

hdtMEDIA

移动时代品牌价值提升

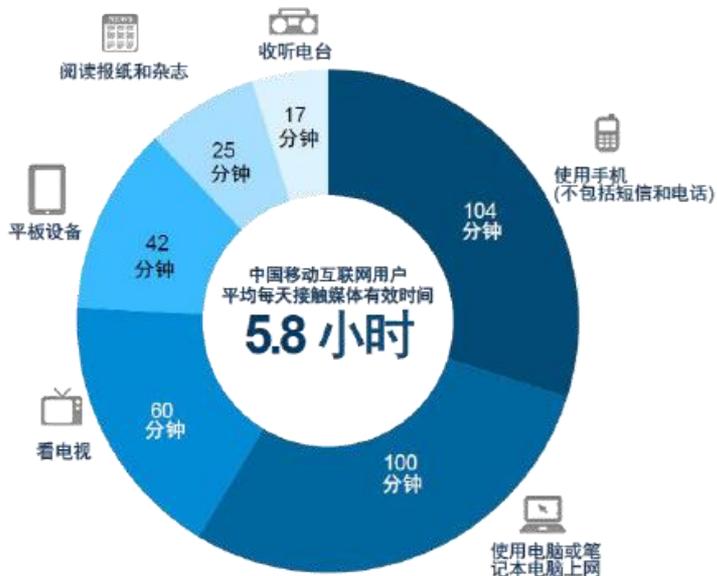
中国领先的数字广告平台 2015.8



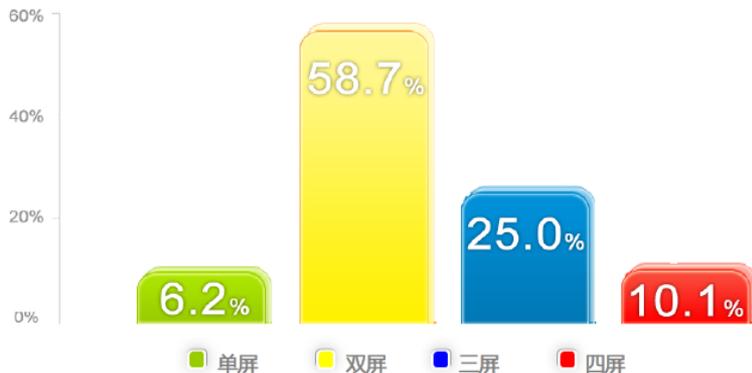
碎片化时代，跨屏营销成为未来趋势



Mobile+PAD成为第一入口，双屏、三屏比例最高

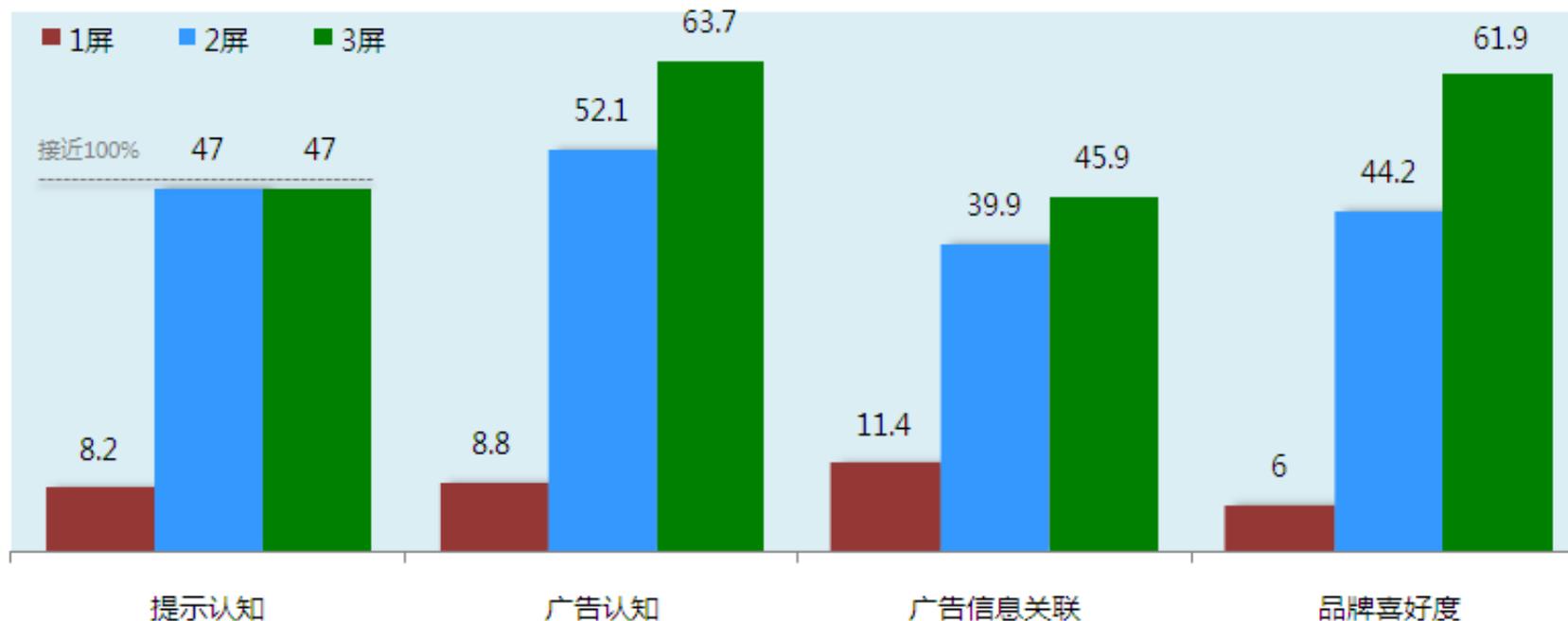


智能TV、PC、Phone、Pad



通过跨屏营销利于提升品牌认知

增长绝对值%: Δ 3屏时对品牌效果指标的提升幅度





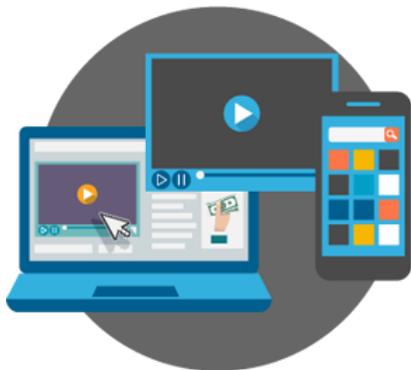
技术创新

整合优化

客制化创意

hdtMobile程序化购买优势，确保每一分投入回报最大化

移动程序化购买创新优势



整合优化



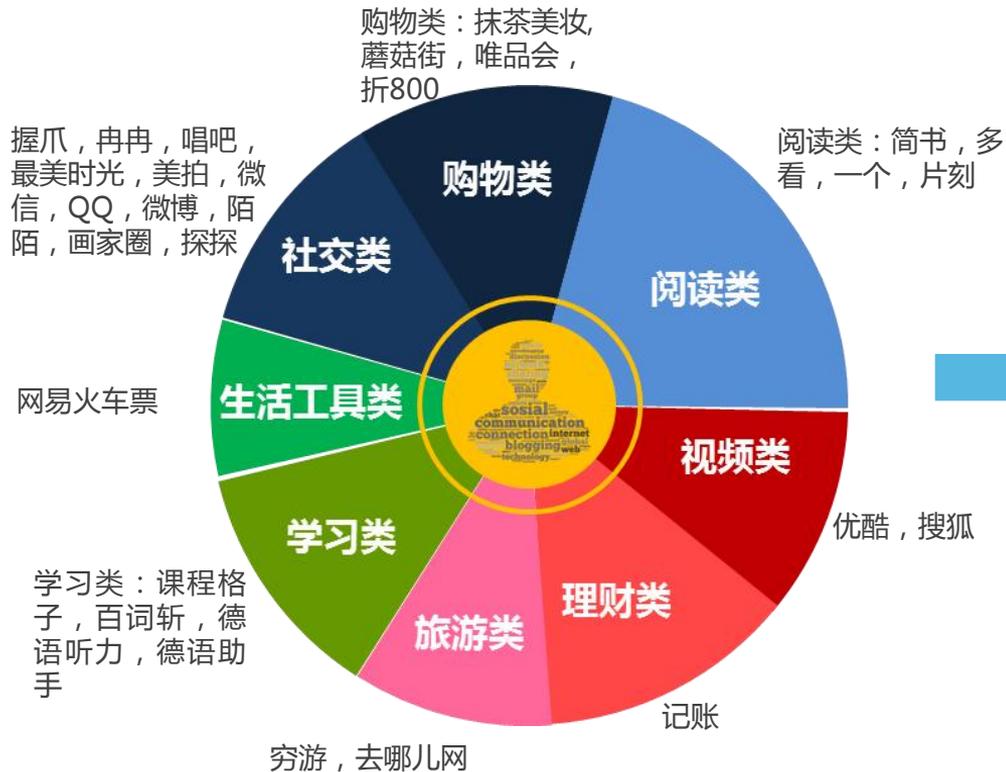
