

A satellite view of Earth at night, showing the curvature of the planet and numerous city lights glowing across the dark surface. The lights are concentrated in major urban areas, creating a pattern of bright yellow and orange spots against the deep blue and black of the night sky and the planet's surface.

INMOBI™

# 中国程序化移动广告趋势报告

2019

# 目录

## 前言

- 1 中国程序化移动广告现状
- 2 中国程序化移动视频广告的爆发式增长
- 3 快消品行业对程序化移动广告热情最高
- 4 直接程序化将成主流程序化广告交易形式
- 5 安全性和可见性已成程序化移动广告关键话题

## 结语



# 前言

在过去几年，互联网用户的消费习惯已经发生了重大变化。他们开始离开桌面，转而拥抱更为便捷的移动设备。

中国作为移动优先的巨大市场，成年人每天在主要媒体上花费的时间中，由移动设备引领的数字媒体占比正在不断攀升，而电视和报纸等传统媒体正在不断失去用户的青睐。

InMobi通过调研发现，中国成年用户每天花费在移动端的时间将近3小时，是桌面端的3倍左右。2019年，中国的广告主将更加注重移动端的投入，预计整体中国市场移动广告支出将达到约4500亿人民币的规模，其中移动展示广告将超过2900亿人民币，移动视频广告则将达到620亿人民币。

与此同时，程序化在中国已经成为一种趋势。据InMobi估计，2019年中国程序化移动广告整体增长将达到111%，而程序化移动视频广告增长则将达到惊人的500%。



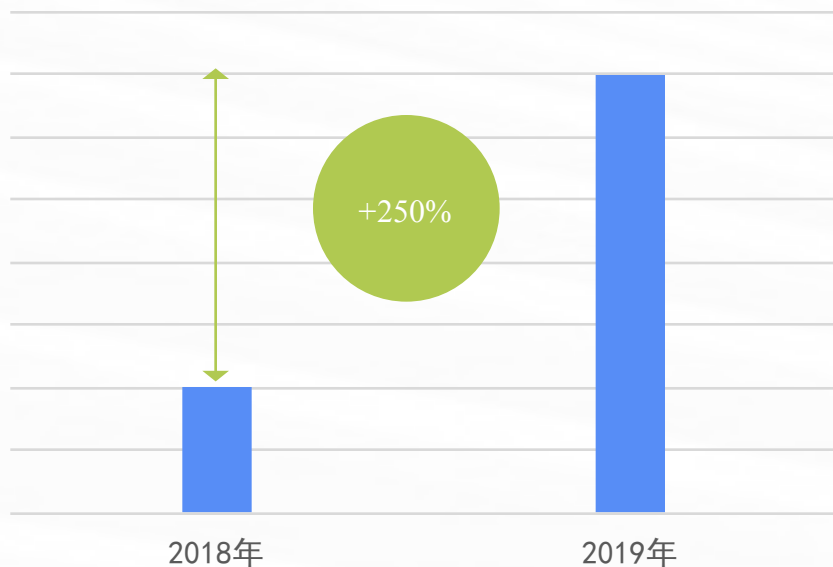
# 1 中国程序化移动广告现状



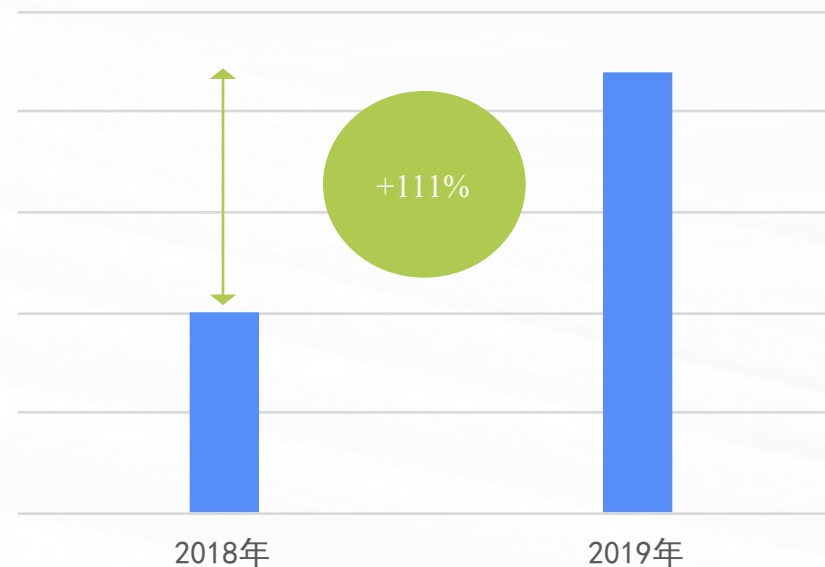
## 移动广告程序化是全球大势所趋 中国程序化移动广告支出增长111%

程序化移动广告正在以前所未有的速度流行起来。通过InMobi Exchange的数据预估，2019年全球程序化移动广告支出增长将超过250%，而中国程序化移动广告支出增长也将达到111%，突破1900亿人民币。

2019年 Vs. 2018年全球程序化移动广告总支出



2019年 Vs. 2018年中国程序化移动广告总支出



## 超过90%的程序化广告投入到移动端

到2019年，中国整体程序化广告规模将超过2100亿人民币，其中移动端占比将超过90%，达到1900亿人民币以上的规模。而预计到2020年，程序化移动广告的规模将达到2500亿人民币左右，占整体程序化广告的比例也将超过93%。

