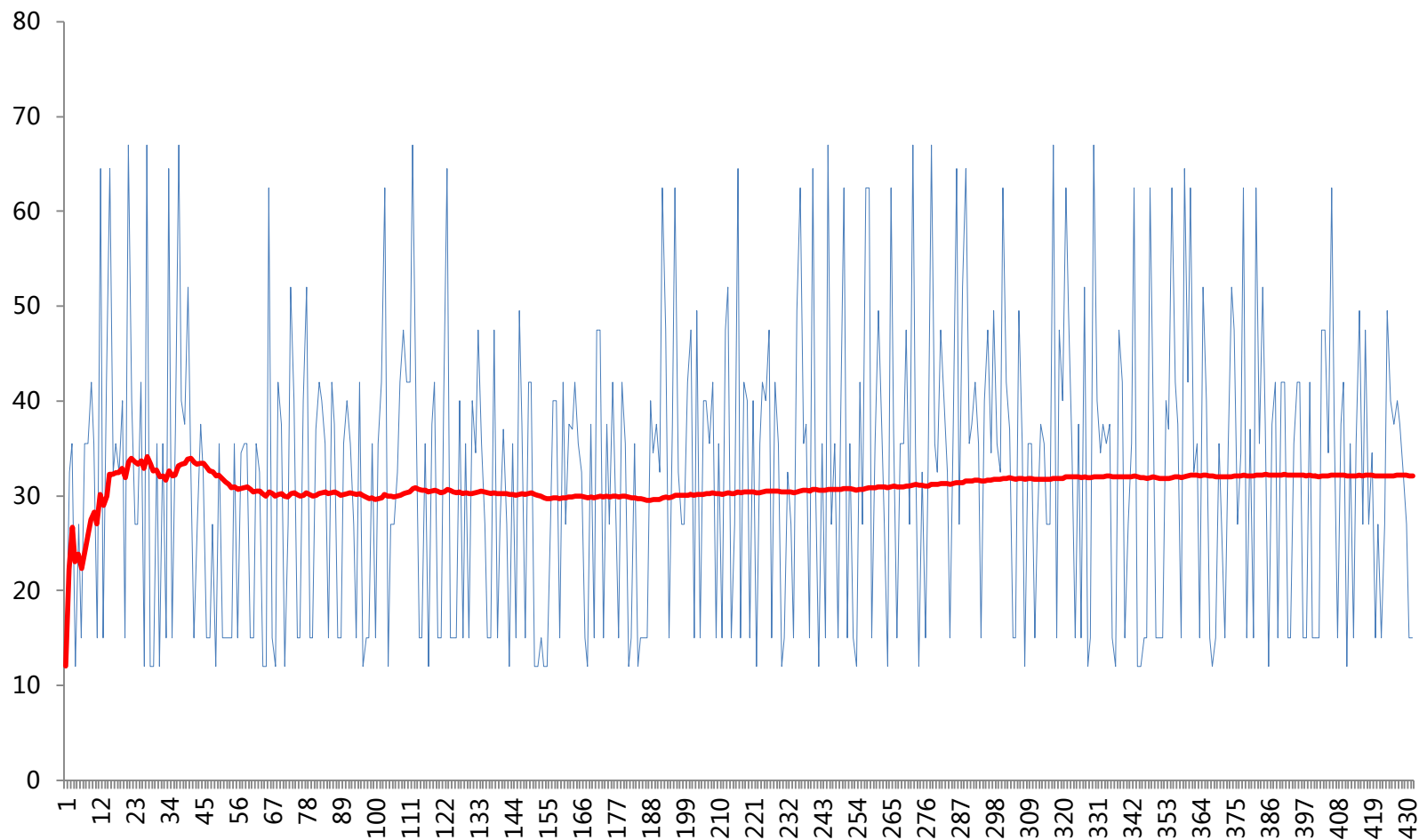
投放量有保障
不走剩余流量模式

应用DMP

为DMP提供应用场景
提升提升网络广告优选的精准性

- 质与量的平衡
- 广泛的连接
- 透明的过程管控

最大限度挑选目标曝光

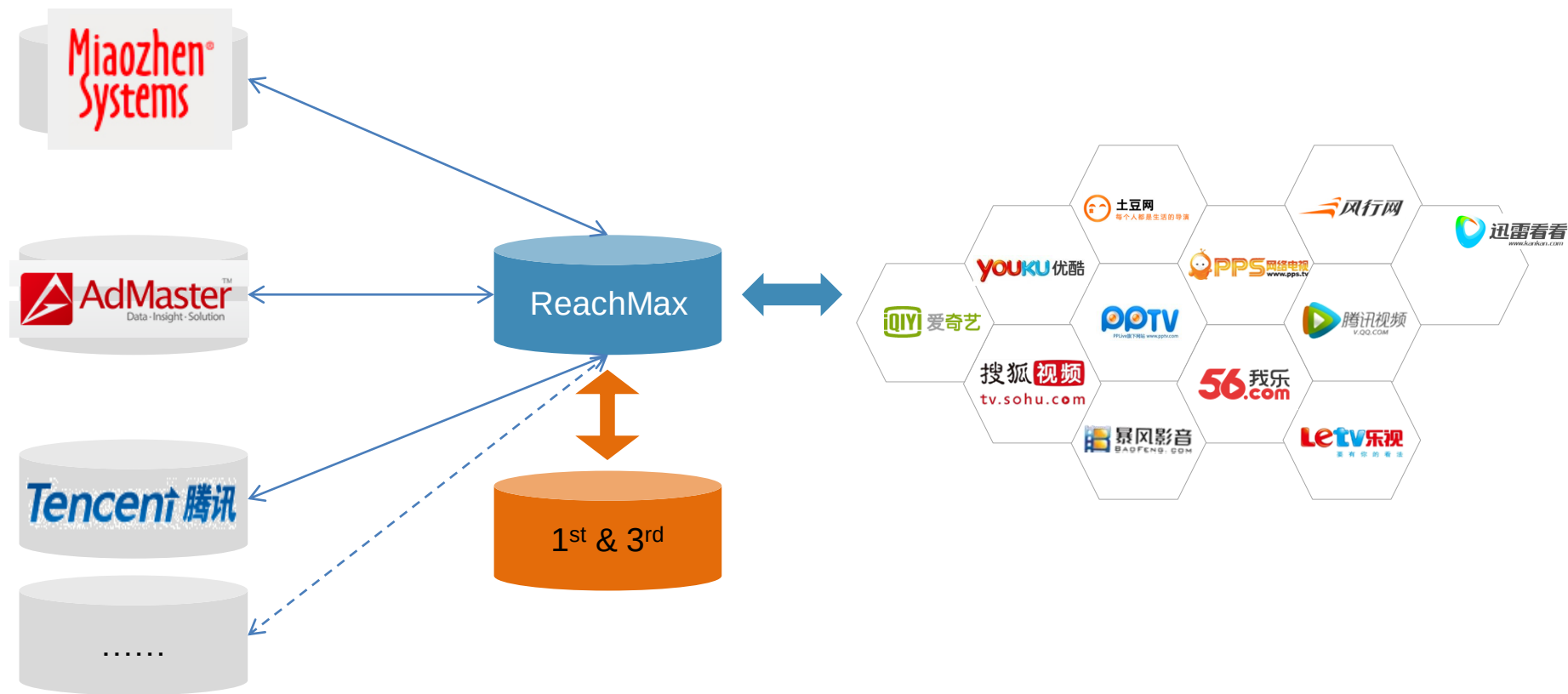


ReachMax已跟12家主流视频媒体完成对接



Cookie识别比率超过90%

让更多数据为挑选服务



大数据的广告应用已趋于成熟

一级分类	二级分类	三级分类	ID	名称	标签
推荐行业人群	二级行业人群	消费类电子类(推荐)	1908	家用电器(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	消费类电子类(推荐)	1907	数码影像(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	家居装饰类(推荐)	1906	家居装饰类企业形象(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	家居装饰类(推荐)	1905	其他家居装饰(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	家居装饰类(推荐)	1904	家居卖场(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	家居装饰类(推荐)	1903	装饰服务(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	家居装饰类(推荐)	1902	家居装饰(推荐)	推荐行业人群
一级分类	二级分类	三级分类	ID	名称	标签