技术创新



客制化创意

社交数据整合运用-标签体系了解受众偏好

强大的统计分析管理后台，为客户定制社交**人群分析报告**



人群判定：

性别：女

年龄：18-24岁

购物：美妆、衣服、在意价格

人群：学生

分析结果

000000000061820 1 1 3 1 0 0 1

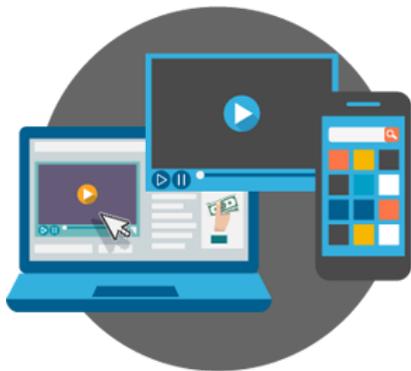
用户标识

- 男性
- 年龄在19-29岁
- 手机上装有超过两款角色扮演/仙侠/武侠游戏
- 手游充值用户
- 观看过同名电视剧《兰陵王》
- 手机搜索过《兰陵王》电视剧
- 阅读过 仙侠/武侠小说



K-V查询网关

移动程序化购买创新优势



整合优化



技术创新



客制化创意

多维度定向手段，有效提高受众转化



人群定向



天气API定向



时间定向



地域定向



运营商定向



机型定向



媒体定向



iOS/Android/WP系统定向

