程序化购买+ 中国数字营销新趋势

YOYi 悠易

悠易互通副总裁 刘顺

2015-07-23

1 关于悠易

2 程序化发展趋势

中国程序化购买快速增长

2013-2017年
中国程序化购买市场规模

亿元 美元

| 年份 | 数值 |
CAGR= **107**%

- 2013: 0.2
- 2014: 0.8
- 2015（E）: 1.6
- 2016（E）: 2.9
- 2017（E）: 4.6

2013-2017年
美国程序化购买市场规模

亿元 美元

CAGR= **69**%

- 2013: 4.2
- 2014: 10.1
- 2015（E）: 14.9
- 2016（E）: 20.4

数据来源：iResearch & eMarketer

中国程序化购买生态体系

需求方

4A — 交易桌面 — 主要 DSP — 广告交易平台

本地代理

数据供应商

SSP

监测

网站分析

供应方
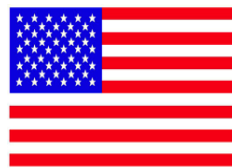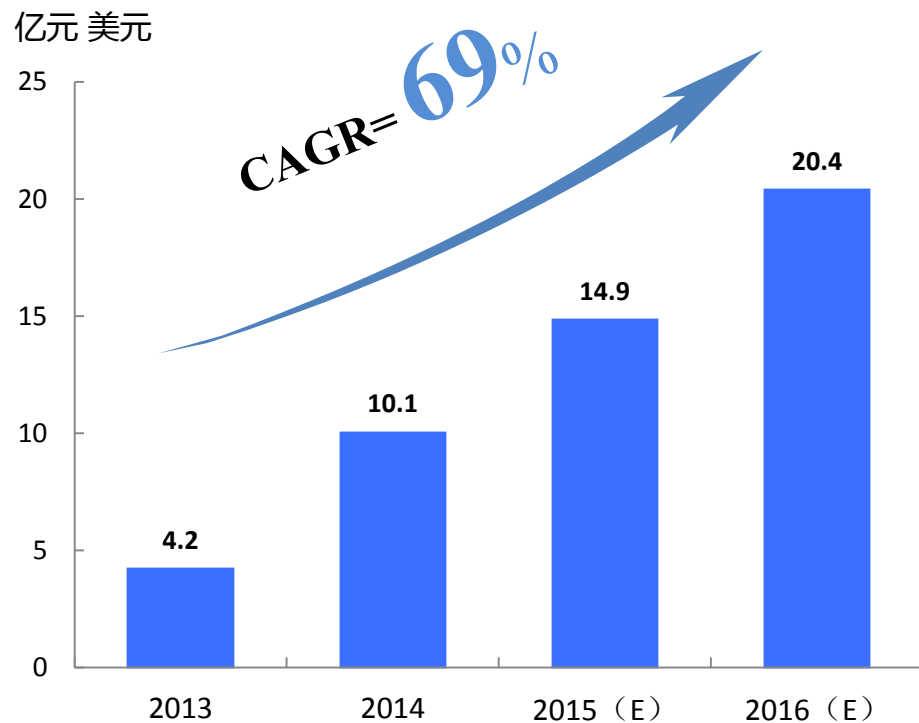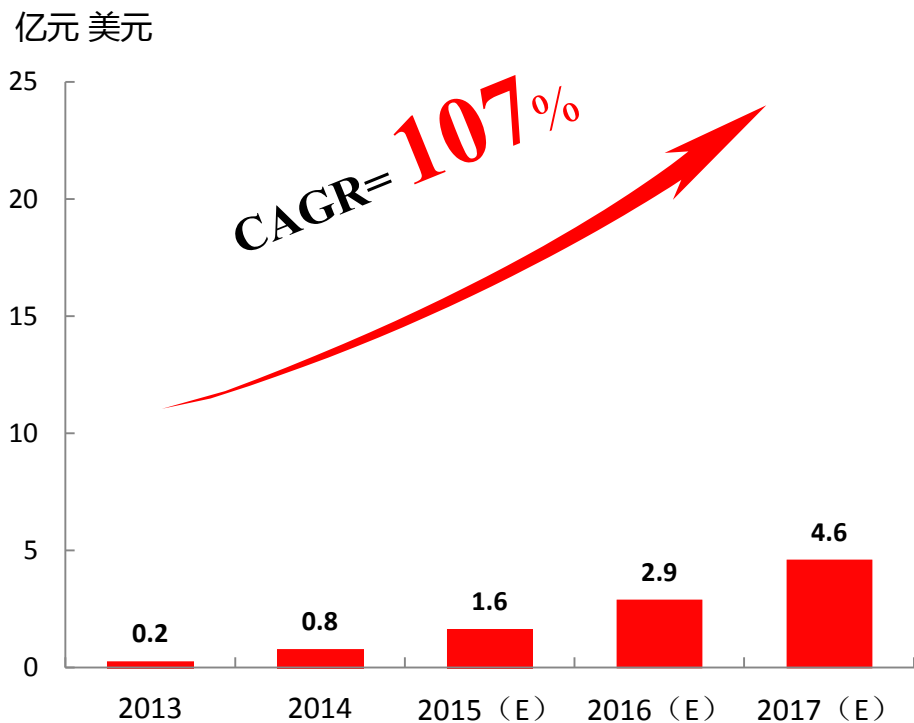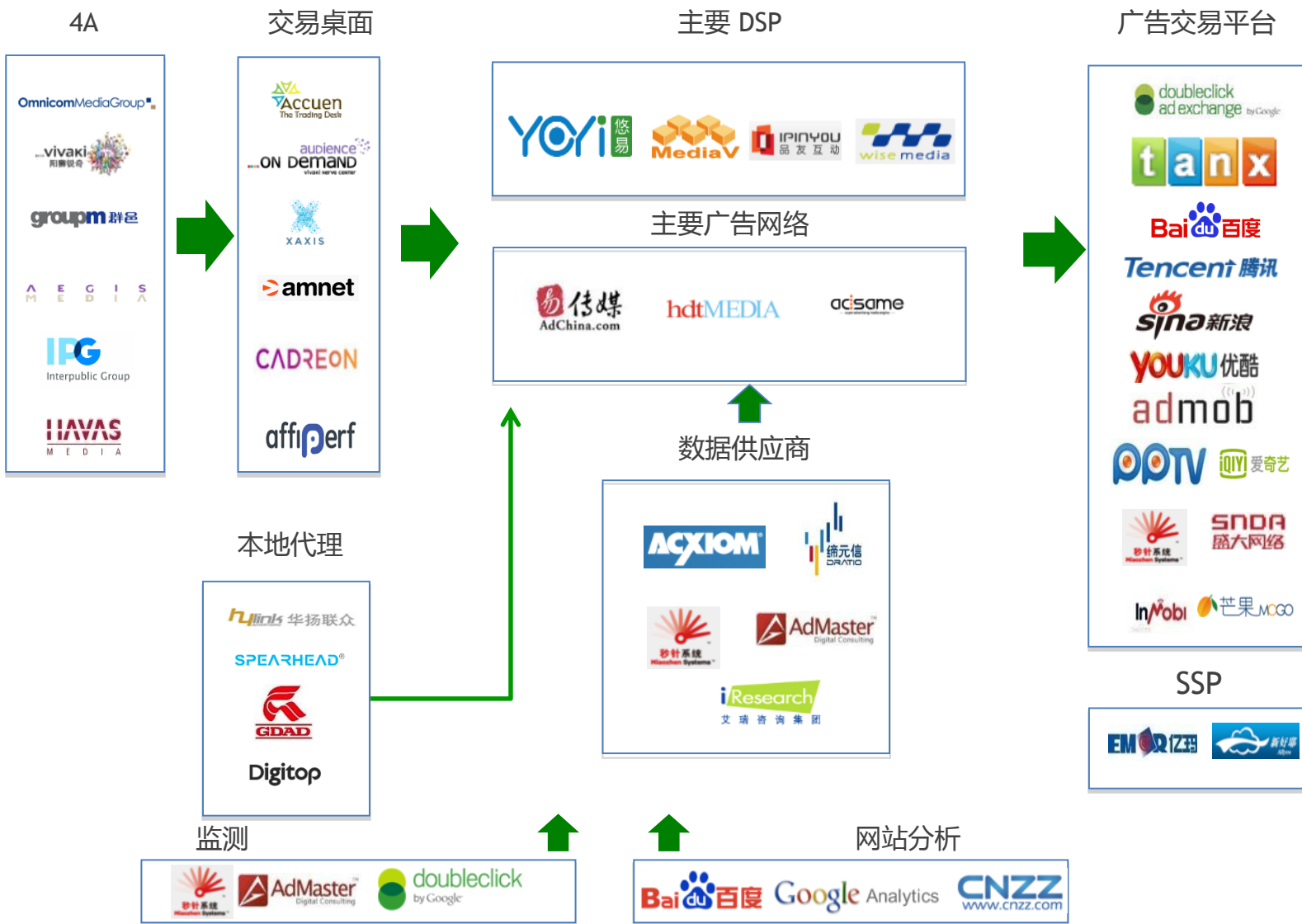
程序化平面媒体购买

