

腾讯大数据下的视频+

Director , OMG, Tencent | 2015.5



8.2亿

QQ
月活跃

5亿

微信
月活跃

8114万

腾讯新闻APP
月活跃

6.2亿

Qzone
月活跃

3.2亿

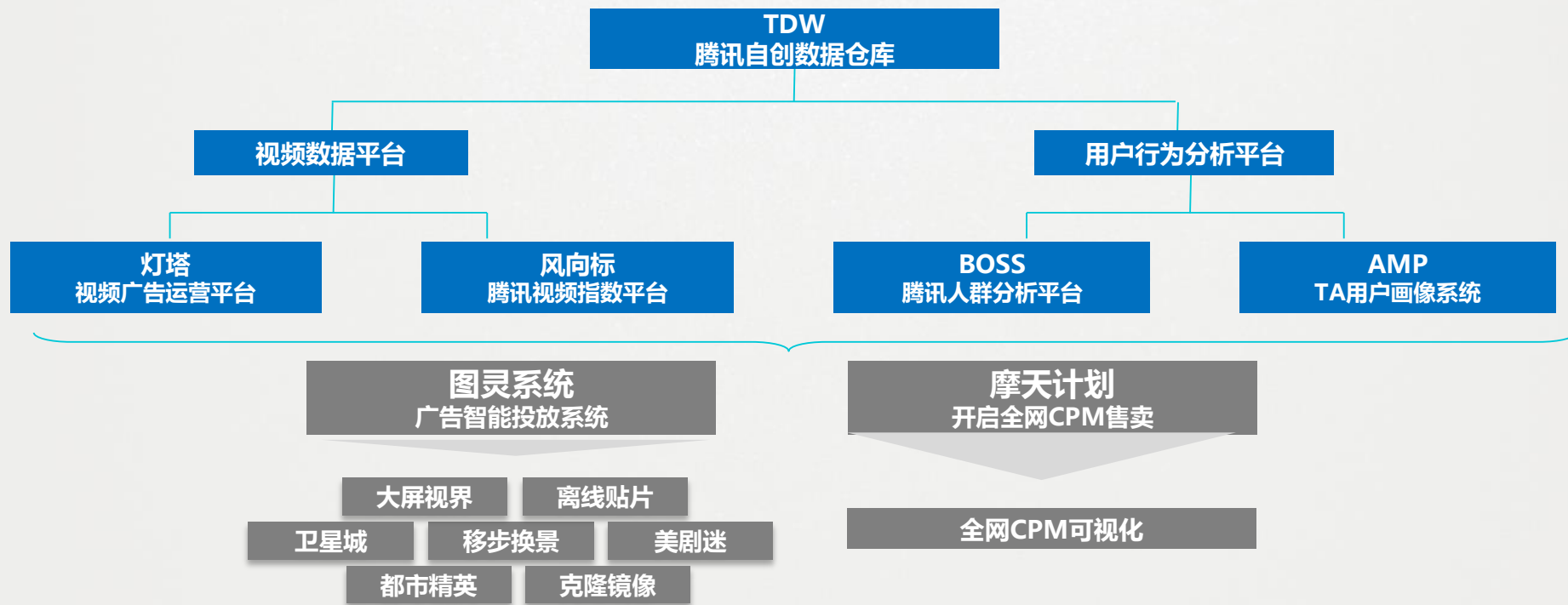
腾讯视频
月活跃



腾讯独有 ID+Cookie 成就大数据积累



Digital DNA成就立体化数据产品



【TDW数据仓库】基于TDW定制精细化数据系统指导广告营销

腾讯自助分析平台（BOSS）

腾讯全平台人群分析

包括人口属性，行为特征，消费习惯的交叉比较和分析



视频广告运营平台（灯塔）

可视化视频广告数据报告

包括受众分析、广告指数分析、库存分析等



腾讯用户管理平台（AMP）

实现广告决策优化

根据源自大数据分析的消费者洞察，为行业提供专业的广告决策优化工具



腾讯视频指数平台

腾讯视频剧目分析

包括播放数据、观看时间、观看设备、收视人群等精细化分析



TDW
数据仓库

腾讯Digital DNA，完整构建用户全角度画像

用户身份识别

基于QQID的
大数据用户体系



基于用户设备间的
访问关联



大数据跟随用户社
交行为标签去重



用户基础属性定向

人口属性

性别 城市
学历 职业

场景

家庭 工作
高校 网吧

媒体偏好

QQ邮箱 腾讯视频 QQ音乐
游戏登陆次数

内容、关键词定向

生活状态

已婚 单身
消费水平

兴趣标签

游戏 娱乐 休闲
服饰 体育 IT数码

类人群推荐

定向目标人群关注
关键词

代言人匹配

出现代言人相关信
息即匹配广告

竞品拦截

出现竞品关键词即
匹配广告

摩天 (Multi-Value) 计划



Manageable

精细

更精细的媒介计划管理
满足多样化节奏需求



Multiple

整合

多屏/多平整合覆盖
整体管理便捷联投



Matchable

匹配

精准目标人群挖掘
有效提升转化效率



Measurable

透明

实时投放效果监控
实现快速反应及优化



Maximum ROI

高效

统一投放各项标准
创造最大化营销ROI

Manageable

精细。

更精细的资源规划、管理，提升媒体投放效率

CPD投放逻辑

- 预算分配与目标人群流量曲线脱节
- 无法准确覆盖核心曝光点

流量曲线

A品牌CPD购买预算分配

CPM投放逻辑

- 预算分配与流量曲线匹配
- 全站资源整合定向投放，无需抢占单一点位

A品牌CPM购买预算分配

Multiple 整合。

跨屏/跨平资源统一管理，整体联合投放

依据不同平台/终端流量变化 整合规划资源配比



Matchable

匹配。

图灵：TA智能优化系统

自我学习、智能优化，为CPM提供更精准高效投放依据

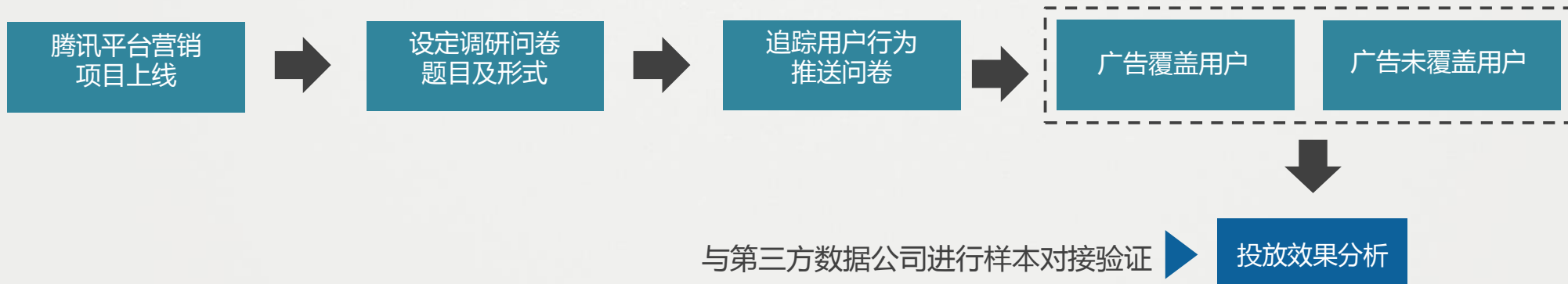
某汽车品牌
贴片投放需求
男性，25岁+
一线城市

Measurable

透明。

实时投放效果监控，投放期间快速反应及优化
腾讯开放第三方监测调研接口

CPM监测体系



Maximum ROI

高效。

统一投放各项标准

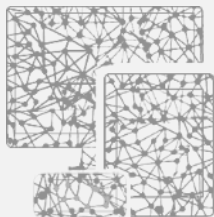
准确的曝光计数及曝光计费节省成本



iab.

1 统一标准

严格遵循IAB曝光监测标准
曝光计数更为科学准确



通栏

1000*90 Pixel

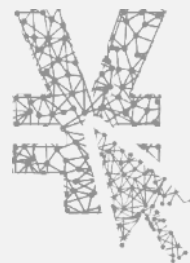
矩形大图

300*250 Pixel

...