多种定向技术个性化定制

晾晒指数

此指数是根据温度、风速、天空状况的预报对衣物晾晒的影响情况，指导人们适时安排晾晒衣物的信息。

指数分为5级，级数越低，气象条件对人们进行晾晒活动越有利。



调取个人头像
调取天气信息

天气信息

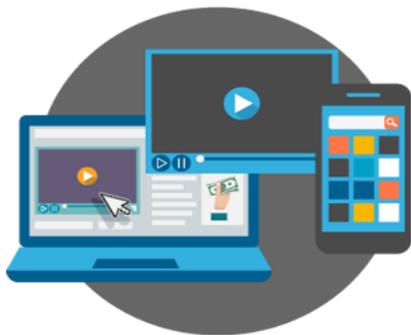
气温信息

风力信息

湿度信息

...

移动程序化购买创新优势



整合优化



技术创新



客制化创意

通过互动创意，拉近品牌与受众的距离

利用HTML5可进行多种手机互动广告，并与微信产生互动，以此增加粉丝数量！



APP定制-客制化专属互动

通过简单的互动体验方式全方位展现品牌特性及优势，从而让用户对品牌产生喜爱和信任。

音乐互动-享受激情律动



收集原料-体验第一道水分



摇动手机-开启口腔大作战



擦去雾气-感受膳魔师的温暖



(通过客户产品特征定制专属化互动形式，凸显客户产品价值)