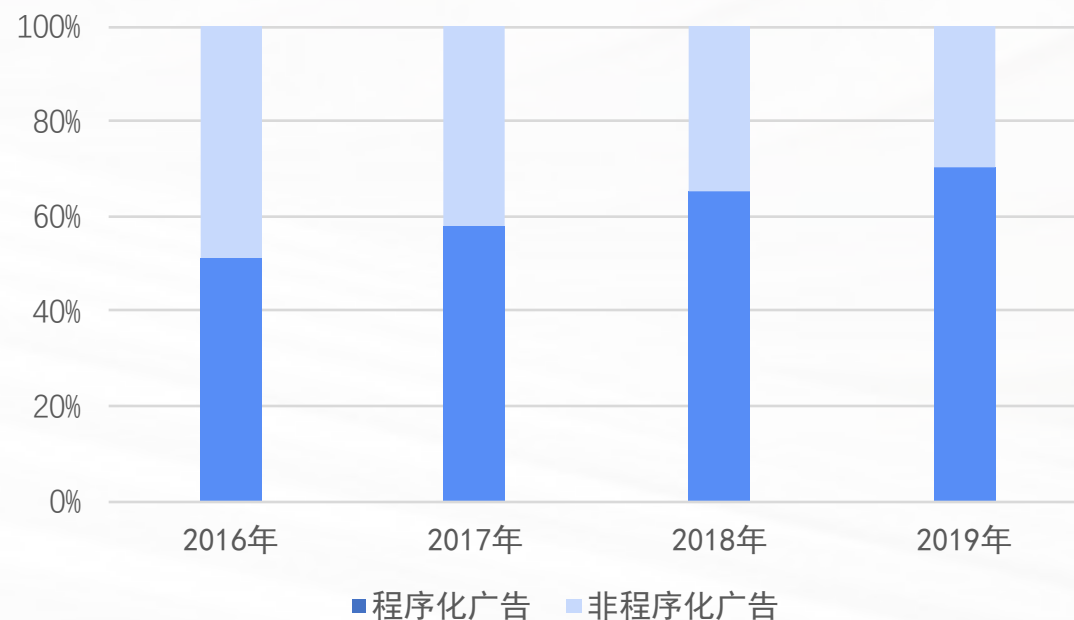




## 程序化移动展示广告支出占整体移动展示广告支出百分比 上升至70%


2016年，程序化移动展示广告支出占整体移动展示广告支出的百分比大约为50%，规模约为567亿人民币；发展到2019年，这一比例将提升20%，达到70%，成为移动展示广告支出的绝对大头。

### 中国程序化移动展示广告支出占整体移动展示广告支出百分比



# 2 中国程序化移动视频广告的爆发式增长





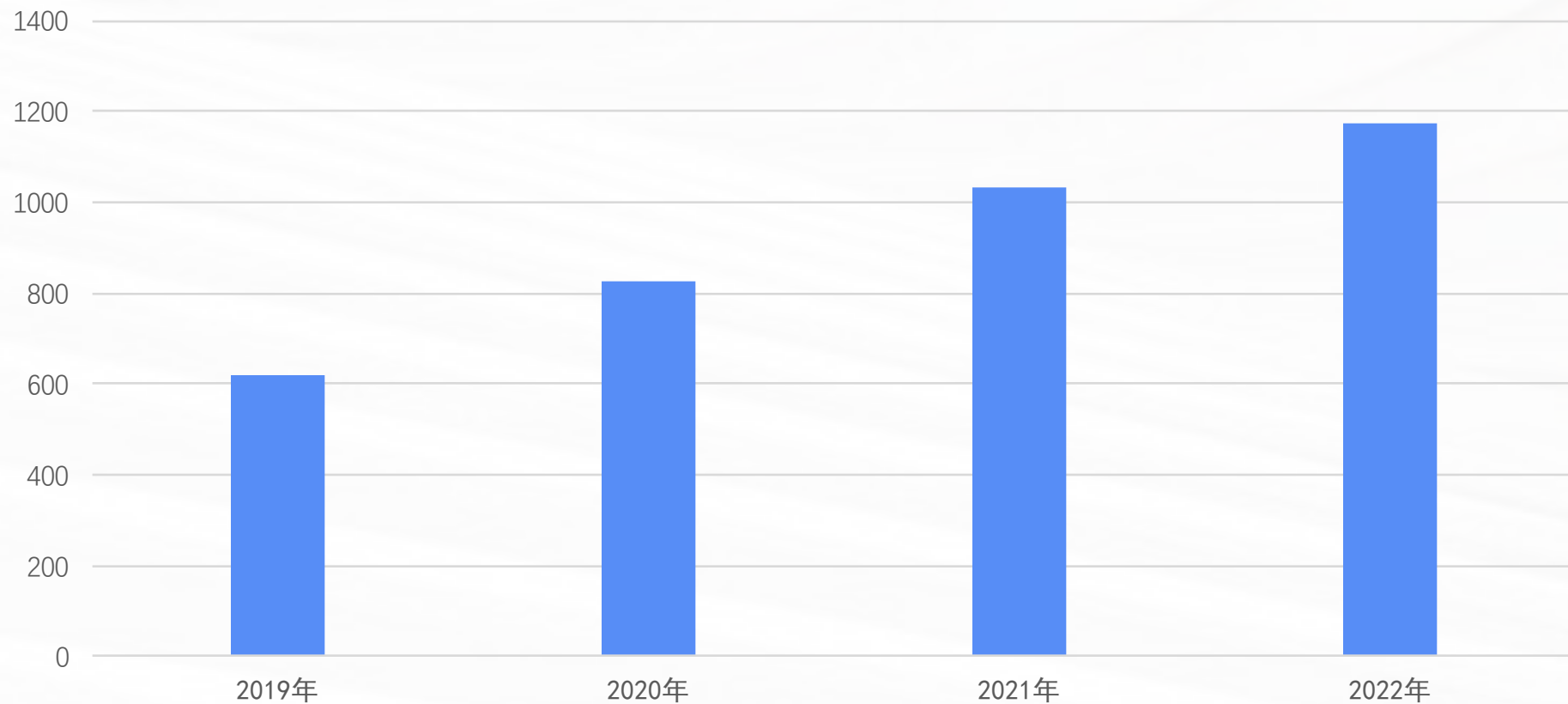
随着极具价格竞争力的高端智能手机的普及、移动网络的发展以及移动互联网收费标准的日趋合理,中国智能手机用户在其移动设备上观看视频内容(广告)也越来越多。