2 统一素材

统一规划广告资源尺寸样式
广告创意、素材制作更轻松



AdMasterTM
Digital Consulting

ACNielsen

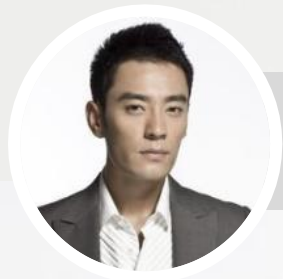
秒针系统
Miaozhen Systems

3 统一结算

接受腾讯认可的第三方监测
并基于第三方监测效果结算

视频

都市精英：聚英才



人群描述：

拥用财富的一群人，事业有成，有目标有追求，有广泛的兴趣爱好。有闲钱投资，有消费力，是品牌最想捕捉的一群人



视频

大屏视界：锁定移动终端高价值人群

大屏人群特点：

- 1、更成熟
- 2、学历更高
- 3、发达地区占比更高
- 4、粘性更强
- 5、更爱长视频

18-34岁占比
82.6%

高6.7个百分点

发达地区占比
34%

高6个百分点

高学历占比
58.2%

高17.2个百分点

观看频次
5.6次

移动整体4.2次

长视频占比
70.2%



大屏移动设备=大屏智能手机+平板电脑

数据来源：腾讯视频运营平台&系统，2014年8-9月，大屏以ipad&三星大屏用户为例

视频

离线贴片：锁定白领视频真空带

离线场景	适应人群	行为特征	用户规模	适用行业/品牌
	上班族/年轻白领 上下班距离远 打发移动时光	高关注/高匹配 主动选择 预先缓存	视频月度VV近10亿, 55%ipad,iphone 53%aphone用户 习惯于选择离线观看视频内容；	 日化、服装、食品饮料 年轻族群产品
	高消费力人群 注重生活品质 节假日：周边游 平时：运动休闲	影视 较高浏览时长		 OTC药品，运动服装，汽车、 航空公司，金融支付，酒店集团
	高端商务人群 高收入家庭用户 节假日：国内/海外游 平时：商务出差	长视频 热门综艺		 汽车、航空公司、房产、金融理财 酒店集团、景点，奢侈品

