



Top
Mobile
Awards

安沃DSPlus广告平台



安沃传媒

中国领先的移动广告平台

- ◆ 所属类型：平台
- ◆ 开发时间：2015
- ◆ 参选类别：年度最佳移动广告投放系统/工具/平台

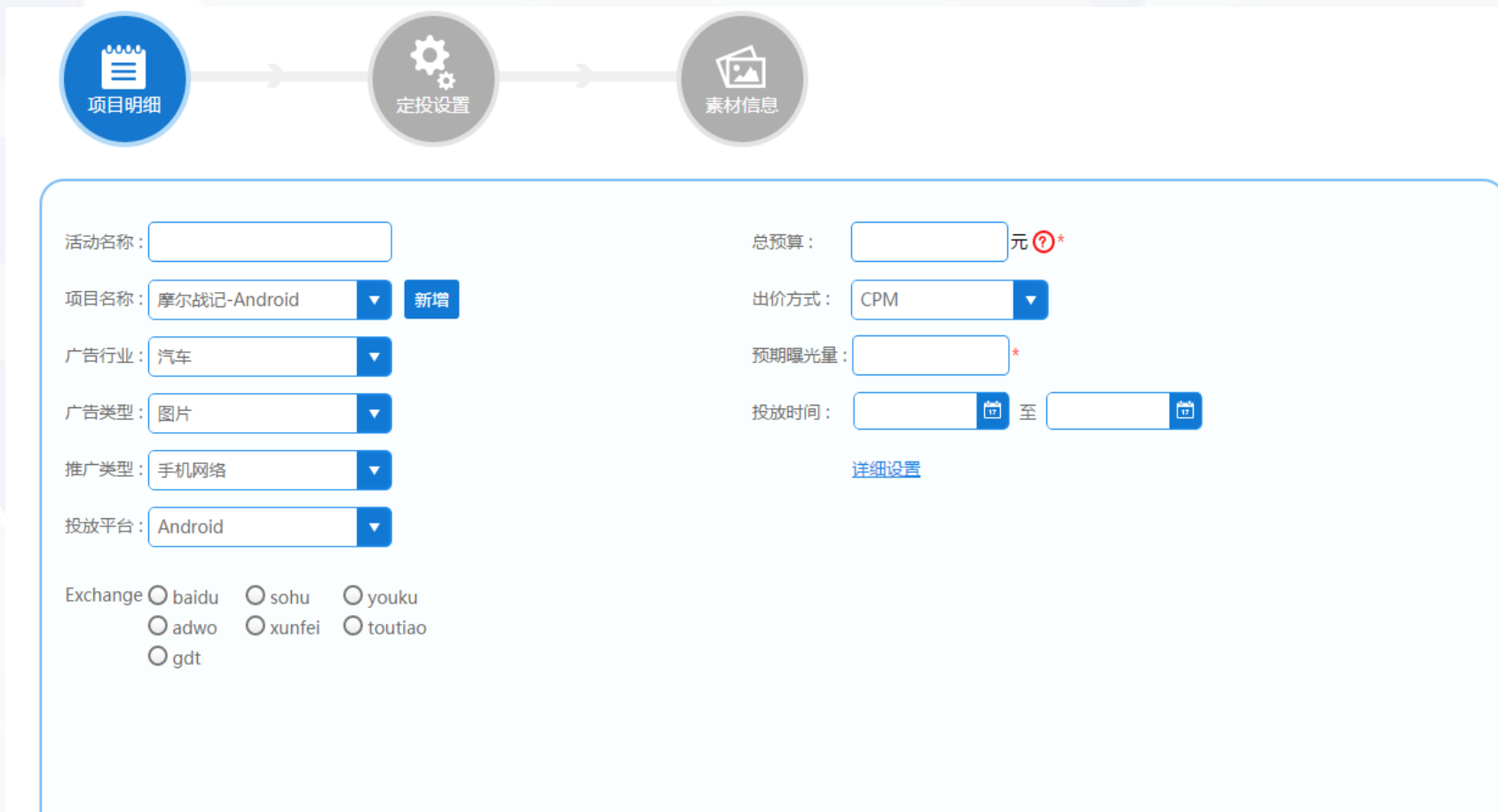
开发背景：

移动广告增长速度远超网络广告增长速度，且未来3年增长速度将保持在网络广告增长速度的两倍以上，广告主预算向移动端迁移明显。在这一背景下，广告主对于移动程序化购买的需求也在不断加强，推动了移动程序化购买市场的整体发展。程序化购买是开发者进行流量变现的重要渠道之一，开发者对于库存资源的开放意愿提高，部分明星应用hero App积极将资源转向程序化购买，从而推动了市场规模，DSP为广告主提供一个综合性的操作平台，广告主可以通过一个平台管理多个渠道的流量来源，避免复杂的媒体购买方式带来的资源浪费。DSP利用RTB可以从广告交易平台中实时的按需购买广告。并以受众为中心的购买模式。