InMobi预计,2019年中国市场的移动视频广告支出将超过620亿人民币,增长超过30%,视频广告可以说已经成为了移动端广告的“流量之王”。

而其中,程序化移动视频广告支出的增长更是将达到惊人的500%,成为全球增长最快的市场之一。可见,程序化移动视频广告在中国拥有着光明的前景。

## 2019年中国移动视频广告支出将达到620亿人民币 增长率接近35%

2019-2022年中国移动视频广告支出（亿元）

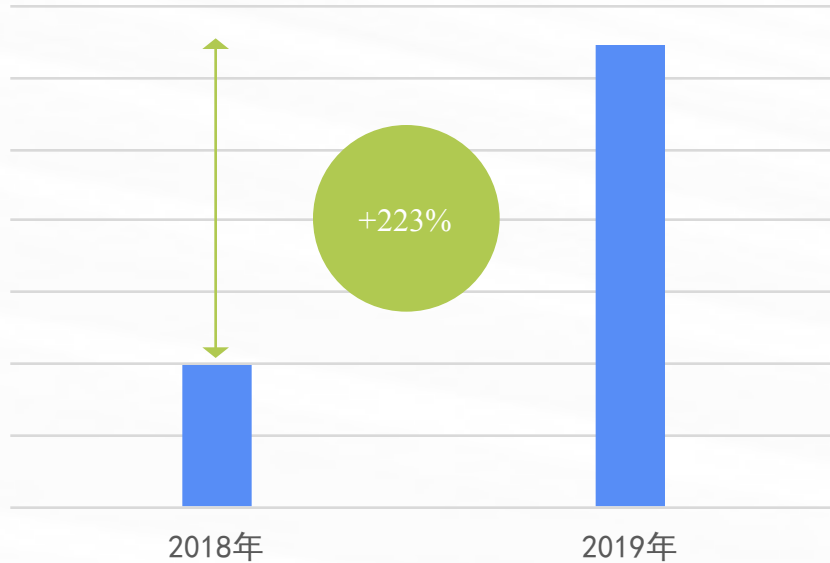




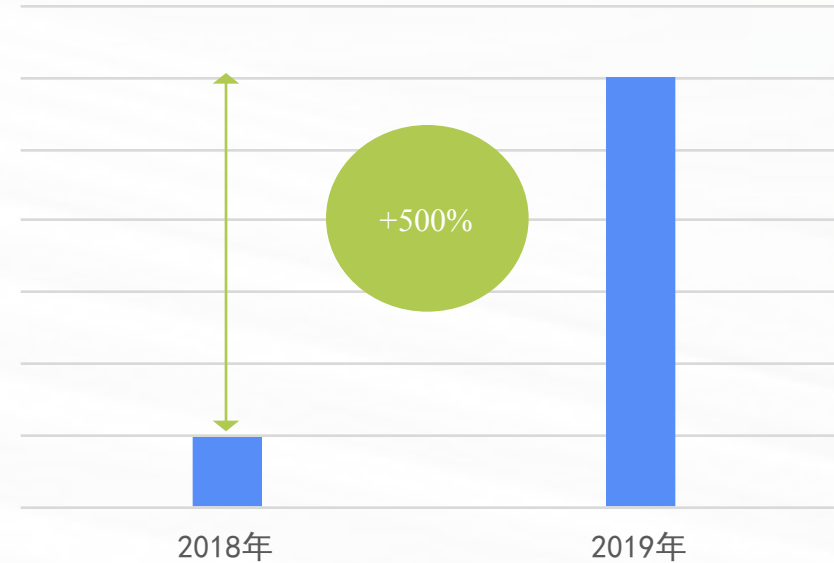
## 程序化移动视频广告支出增长500% 规模超过500亿人民币

从近两年开始，伴随着移动广告的普及，将移动视频广告这种高效的广告形式进行程序化也越来越受到重视。InMobi Exchange 程序化广告交易平台通过对中国广告主投放情况的观察，预估在2019年，中国程序化移动视频广告支出将增长500%，规模将超过500亿人民币。而这一增长率甚至超过了程序化最为发达的北美市场。