广东广州日报传媒股份有限公司（证券代码：002181）

程序化户外购买

程序化影院购买

TOPICS | COMMENTARY | RESOURCES | EVENTS

CONNECT

SEARCH powered by Google

Must Read

Fraudsters Locate A New Frontier

Verizon-AOL Deal Foretells More Merger Fervor

Verizon Will Buy AOL For $4.4 Billion In Media And Ad Tech Expansion

AOL Powers Private Marketplace For Programmatic Movie Ads

by Kelly Liyakasa // Thursday, March 19th, 2015 – 12:40 pm

Share:

Video and cross-screen private marketplaces (PMPs) are all the rage, though their strategic uses differ from publisher to publisher.

AOL's newest PMP partner, Rev4 Media, wanted to take advantage of the silver screen and the associated second-screen opportunity for mobile app developers. It's in the process of building a PMP using AOL's technology.

Henk van Niekerk, SVP Publishers, Ad Networks
AOLPLATFORMS.

Rev4 Media develops an interactive cinema ad platform, which aims to connect advertisers like Coca-Cola to pre-show ad slots on 40,000 movie screens across the United States.

程序化购买+

Mobile

Social

Video

PC

Digital TV

Print

OOH

LED

YOYi
Programmatic +

图片来源：悠易互通

3
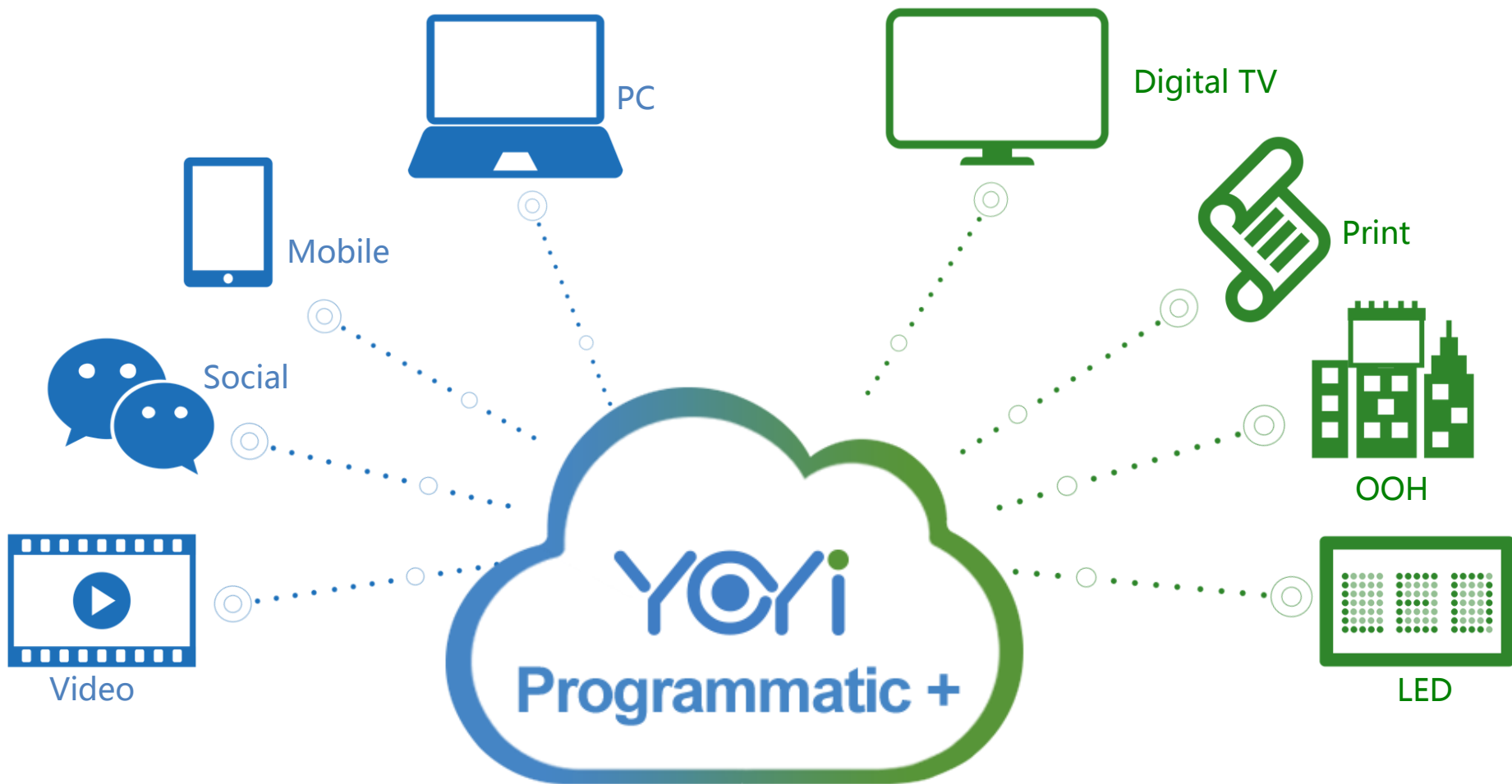
程序化购买 +
助力品牌营销

品牌建设的三大挑战

广度覆盖

深度互动

跨屏

PMP和程序化视频购买 实现广覆盖