推荐行业人群	二级行业人群	日化类(推荐)	1898	化妆品(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	日化类(推荐)	1897	护肤品(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	服饰类(推荐)	1896	鞋类(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	服饰类(推荐)	1895	其他服饰(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	服饰类(推荐)	1894	商务与休闲装(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	网络游戏类(推荐)	1893	游戏平台(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	网络游戏类(推荐)	1892	单机游戏(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	网络游戏类(推荐)	1891	网页游戏(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	二级行业人群	网络游戏类(推荐)	1890	大型多人在线游戏(推荐)	推荐行业人群
推荐行业人群	一级行业人群		1794	其他类(推荐)	推荐行业人群

[REDACTED]

代理商: [REDACTED]
广告主: [REDACTED]
活动周期: [REDACTED]
投放目标: [REDACTED]
DMP: [REDACTED]



171,873,186 次

👁 媒体推送量



84,182,451 次

↩ RM 优选量



↑ 提升指数



☑ DMP适用

数据更新时间: 2015-01-18 22:00:00

选择过程的清晰呈现

维度：

市场

无第二维度

条件：

市场: (不限)

下载

市场 Market	DMP查询量 DMP-Q ⓘ	DMP查询占比 DMP-Q Rate ⓘ	DMP识别量 DMP-R ⓘ	DMP识别率 DMP-R Rate ⓘ	TA推送量 O-TA ⓘ	TA推送占比 O-TA Rate ⓘ