2019年北美程序化移动视频广告支出增长



2019年中国程序化移动视频广告支出增长





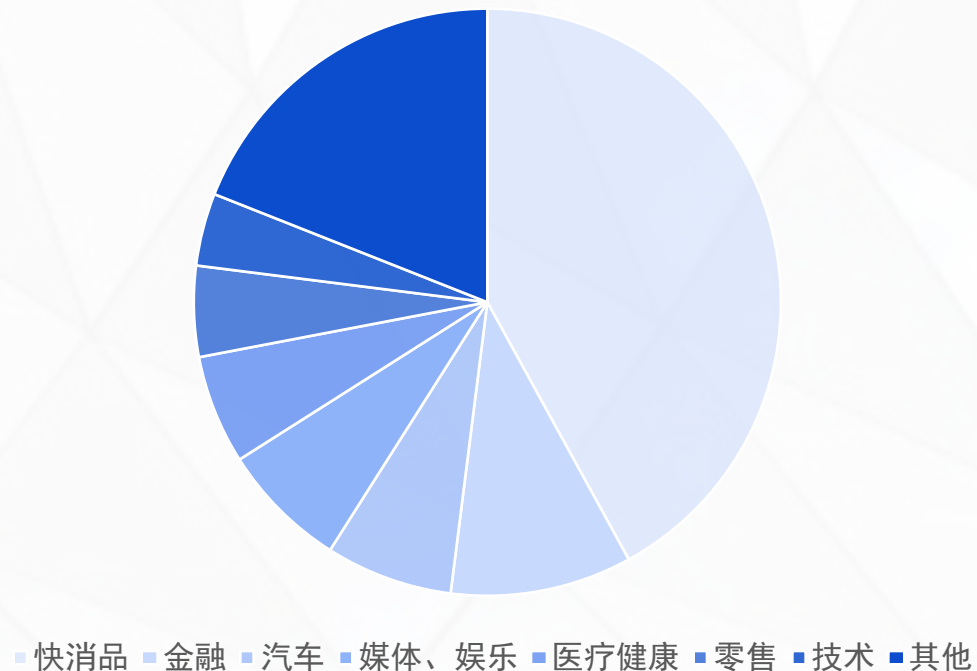
# 3 快消品行业对程序化移动广告热情最高



## 快消品行业程序化移动广告支出最高 占比超40%

发展到2019年，几乎所有行业都在拥抱程序化，而其中以快消品行业热情最高，其在整体程序化移动广告支出的占比超过了40%，占绝对优势。其次是金融行业和汽车行业，占比分别达到了10%和7%。媒体娱乐、医疗健康、零售、技术等行业也在不断加大投入。

