

程序化购买系列-C2基础

@上海李立峰 2015.10.15

目录

- 程序化购买的技术特点
- 技术驱动
- 结算方式
- 创意类型
- 媒体定位
- 数据驱动

程序化购买的技术特点

- 技术和计算导向
- 效果的可衡量
- 创意和投放方式的标准化
- 媒体概念多样化
- 数据驱动的投放决策

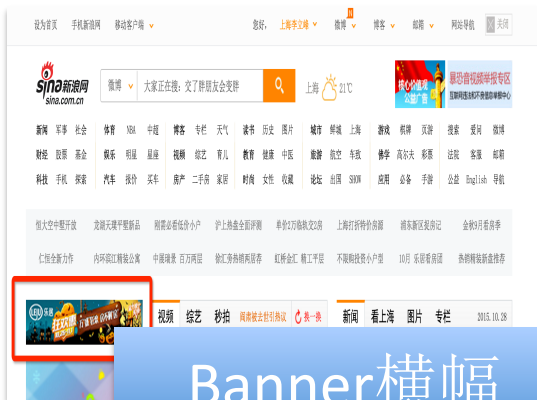
技术驱动

- 传统广告公司
 - 运营 平面策划、户外活动、海报、传单等跟进
 - 创意开发 平面、交互、flash、落地页面等设计制作
 - 媒介采买 电视、户外、纸媒、委托给各互联网媒体
- 程序化驱动DSP广告公司
 - 产品研发 开发DSP、DMP等产品，提升DSP投放精准度
 - 运营 通过设定适当的人群定向提升效果降低成本
 - 创意 制作符合标准的展现创意和落地页面效果
 - 媒介采买 支持程序化的互联网媒体，委托给线下媒体

结算方式

- PBI (Pay By Impression)
 - CPM (Million Impressions)
- PBE (Pay By Engagement)
 - CPC (Clicks)
 - CPA (Actions)
 - CPI (Installation)
 - CPT (Try)
 - CPL (Lead)
- PBP (Pay By Purchase)
 - CPS (Sale)
 - CPP (Purchase)
 - CPO (Order)
- PBT (Pay By Time)
 - CPT (Time)
 - CPD (Day)

创意类型



Banner横幅



Button按钮



Full Column通栏



Text Link文字链

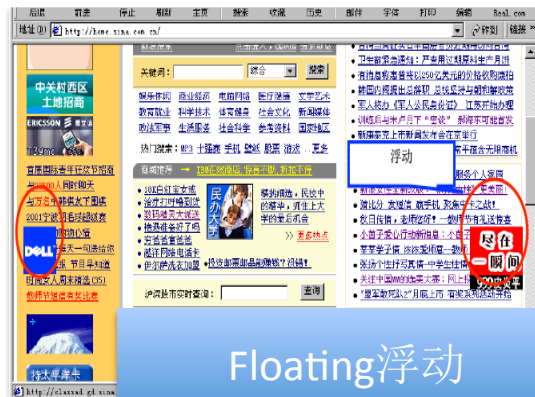
创意类型



创意类型



Full Screen全屏



Floating浮动

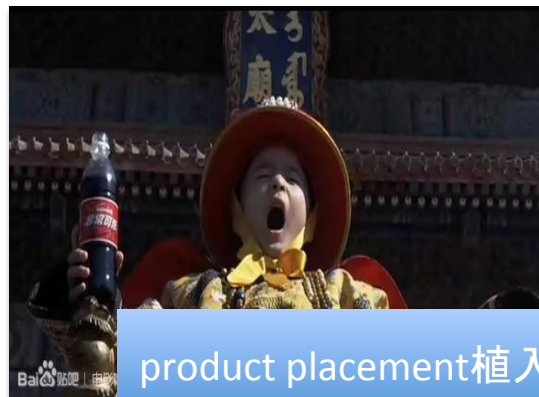
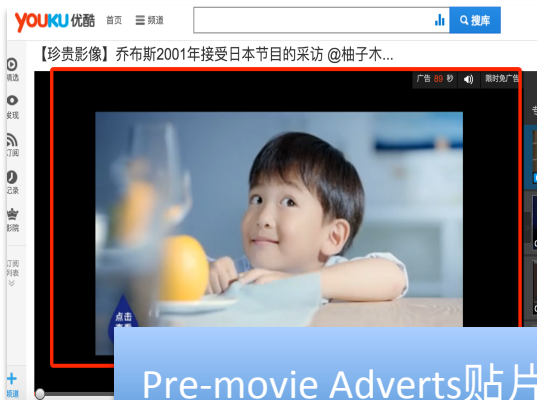


Crazy/Streaming流媒体



Video Ad视频

创意类型



创意类型



Interstitial Ad插屏



Splash Ad开屏



Offer Wall积分墙



Notification Push推送

媒体定位

- ROI逐渐增加，潜在用户逐渐减少
 - 门户网站
 - 垂直网站
 - 搜索引擎
 - 电商网站
 - 返利网站
- 广告投放策略
 - 整合营销

谢谢