视频

卫星城：追投一小时生活圈

麦肯锡城市群【Cluster Map】

将中国城市分为22个城市群，涵盖了815个城市中的606个，
每个城市群围绕1到2个中心城市发展。

大北京卫星城

沧州市/廊坊市/石家庄市/
唐山市/天津

大上海卫星城

杭州市/湖州市/嘉兴市/
宁波市/苏州市/无锡市

大广州卫星城

东莞市/佛山市/深圳市/中山市/珠海市/惠州市

城市群的 相似因素分析

人口特征

政府政策

消费习惯

产业构成

*图中红色字体为各城市GDP

视频

美剧迷：时全时美

美剧交流QQ群

浏览英美时尚、娱乐资讯，发表过评论或点赞

过去30天观看英、美剧、HBO用户

英美明星粉丝
加入英美剧公众号



欧美音乐爱好者

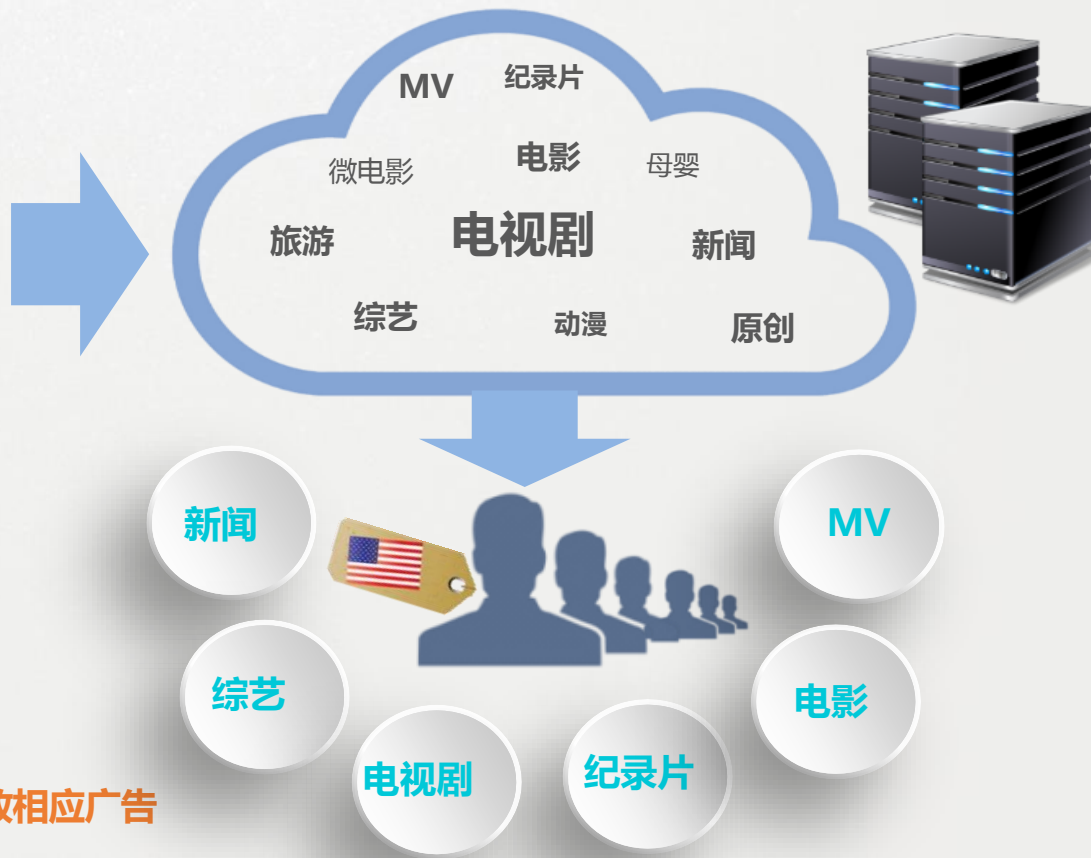
关注出国、移民相关资讯



视频月度人群覆盖3120万

Step1 贴标签：采集用户数据

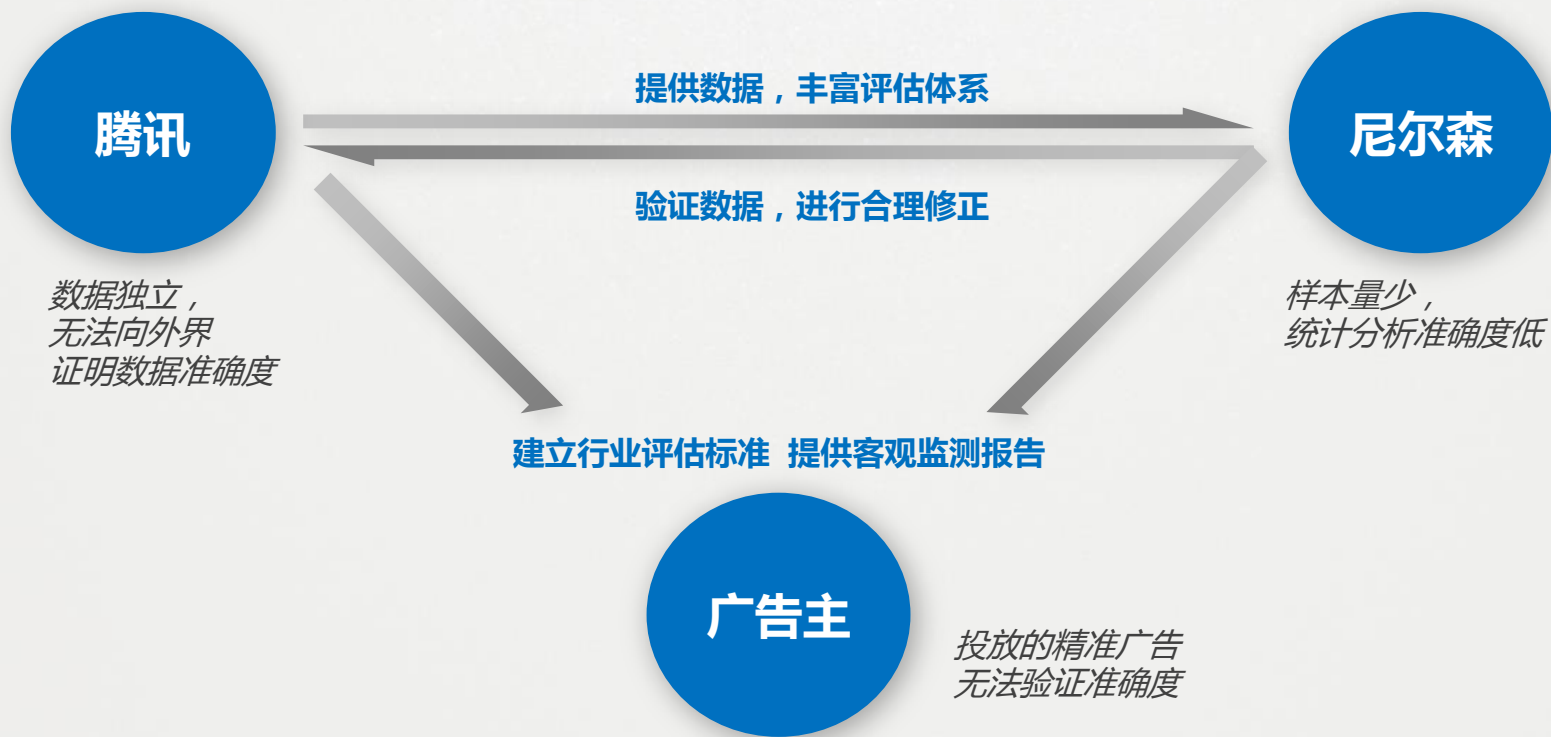
Step2 分析用户数据，行为追踪



Step3 追身定投释放相应广告

腾讯联合尼尔森，重塑品牌广告评估标准

Online Campaign Rating：由第三方公司监测和评估在线广告的效果并为客户提供监测报告



A basketball with the NBA logo and "OFFICIAL GAME BALL" text is engulfed in flames. Two ribbons, one blue and one red, are wrapped around the basketball. The background is dark blue with a network of glowing blue lines and dots.

合力无限

( **NBA** + Tencent 腾讯) ∞

海外版权，一网尽收



与海外最优质的版权方达成独家及全面的战略合作



引发**9.4万人**报名**竞争**宝贵**15席**

长沙、北京、上海、广州、成都、沈阳六站线下报名活动引发场均300万人次互动讨论





生活, 不断加速



这是一个看脸的时代



42.72亿



传奇综艺 经典延续

2015年腾讯视频《中国好声音》第四季

Thanks