私有广告交易市场
（PMP）
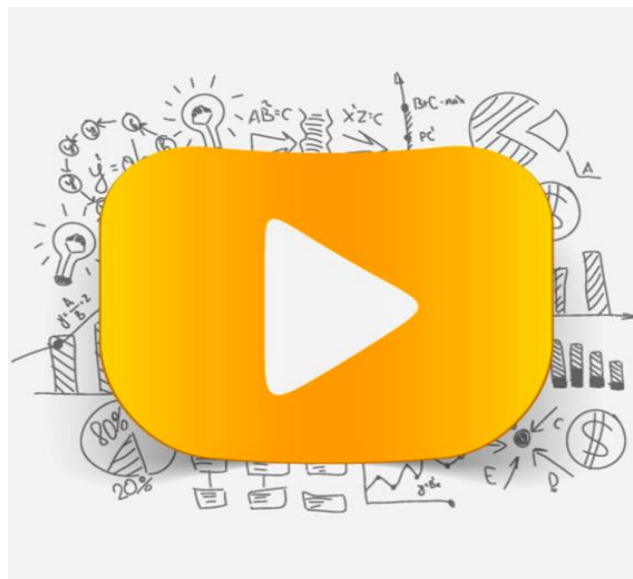
程序化视频购买

悠易数据银行: 和消费者建立的深度互动

第一方数据

第三方数据

YOYI 悠易

广告投入数据

搜索引擎营销数据

网站/商城留存数据

线下CRM数据

广告交易平台

Baidu百度

第三方监测公司

Miaozhen Systems

第三方DMP数据管理平台

DNA
Data Nerve of Audience 悠众数据中心

悠易数据库

跨屏ID让跨屏营销成为现实

Exchange

提供的基于用户ID的精确数据

始终处于同一IP地址的设备

案例分享：汽车行业解决方案

潜客
竞品A
竞品B
竞品C

汽车官网

现有访客
互动人群
产品人群
预约试驾人群
…

2. 人群扩散
3. 竞品人群
4. 媒介画像

1. 人群画像
5. 现有访客高效管理，加深互动

第一方数据留存

第三方数据库

第三方数据接入

悠易DataBank

优化线下服务

O2O整合

线下CRM

4S店
试乘试驾
购车/转介
保养维修
…
…
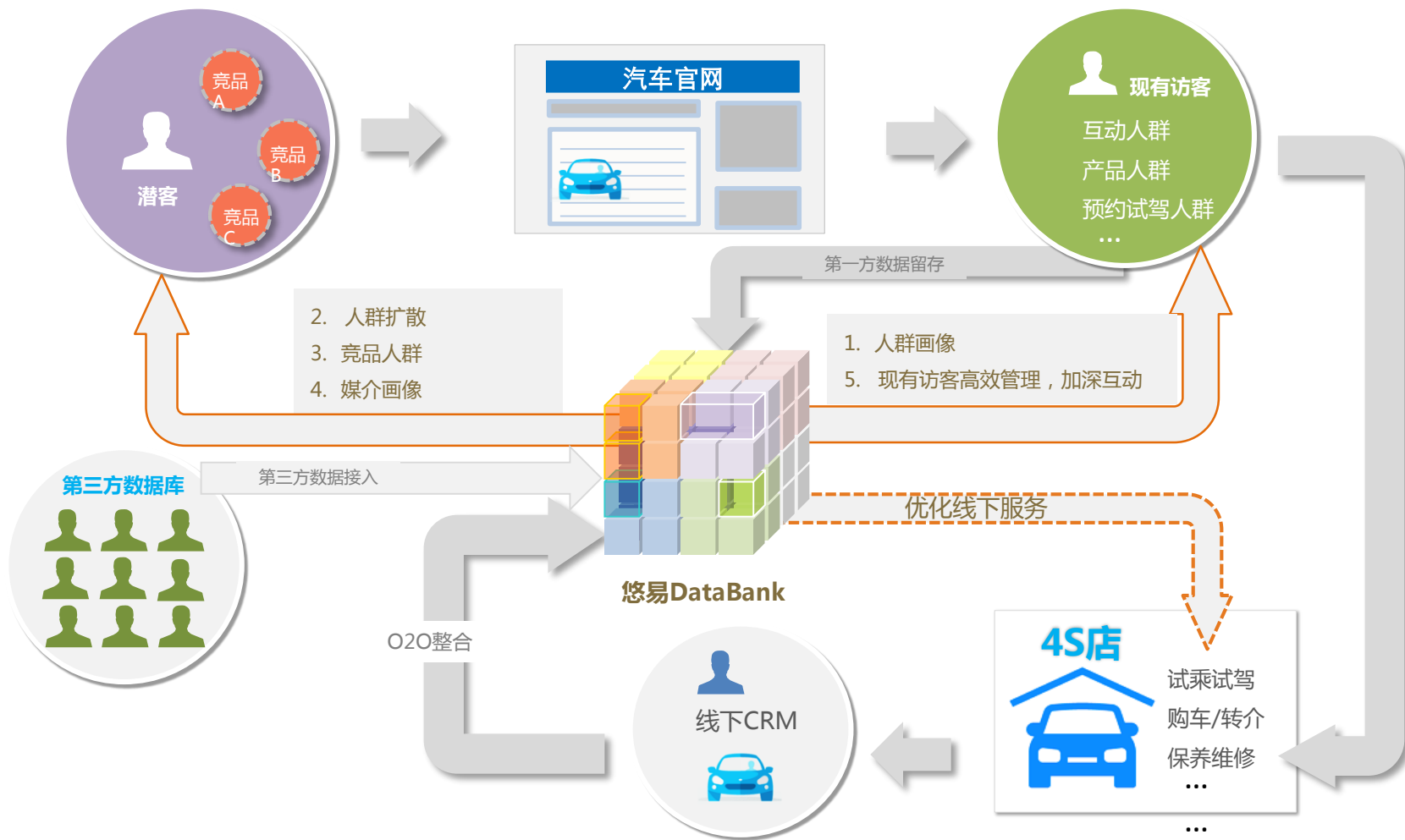
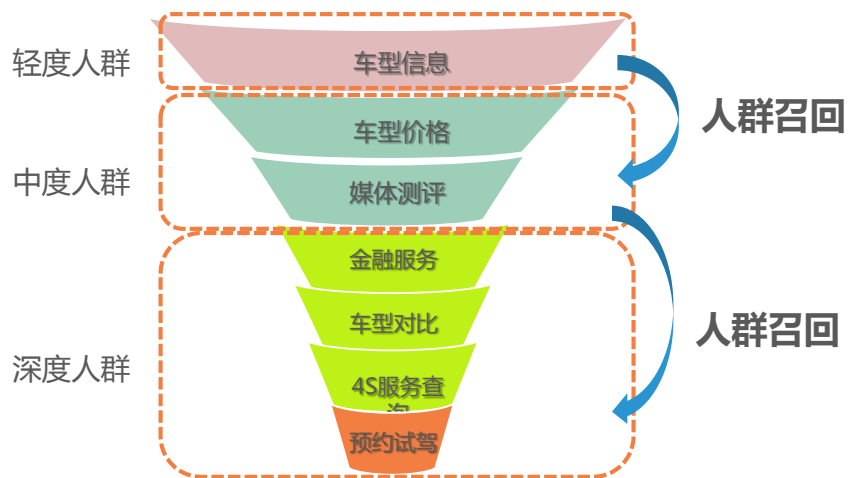# 汽车行业解决方案：现有访客深度互动