汇总	18,798,224	100%	10,389,297	55%	5,390,826	52%
河北省	2,817,224	100%	1,561,543	55%	762,318	49%
江苏省	1,608,627	100%	962,228	60%	448,448	47%
浙江省	4,860,018	100%	2,741,989	56%	1,361,492	50%
安徽省	2,756,563	100%	1,429,876	52%	849,367	59%
福建省	995,144	100%	592,006	59%	336,889	57%
山东省	3,661,724	100%	2,044,254	56%	990,020	48%
广东省	2,098,924	100%	1,057,401	50%	642,292	61%



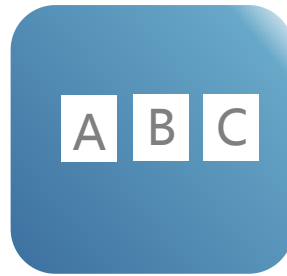
基于DMP的TA挑选



单、跨媒体的控频/追频



活动重合控制



多创意轮替

挑选，已成为一种可量化的资源

Market	推送量	曝光量
Shangdong	14,360,693	7,520,378
Hebei	9,671,298	5,025,214
Henan	10,492,333	5,485,812
Guangxi	3,916,122	2,050,314
Jilin	4,304,092	2,195,905
Guizhou	2,475,307	1,300,174
Harbin	1,527,246	791,732
Hohhot	1,181,764	567,452
Jiangsu	12,695,676	6,456,736
Hubei	5,641,275	2,931,450
Guangzhou	3,180,326	1,665,871
Beijing	4,583,554	2,408,640

不参与媒介购买

广告主（代理）与媒体确认投放量及推送量

ReachMax投放开启

向广告主（代理）反馈各项投放指标



多家DMP接入

广告主（代理）指定DMP供应商

独立于第三方监测

广告主（代理）指定监测方，出监测代码