核心目标：

安沃移动广告需求方平台DSP整合、优化和管理不同渠道流量来源，允许广告客户和广告机构更方便地访问，以及更有效地购买广告库存，通过数据整合，分析实现基于受众的精准投放，并且实时监控不断优化。可以对接众多媒体资源，帮助广告主实现整合式的营销以及基于受众数据分析的精准营销。

- 创建广告：创建广告活动的信息、设置投放排期、基于受众的定投设置、创建广告的素材。可基于广告组或者素材做的A/B测试



项目明细 → 定投设置 → 素材信息

活动名称:

项目名称: 摩尔战记-Android

广告行业: 汽车

广告类型: 图片

推广类型: 手机网络

投放平台: Android

Exchange ☐ baidu ☐ sohu ☐ youku
☐ adwo ☐ xunfei ☐ toutiao
☐ gdt

总预算: 元 *

出价方式: CPM

预期曝光量: *

投放时间: 至

[详细设置](#)

图1. 选择广告系列目标和投放地区

使用说明

投放总量 : 10000000

当前余量 : 0

平均分配

GMT+8

☒	日期	星期	日投放量	☐ 00:00 - 05:00	☐ 06:00 - 11:00	☐ 12:00 - 17:00	☐ 18:00 - 23:00
☐	2015-7-29	星期三	294138	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-7-30	星期四	294118	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-7-31	星期五	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-1	星期六	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-2	星期日	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-3	星期一	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-4	星期二	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-5	星期三	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23
☐	2015-8-6	星期四	294117	0 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11	12 13 14 15 16 17	18 19 20 21 22 23

确定

图2. 设置预算和竞价

网络环境：☐ WIFI ☐ N-WIFI

操作系统：

地理区域：

选择

城市	省份	操作
----	----	----

投放人群：

性别

☐ 男 ☐ 女

婚否

☐ 单身 ☐ 新婚 ☐ 已育儿

年龄

☐ 00后 ☐ 90后 ☐ 86-90 ☐ 80-85 ☐ 80前

收入

☐ <5000 ☐ 5000- ☐ >10000

职业

☐ 学生 ☐ 职员 ☐ 企业管理 ☐ 个体经营

投放设备：

选择

品牌	系列	操作
----	----	----

图3. 设置受众



落地页

落地页地址：

默认点击监测地址



素材信息

 添加新素材

Exchange：

baidu

素材单价：

 元

素材名称：

显示标题：

素材尺寸：

320X50 Banner

上传素材：

  选择

扩展点击监测地址：

展示监测地址：

广告主效果回调地址：

Page：

图4. 编辑广告素材

- 广告投放效果跟踪功能：可以查看该广告账户下的所有广告活动数据，包括各个广告的展示、点击、CTR等KPI指标默认显示近7天的数据。也可跟踪单条广告的KPI数据

首页

项目管理

统计报告

用户信息

活动详情

创建新活动

项目名称: 全部

开始时间: 至

状态查询: 全部

关键字:

搜索

结果导出

投放效果走势

即将开始

正在进行

已经结束

已经暂停

未创建完成

活动名称	展示数	点击数	效果	点击率	转化率	eCPC	eCPM	eCPA	中标率	状态	消耗	预算	操作
小师妹-ios-投今	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0%		0.00	1000000	
小师妹-ios-投今	11927	47	0	0.39%	0%	3.034	11.9558	3033.981	0%		142.60	1000000	
疯锤连连看-	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0%		0.00	1000000	
疯锤连连看-	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0%		0.00	1000000	
疯锤连连看-	2835063	26096	0	0.92%	0%	1.6221	14.9311	1622.1082	84.48%		42,330.54	1000000	
忍者切水果2-	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0%		0.00	1000000	
忍者切水果2-	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0%		0.00	1000000	
忍者切水果-	823695	7712	0	0.94%	0%	1.3655	12.7844	1365.4601	348.09%		10,530.43	1000000	