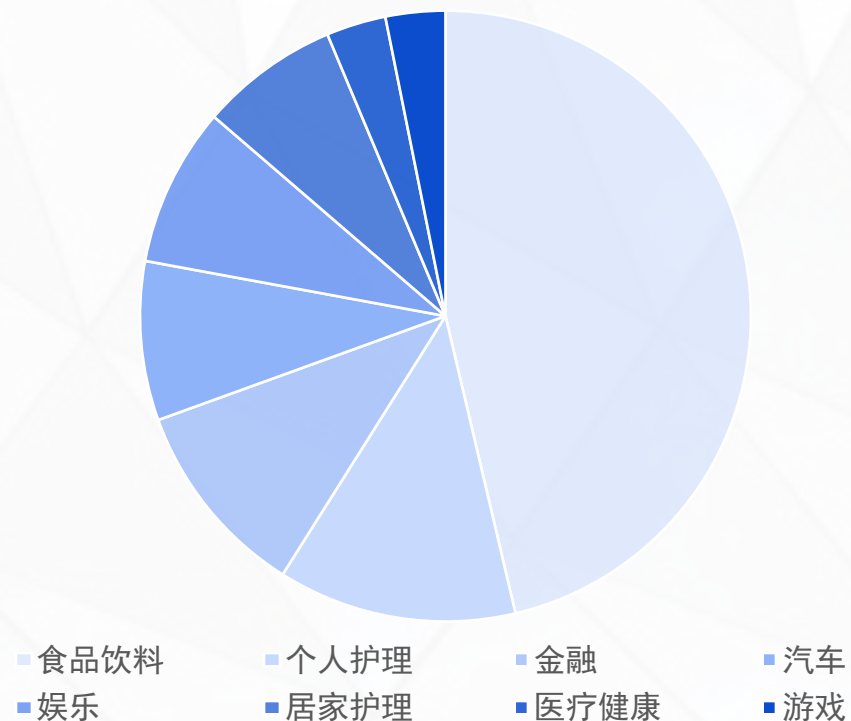
### 2019年各行业程序化移动广告支出占比



## 程序化移动视频广告支出 快消品行业占比超50%

在程序化移动视频广告这一广告形式中，我们也看到了相同的趋势。2019年，快消品行业在程序化移动视频广告支出占比将超过50%，遥遥领先其他行业。

### 2019年各行业程序化移动视频广告支出占比

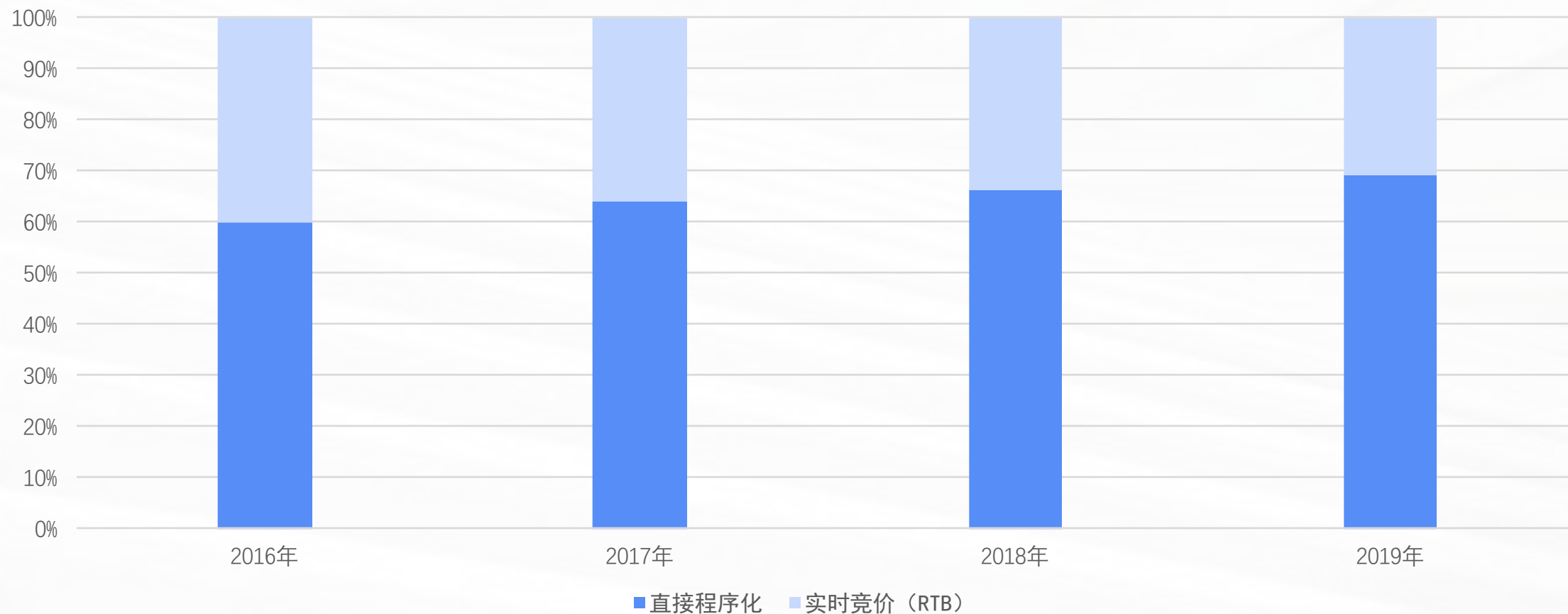


# 4 直接程序化将成主流程程序化广告交易形式



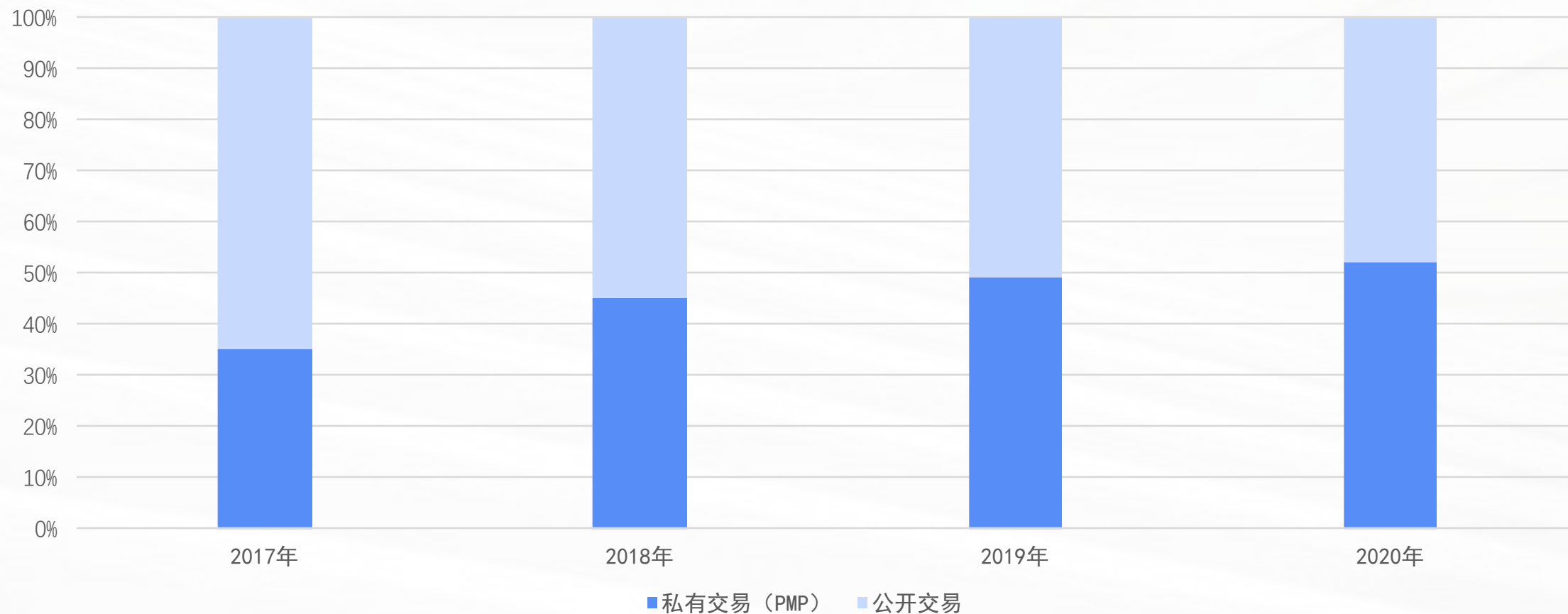
## 中国直接程序化广告花费将在2019年达到1450亿 占整体程序化广告支出的70%

在中国程序化广告市场，直接程序化已经逐渐成为占据绝对主导地位的交易形式。到2019年，中国直接程序化广告花费将达到1450亿人民币，占到整体程序化广告支出的70%。



## 实时竞价中，私有交易（PMP）高速增长，预计2020年占比将超过公开交易竞价

而在实时竞价（RTB）中，更能满足广告主个性化需求的私有交易（PMP）实现了高速增长，在2019年，其比例将上升至将近50%，到2020年，其占比将首次超过公开交易竞价，约为52%。



# 5

安全性和可见性已成程序化  
移动广告关键话题



对于希望用户与其广告互动的广告主而言，为目标受众群体提供最佳体验至关重要。如果广告加载缓慢，用户就不会点击广告。如果广告太普通，它将被忽略；但如果广告太个性化，那么它可能被认为“太过了”，从而也会被跳过。移动APP的出色体验取决于如何处理广告。

如果广告质量对用户如此重要，那么它对广告主和APP媒体 / 开发者来说也同样至关重要。广告质量差意味着用户不太可能与广告互动，从而影响媒体 / 开发者的变现能力以及广告主的投放效果。

作为移动广告业界的先行者，InMobi在过去几年中采取了许多措施来改善人们对于的广告和流量的信任。以下是InMobi为保证品牌安全，提升可见度以及与广告主和媒体 / 开发者建立信任所采取的措施。