某脱毛膏客户案例

投放背景

- 推广产品：脱毛膏
- 受众：时尚女性群体
- 地域：36个重点城市
- 定向手段：媒体圈定向、天气API定向、创意定向、
人群定向

投放目的

精准触及**目标群体**，提升客户品牌知名度，引导用户购买决策。



多维度定向策略



A

人群定向：基于互动通人群定向技术锁定时尚女性类用户群体。

B

媒体筛选：结合用户习惯选择拍照、女性、生活、旅行类APP进行投放。

C

API定向：与气象数据平台对接，在天气炎热的时候给用户推送广告信息。

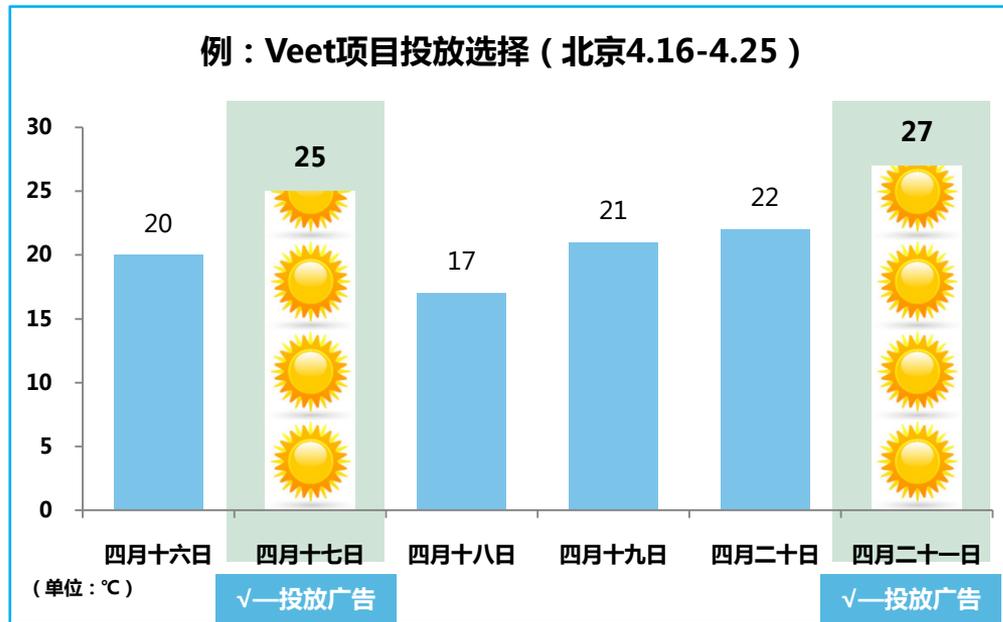
D

平台投放：根据不同媒体、创意的表现制定、优化投放策略，保证效果。

天气API定向投放

启用**API气象功能**，每**4小时**更新一次，
选取Veet **36个重点城市**投放，
设定**投放规则**针对**高于25°C**的城市投放广告。

| Veet 投放城市选择 | | |
|-------------|-----|------|
| 北京 | 绵阳 | 天津 |
| 成都 | 南昌 | 温州 |
| 福州 | 南京 | 乌鲁木齐 |
| 广州 | 南宁 | 无锡 |
| 贵阳 | 宁波 | 武汉 |
| 哈尔滨 | 青岛 | 西安 |
| 杭州 | 厦门 | 徐州 |
| 合肥 | 上海 | 烟台 |
| 呼和浩特 | 深圳 | 长春 |
| 惠州 | 石家庄 | 长沙 |
| 济南 | 苏州 | 郑州 |
| 兰州 | 太原 | 重庆 |