图5.广告账户下所有广告的投放数据summary 列表



图6广告的投放效果走势

投放效果明细

活动

地域

Exchange

 结果导出

日期	活动名称	展示	点击	点击率	eCPC	eCPM	消耗
150501-150615	攻城掠地-ios-投今日头条-580X240-0604	2508239	7386	0.29%	¥6.76	¥19.90	¥49925.81
150501-150615	少年三国志-ios-投今日头条-580X240-复制	54	8	14.81%	¥0.00	¥0.00	¥0.00
150501-150615	少年三国志-ios-投今日头条-580X240-（废弃）	1598	11	0.69%	¥1.94	¥13.32	¥21.29
150501-150615	少年三国志-ios-投今日头条-580X240	22342	117	0.52%	¥2.71	¥14.17	¥316.60
150501-150615	啪啪三国-iOS-今日头条-580X240啪啪版	38471	158	0.41%	¥2.97	¥12.21	¥469.54
150501-150615	攻城掠地-iOS-今日头条-580X240简洁版-复制	119153	517	0.43%	¥3.03	¥13.13	¥1565.05
150501-150615	少年三国志-ios-投百度-1280X90	1	0	0.00%	¥0.00	¥0.60	¥0.00
150501-150615	啪啪三国-iOS-今日头条-580X240简洁版-复制	108610	493	0.45%	¥2.77	¥12.57	¥1364.71
150501-150615	疯锤连连看-Android-投今日头条-580x240	2835063	26096	0.92%	¥1.62	¥14.93	¥42330.53
150501-150615	小师妹-ios-投今日头条-580x240	11927	47	0.39%	¥3.03	¥11.96	¥142.60

下一页 1 / 5 跳转到第 1 页 共42条记录

图7 投放的明细数据

- 视频、原生、banner、图片等所有形式的广告创建、管理和优化，数据报表，素材和受众管理。
- 程序化购买方式：公开竞价RTB、PMP
- 广告模式：信息流广告、视频广告、图片广告、banner广告等，移动广告受众网络

- **案例背景：**

康师傅《辣味英雄传2》是由康师傅携手爱奇艺和Digital代理商VML共同推出，编剧汪远和导演韦正共同打造；陈赫、孙艺洲、娄艺潇、李佳航一起担当康师傅辣味英雄代言大任的网络剧。借助并结合《辣味英雄传》剧情强化品牌产品升级，提升用户好感度；同时最大化剧集相关资源使用率，强化《辣味英雄传》长效传播力。并围绕观剧体验辐射电商、线下渠道等更多阵地，刺激并带动销售。安沃传媒凭借其独有的移动精准广告投放手段，借助移动广告平台，直击目标消费者，以生动的展现形式吸引用户通过手机关注《辣味英雄传2》。

辣味英雄传热剧与消费者深度沟通，同时掀起爱辣潮流并给予消费者与时俱进、不断升级的品牌印象。



- **策略：**

核心策略1—把握关键销售时机，借助春节回家、假期出行、开春返工、开学新年特殊氛围，线上线下联动，在销售旺季集中提升销量

核心策略2---精准锁定目标消费人群，基于移动端媒体优势，精准抵达目标消费者吸引目标消费者观看康师傅《辣味英雄传2》，多种广告形式与用户进行沟通



- **创意：**

移动端通过不同阶段不同的广告创意素材，吸引用户进入H5页面观看视频，而VoDOC新媒体技术创造的视频内嵌动态链接技术能够实时跟踪视频内目标物体的运动，优化体验全面升级视频互动新体验，直接将消费冲动转化成购买行动。

在用户观看康师傅《辣味英雄传2》，同时结合火辣剧情并利用VoDOC新媒体互动形式吸引用户参与体验；VoDOC新媒体技术的整合加强了用户观看视频的场景化营销，提升电商购买转化率。

- **执行：**

技术上通过In-App和DSP对人群的筛选，根据人群以往的移动属性，选择用户受众关注的app，以及用户的相关标签，推送广告，吸引点击。

在投放区域上，选择重点销售区域及城市热门地点进行定向投放，达到品牌曝光最大化。

不同阶段以不同的广告创意素材，吸引用户的点击关注，保持广告热度。

- **效果**

整个项目周期带来过亿的广告曝光，吸引用户主动点击超过120万。