

AduniteDSP平台



- ◆ **所属类型：**平台
- ◆ **开发时间：**2018年
- ◆ **参选类别：**年度最佳移动营销数据平台

- **旺翔AduniteDSP平台介绍**

- 上海旺翔文化传媒股份有限公司（股票代码：835063）成立于2011年，是一家集DSP，SSP，DMP，ADX,OTT及APP产品研发，内容电商、海外流量业务的综合性全球数字营销广告传媒公司。
- AduniteDSP是旺翔传媒旗下基于跨屏营销的DSP平台，拥有先进的RTB（实时竞价）技术、DMP（数据管理平台）强大的数据处理能力，帮助广告主精确锁定用户，使广告主购买更加精准，广告投放更加有效。

平台优势

海量媒体资源

覆盖10亿+用户，日曝光20亿+，以客户的需求为导向，精准广告、信息流内容、形象展示，针对不同类型客户不同市场需求，制定个性化媒体定制方案

多样化广告展现

旺翔DSP拥有15种以上主流广告形式，开机大屏、封面、焦点图、主题广告、HTML5互动页、信息流大图、信息流小图、图文字链等，为广告主提供灵活多变的展现形式



精准的访客定向技术

依托领先的数据管理分析技术和网络营销技术，实现了对网络用户的精准定向，包括但不限于内容，地域，行为，重定向，兴趣行为

RTB实时竞价技术

旺翔传媒拥有国内领先的实时竞价算法，是以大数据为核心，更智能、更快速、更高效的竞价算法，拥有更高的出价精度和更低的成交价格

- 合作流程

核准客户提供信息的准确性与规范性，确认充值（1w起），完成广告投放前的沟通

信息核查

根据上线投放过程所得数据的分析，结合客户要求的指标评估广告投放效果，并总结反馈

反馈总结

1

2

3

4

5

平台开户

客户提供公司基本信息（营业执照、ICP备案、产品信息等），微博推广需提供微博昵称、UID、微博推广承诺函等信息

测试与上线

根据客户的测试期考核标准，完成素材上线测试，上线后7个自然日内完成优化调整。以优质方案上线实施推广

续费合约

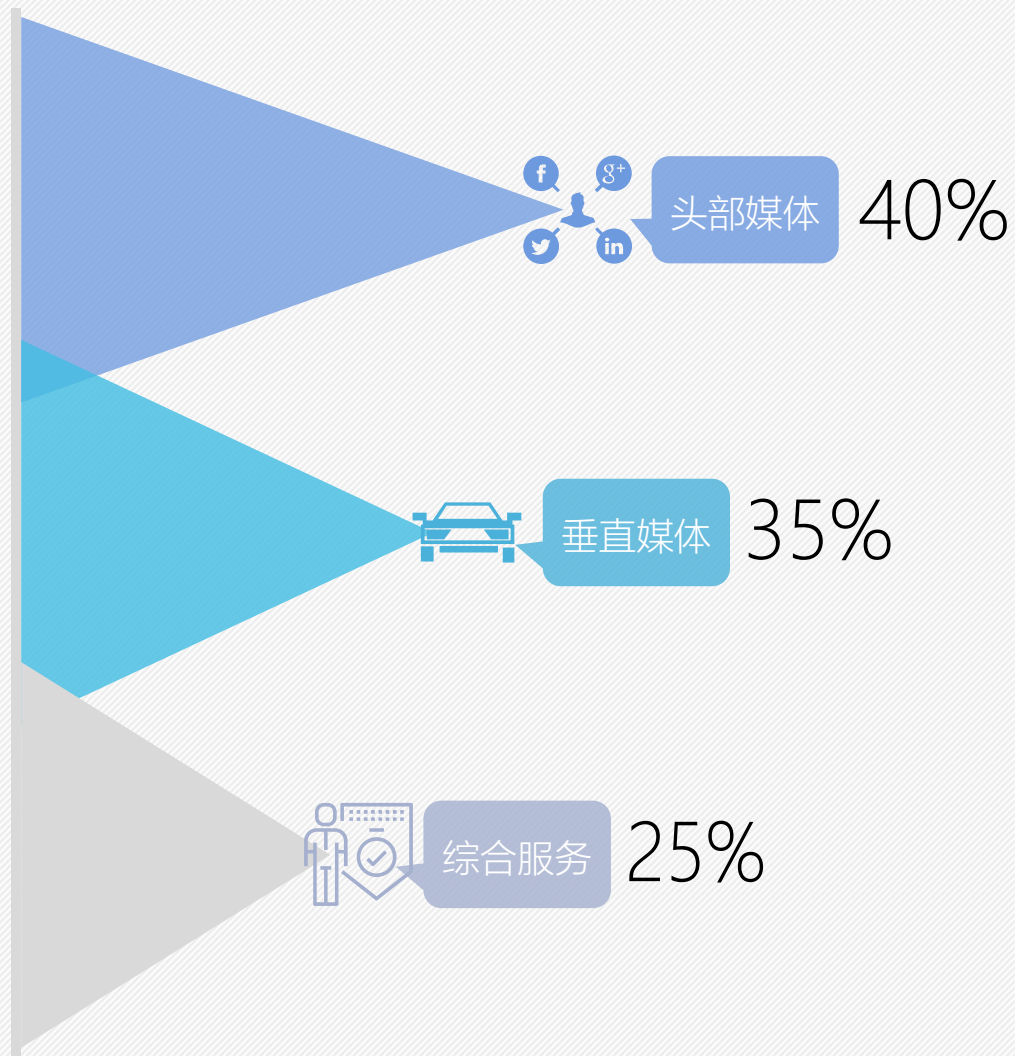
余额消耗完前5个工作日内，向客户发送续费提醒，沟通完成续费合

- 旺翔AduniteDSP平台拥有优质的流量以及多种广告形式，可以满足各个行业领域广告主的需求。

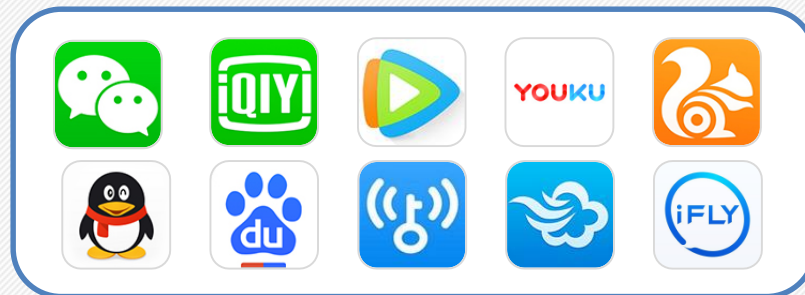


优秀流量覆盖分布

移动端媒体流量分布



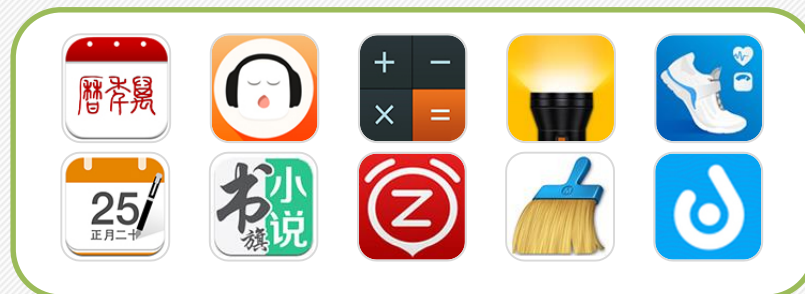
高人群覆盖资源



垂直行业优质资源



综合及实用工具类资源



开屏部落，优质资源全面爆发



一点资讯



腾讯新闻



QQ音乐



VIVA畅读

更多优质资源

- 腾讯体育