- ## 某车型人群召回策略

活动人群召回
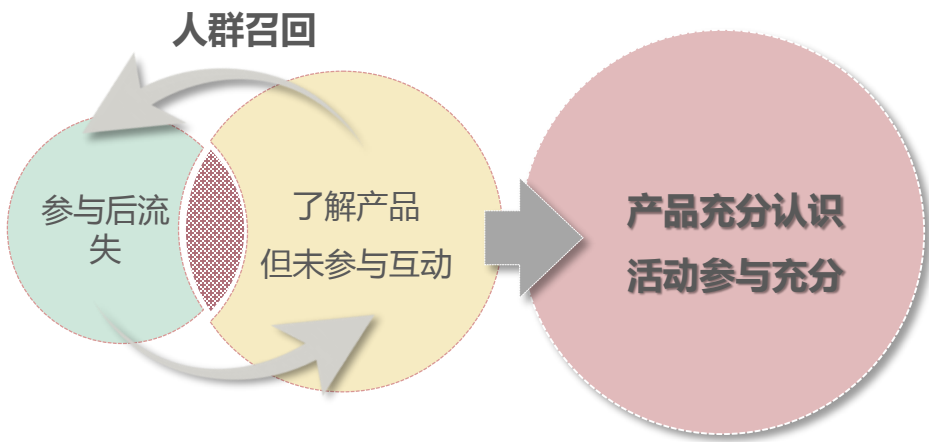
产品人群召回

人群召回

- 针对对参与活动并流失掉的人群进行召回，推送产品类型素材
- 针对了解产品且未参与活动人群，推送活动创意

- 针对轻度与中度产品用户的流失进行召回，推送更深度的产品类型素材，促进其进行预约试驾

汽车行业解决方案：现有访客深度互动

- ## 召回优化效果

经过7天的召回投放，活动人群了解产品信息的比例由优化前的 28% 提升至34%

优化前（45天累计）

网站总量：2,935,514

活动人群了解产品信息比例：28%

活动参与
1,315,142

产品认知
1,626,437

活动信息的查看与曝光
参与活动
分享

重合量
237,352

优化后（7天累计）

网站总量：424,491

活动人群了解产品信息比例：34%

活动参与
154,110

产品认知
215,851

分享

重合量
53,259

车型信息浏览（功能/外观）
媒体测评浏览
车型价格
车型对比
金融服务
4S服务查询
预约试驾

汽车行业解决方案：现有访客深度互动

- ## 召回优化效果