与所有合作伙伴  
共建严格的质量  
标准



持续加强与第三方  
监测合作伙伴的联  
系 提升透明度和测  
量标准



拥抱SDK集成、VAST、  
联合竞价等行业先  
进的移动技术



投资人工智能和  
机器学习

## 1. 与所有合作伙伴共建严格的质量标准

在程序化的环境中，供应链中有很多参与者可能会给其他人带来问题。广告主、需求方平台（DSP）、广告网络、供应方平台（SSP）、APP媒体 / 开发者以及其他许多参与者都在广告呈现到受众面前的过程中扮演着重要角色。

在当今的移动生态系统中，透明化极度重要。InMobi不仅提供高质量的广告投放和广告变现服务，还对整个生态系统进行监督。如果任何潜在的合作伙伴不符合我们的严格标准，那么我们就不再与其合作，我们愿意加倍努力，确保与我们合作的每位伙伴都像我们一样致力于信任、透明度和广告质量。

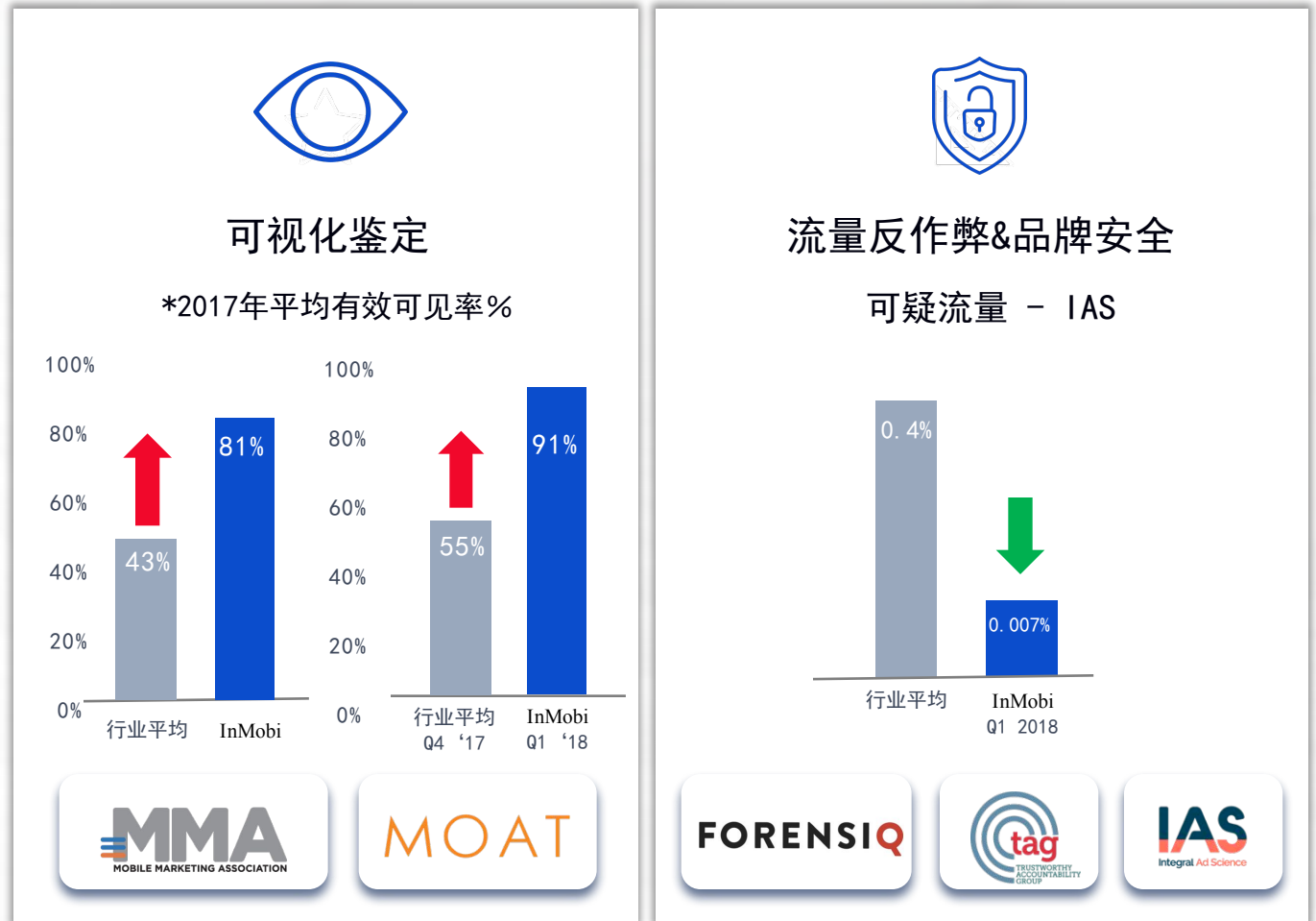
例如，我们最近与GeoEdge开展了一项有助于规范广告质量和改善全球APP用户体验的合作伙伴关系，这种合作对于我们继续打击广告作弊和恶意软件就至关重要。

## 2. 持续加强与第三方监测合作伙伴的联系 提升透明度和测量标准

移动广告和营销的玩家声称能够提供一流的广告投放和结果，但作为广告主的您该如何确保他们的指标和统计数据完全准确、没有偏差呢？在当今高度自动化的广告和营销环境中，这尤其可能成为问题，因为透明度已成为一个广泛关注的关键词。

在此背景下，第三方监测合作伙伴就发挥了重要的作用。通过与领先的验证和监测公司合作，InMobi已经采取了必要的额外步骤来证明我们所做的一切有据可查。在透明度方面，InMobi不仅满足所有行业标准，而且还经常超越它们。

例如，2017年，InMobi的平均有效可见率是情报和分析公司Moat观察到的行业平均水平的近两倍。而且，在2018年的前三个月，广告分析公司Integral Ad Science (IAS) 观察到的行业平均可疑流量率为0.4%，而InMobi的可疑流量率仅为0.007%。