- 天天快报
- 腾讯视频
- 优酷视频
- WIFI万能钥匙
- 墨迹天气
- 百度视频
- 百度阅读
- 驾校一点通过
- 直播吧
- 悦动圈
- 驾考宝典
- 车轮考驾照
- 动漫之家
-

原生地带，覆盖原生广告形式

信息流图组



腾讯新闻

信息流大图



一点资讯

图文信息流



搜狐新闻

文章内页Banner



凤凰新闻

更多优质资源

- 腾讯新闻
- 天天快报
- 一点资讯
- 优酷视频
- WIFI万能钥匙
- VIVA畅读
- 墨迹天气
- 新浪体育
- 华尔街见闻
- 第一财经
- 和讯财经
-

视频+原生，冲破内容贴片覆盖瓶颈



优酷



爱奇艺



一点资讯



搜狐新闻



墨迹天气

更多.....

武林外传

提升85%

互动率

下降50%

激活成本

提升55%

转化率



品牌背景

《武林外传手游》是完美世界倾力开发的3D MMORPG手游,游戏不仅继承端游十一年沉淀精髓,极致还原了经典江湖版图和核心玩法,更基于影视IP原汁原味倾情呈现沉浸式体验!...

营销痛点

武林外传已属于公测半年的运营成熟期产品, 期望在微博渠道能有新玩家的持续新增, 在拉新成本稳定的情况下最大限度获取新玩家。

投放效果

累计向目标受众曝光广告1.8亿人次、互动量180万人次、点击量35万次+、视频播放15万次+, 每日新增用户2000-3000。推广期间, 武林外传手游在微博上成为超级话题, 引发数万次转评赞。

为谁而炼金

90天

推广

破亿

曝光量

提升55%

互动率



品牌背景

《为谁而炼金》是一款富有壮大的故事情节以及高度的战略性“三次元空间战略战斗”的战术RPG游戏。游戏围绕7个主人公的故事而展开，采用3D制图的战斗场景，包含多种多样的职业可供选择，对每个职业的“动作”、“反应”、“支援”等3种技能进行策略性的组合是战斗的取胜关键。

营销痛点

《为谁而炼金》作为一款S级重点产品，上线初期期望能获取到强曝光，尽快抢占市场份额，稳定成本持续投放

投放效果

上线首日即到达IOS免费总榜第一，畅销榜第二，当月获得全球IOS游戏收入第三名。

蜜芽电商

454W+

总曝光量

提升63.2%

转化率

降低82.5%

激活成本



品牌背景

蜜芽的前身蜜芽宝贝，是中国首家进口母婴品牌限时特卖商城。由全职妈妈刘楠于2011年创立，希望创造简单、放心、有趣的母婴用品购物体验。“母婴品牌限时特卖”是指每天在网站推荐热门的进口母婴品牌，以低于市场价的折扣力度进行特卖。

营销痛点

目前市场上围绕女装购物及心得分享的APP很多，但款式复杂，内容笼统，难以满足年轻用户的个性化需求。蜜芽希望集结自身的品质保障、极速物流的产品优势与线下体验馆相结合，打造全新生态，吸引更多用户关注。