经过7天的召回投放，消费者对车型了解更加深入，点击"预约试驾"比例明显提升

优化前（45天累计）		优化后（7天累计）	
产品总体	1,626,437	12.3%	215,851	26.8%
车型信息	842,857	12.3%	110,070	32.2%
车型价格	377,600	26.4%	86,502	52.1%
媒体测评	467,217	26.4%	65,848	52.5%
金融服务	191,346	63.9%	55,213	80.9%
车型对比	196,554	62.4%	53,688	82.8%
4S服务查询	191,007	63.6%	53,527	82.7%
预约试驾	199,805		57,803	
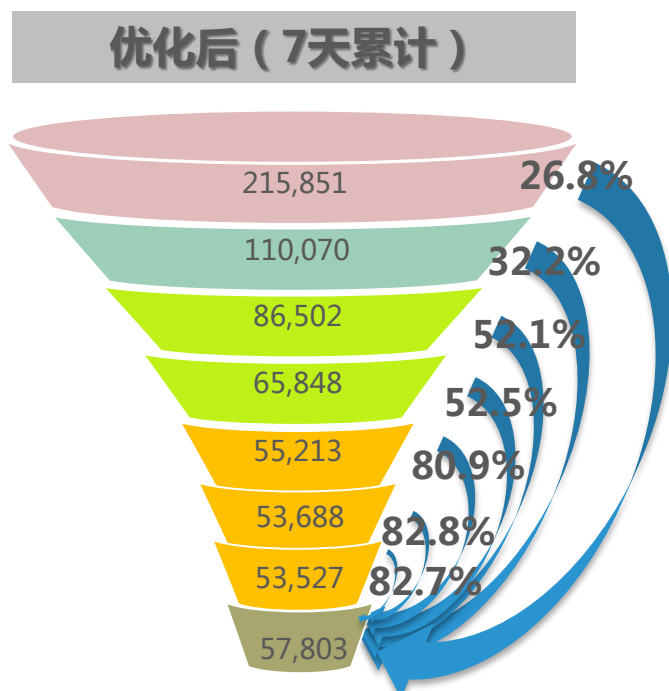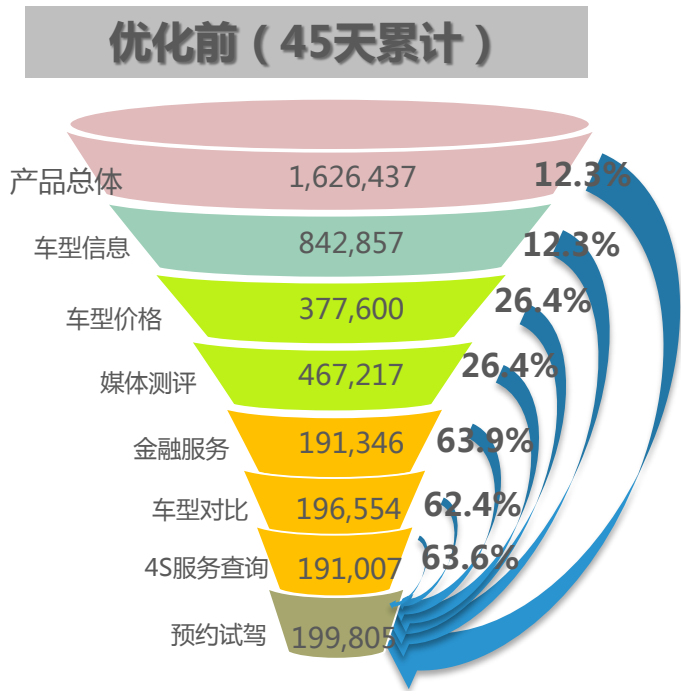
总结

- "**程序化购买+**"，丰富广告资源，拓展广告环境，为广告主创造营销新可能

- PMP私有广告交易市场和程序化视频购买帮助品牌获得优质媒体资源、广泛曝光及精准人群定位

- 数据银行提供真正的大数据驱动营销、建立消费者深度互动

- 跨屏ID让跨屏营销成为现实

扫描二维码了解更多程序化购买资讯