### 3. 拥抱SDK集成、VAST、联合竞价等行业先进的移动技术

一个广告的好坏受限于支持它的技术。如果负责将广告从A点发送到B点的工具和服务失败或表现不佳，那么即使是再出色的广告和计划也会落空。

这就是为什么InMobi要致力于打造领先的广告技术，投资和支持旨在确保优质体验的工具和标准：

- 基于SDK的集成，使得开发者合作伙伴可以提供原生的广告体验，从而让基于原生的广告点击率比基于浏览器技术的广告高2.5倍。
- VAST 支持包括1080P分辨率在内的真正高清视频广告进行预缓存，这就使得广告加载时间仅有0.06秒甚至更少，同时对宽带和设备存储要求也达到最小。与VPAID相比，这些关键优势可确保广告快速加载，缓冲和缓慢加载速度等问题不会对整体APP内用户体验产生负面影响。这对于提高可见性至关重要。
- 公开竞价变现及其聚合框架是InMobi独有的，它彻底改变了广告竞价和交付的生态系统。公开竞价不是使用预定的顺序来决定谁可以看到可用的流量以及何时提交出价，而是同时向所有人开放所有流量。通过以统一、同步的方式拍卖广告流量，开发者 / 媒体知道他们总是获得最高出价，并且他们的买家不会在购买和投放广告之前进行等待。

## 4. 投资人工智能和机器学习

广告作弊是当今移动广告和营销领域最引人关注的问题之一。Adjust发现，2017年至2018年间，移动广告作弊率几乎翻了一番。到2018年底，广告主因广告作弊损失了约345亿人民币。特别是同比而言，SDK 伪装增长了37%，虚假安装增长了20%，显示出移动广告作弊不仅在增长，而且在不断进化。

作为过去十年间全球移动广告和营销领域的领导者，InMobi对不断进化的作弊领域并不陌生。为了更好地预防和阻止广告作弊，InMobi对于人工智能和机器学习的投入在不断增加。那么，InMobi是如何将其应用于广告的反作弊当中呢？

目前，大多数反作弊解决方案都是被动的，只能在作弊行为被识别和理解之后，才能阻止其威胁。然而以这种方式，当威胁解除之后，不仅已经造成大量损失，作弊者也已经进一步升级了其策略，找到了非法盈利的新方法。

然而，AI的力量可以很大程度上阻止这个循环。通过多年来的大力投资，InMobi已经可以做到预先模拟几乎所有可能情景，以确定可能出现的问题以及如何主动发现它，而且InMobi拥有创建准确模型所需的大量数据，这是移动广告和营销领域大多数玩家所不具备的。

要建立一个全面的框架来解决广告作弊，既不便宜也不容易，但对AI和机器学习的持续投入显然是正确的方向。

## 结语

毫无疑问，中国程序化移动广告还将继续增长。

程序化购买目前在美国和加拿大被广泛地接受，但是在亚太地区尚处于发展阶段。欧盟国家也因为《通用数据保护条例》的颁布，受到一定的冲击。

但这一切在2019年都将会发生改变。

程序化移动广告领域的多样性将在这一年继续得到拓展。除了快消品行业以外，预计其他垂直行业也将会以同样的热情拥抱程序化。对于交易形式而言，在多样化的同时，直接程序化将占据主导地位。

而且，对于中国市场来说，视频等具有强大影响力的广告形式将在未来1-2年内占据更大的程序化广告支出份额。

随着移动端使用量的不断增加，广告主正在努力解决如何有效管理流量渠道的问题。因此，他们也不断在强调可视化和透明、可靠的高质流量。安全性和可见性已成为广告主程序化过程中最关心的问题之一。

未来是程序化的世界，中国市场将见证移动广告新的篇章。



# 关于我们

InMobi是AI驱动的全局化移动广告和企业营销平台。作为一家领先的技术公司，InMobi被CNBC评为2018年度“全球50大颠覆公司”之一，同时被Fast Company杂志评为2018年度“最创新公司”之一



[www.inmobi.cn](http://www.inmobi.cn)



[InMobi](#)



[InMobi中国](#)



[linkedin.com/company/inmobi](https://www.linkedin.com/company/inmobi)