hdtDXP气象数据对接平台：中国天气

分阶段投放策略，保障效果

学习期

01

- 初步制定人群投放组合
- 筛选流量较大的APP
- 对接第三方API数据，根据天气条件，客制化投放规则

02

- 筛选流量较大APP广告位
- 建立广告测试投放组
- 分地域定制投放策略
- 目标人群收集、调整



标准投放模型

迭代期

04

- 根据测试情况对APP广告位定制黑白名单
- 调控效果成本
- 建立基础投放模型

03

- 竞价提高一个最小单元
- 批量复制投放素材
- 放开每日消耗上限
- 实时调整投放策略

广告创意及投放效果情况



• 创意组数 : 4组 总曝光 : 35,006,478次 总点击 : 290,554次 平均
CTR : 0.83%

某通气鼻贴客户案例

基本信息

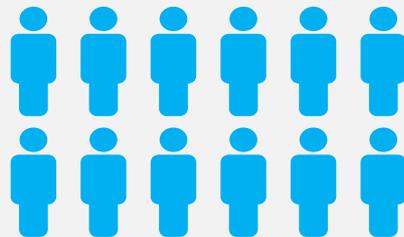
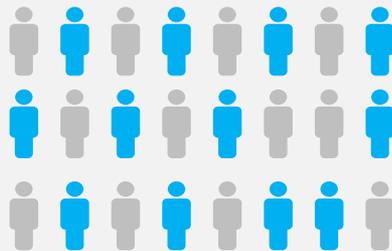
- **地域分配**：60% 北上广深；40% 二线城市
- **学习期**：10%—单维度分析
- **迭代期**：90%—正式投放，附加多维度分析优化 (大约10%的预算用于多维度分析)
- **投放周期**：2个月学习期15天；迭代期46天
- **策略**：

学习期：广覆盖-15天

迭代期：深挖掘-46天

初步筛选，破解核心用户

拓展投放，锁定核心用户



投放形式

Banner、插屏

精准定向财经、新闻、视频类、生活类APP

效果综述

1.展示累计2000万+次

2.CTR 1.6%

3.品牌认知度-提高3%



某通气鼻贴客户案例

TA的收集与甄别，确保人群的精准度

学习期：初步确认投放模型

- 分析每个纬度对CPC的贡献度，包括媒体、时间段、频次等；
- 分析客制化人群标签，锁定核心标签特征。

迭代期：拓展投放模型

- 10%的预算用于对待观测纬度进行分析性投放，以达到更好效果；
- 90%的预算使用当前最佳策略投放。

核心人群收集：

- 全国投放；
- 放开时间限制；
- 设定人群基础属性；
- 不设定频次控制.....



核心数据洞察：

- 根据数据建立app白名单；
- 捕捉核心行为人群；
- 建立精准投放模型.....



定向收紧：

- 人群标签化匹配；
- 优化地域、时间...定向；
- 放开每日消耗上限
- 尝试性核心维度测试...



实时优化与监控：

- 实时根据投放，完善某通气鼻贴客户模型；
- 根据最新模型进行投放；
- 针对核心数据进行标签化...

前期阶段

后期阶段

某汽车客户案例

如何在互动中吸引用户？

推广需求

平台：iOS、Android

投放目的：提升车型知名度，为线下引流

推广周期：2个月

投放形式

In-App Banner

定向财经、新闻、商旅、工具、汽车类APP

动力感应创意互动

投放效果

展示累计6600万+次

CTR = 0.6%

共获得600+的预约注册数



趣味互动吸引用户在线**预约**

收藏网站 | 设为首页 登录 注册



彩妆 模特 生活 健康 亲子 器物 数码 汽车 男士 型男 玩乐 男士 型男 玩乐 化妆品库 珠宝库 腕表库
化妆品 试用 享受 旅游 珠宝 腕表 收藏 理财 收藏 理财 美图 专题 论坛 视频

搜索资讯/问答/化妆品

腕表 加关注

香奈儿推出全新J12神秘飞返陀飞轮腕表

<http://watch.aili.com> 来源: 爱丽奢华 时间: 2013-06-04

RS FIGUET) 有着合作伙伴关系的香奈儿, 今年继续向爱彼表借将, 邀请到Giulio Papi的工作团队为其打造了这枚J12 Retro J12 Retrograde Mysterieuse神秘飞返腕表。

自治区8月18日举办首届土尔扈特蒙古族服饰设计制作走秀大赛, 来自和布克赛尔蒙古族自治县10多个参赛队地服装服饰设计者所设计的上百套服装和饰品。



精彩专题 更多专题>>

2013巴塞尔国际珠宝钟表展
所展频道 奢华频道
所展系列 珠宝钟表展

更多案例

hdtMEDIA



FORUM SHANGHAI

AUGUST 14, 2015 • SHANGHAI

co-organized by MVDhouzè

hdtMEDIA



Thank you

MMA
CHINA 中国无线营销联盟

FORUM SHANGHAI

AUGUST 14, 2015 • SHANGHAI

co-organized by MVDhouse



MMA
CHINA 中国无线营销联盟