附录：

INMOBI

AI移动营销解决方案

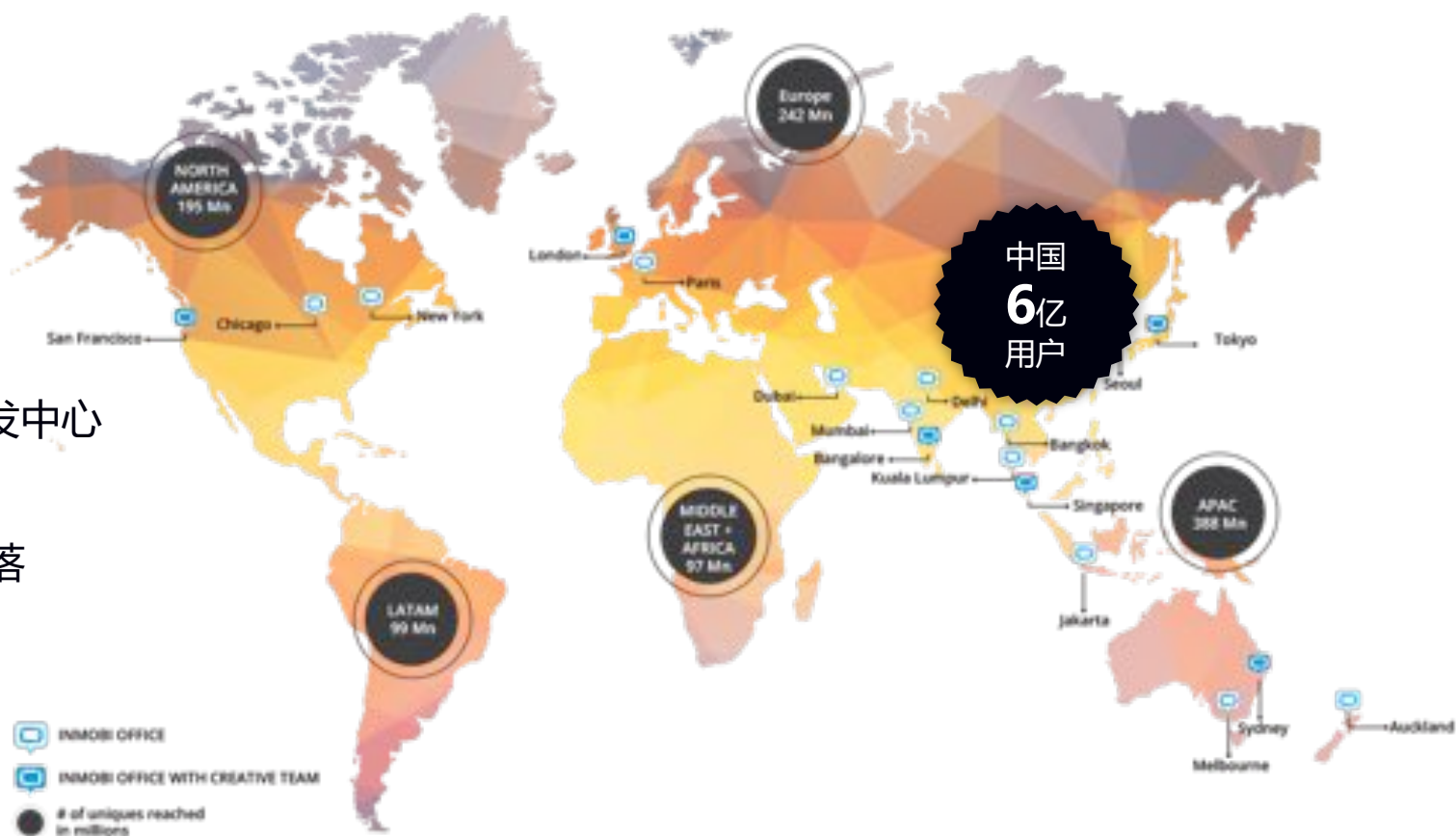
# Agenda

- 01 InMobi公司简介
- 02 公司核心竞争力
- 03 InMobi AI品牌营销解决方案
- 04 InMobi AI效果营销解决方案



# AI驱动的全球化移动广告和企业营销平台

- 深耕移动广告领域超10年
- 15亿每月活跃独立用户
- 北京、旧金山以及班加罗尔三大研发中心
- 22家全球办公室覆盖世界每一个角落



# 遍布全球的广告网络

- InMobi 服务来自世界各地的广告主



InMobi 致力于为CMO提供一个整体的营销解决方案





致力于提升  
广告主与目标受众  
全链路沟通体验





# InMobi 在华十余年高速发展



# InMobi 广泛覆盖中国优质的移动端用户

- 触达移动端最优质的流量 覆盖最高质的用户群体

# InMobi

IOS流量占比**60%**

**覆盖中国80%的iOS用户**

Android流量占比**40%**

**覆盖中国50%的Android用户**

**6**亿

月活跃用户

**3.2**万

App

**20**亿

日广告请求

**110**+名

移动广告专家

# InMobi 提供全面移动营销整合服务



## InMobi 广告交易平台&私有交易市场

私有交易市场的移动营销解决方案，InMobi根据广告主需求提供优质解决方案，高效完成KPI



## 效果类营销推广 & 重定向营销平台

运用移动重定向推动生命周期长的app下载，最大化收益及与用户再互动，InMobi是世界首家app内提供重定向及优化策略的平台。



## IN-APP 视频平台

运用VAST缓存，零缓冲技术，可视化，交互及程序化购买达到高完成度及互动。



## 数据解决方案

运用InMobi独有第一方数据建立完善的用户属性，达到较三方数据超出2倍的互动效果。

# InMobi 服务众多品牌广告主

食品



电器



奢侈品



时尚



出行旅游



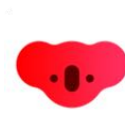
其他





# InMobi 服务众多效果广告主

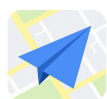
电商



金融教育旅游



游戏工具



网服



其他



- 2013年度中国最佳移动广告平台奖

- InMobi入选中欧商学院案例 成外资互联网公司在华成功典范

✓ 由国务院国有资产监督管理委员会主管《企业管理》杂志社、经济日报集团主管《经济》杂志社联合颁发的“2018中国经济年度创新企业”称号

- 三星品牌广告获MMA Smarties两项大奖 InMobi成最大助力

- InMobi大数据技术助力周生生获“2017金梧奖移动广告创意节经典案例奖”

# InMobi 海内外 获奖荣誉

✓ 2018年12月，获金瑞奖“最佳AI营销奖”

- 2015年，被麻省理工《科技创业》(MIT Technology Review)

- 评为全球50家最具颠覆力的企业之一

✓ InMobi 杨娟入选福布斯“2019中国最杰出商界女性排行榜”

✓ 2018年11月，InMobi 创始人兼首席执行官Naveen Tewari获得 Eci Festival “2018年度商业创新人物” 大奖

- 2014年“福布斯年度最佳创业奖”

- 全球最大移动广告平台InMobi荣获2016GMIC Performance Excellence大奖

# Agenda

01 InMobi 公司简介

02 公司核心竞争力

- ① Supply Side
- ② Data Side
- ③ Product & Tech Side

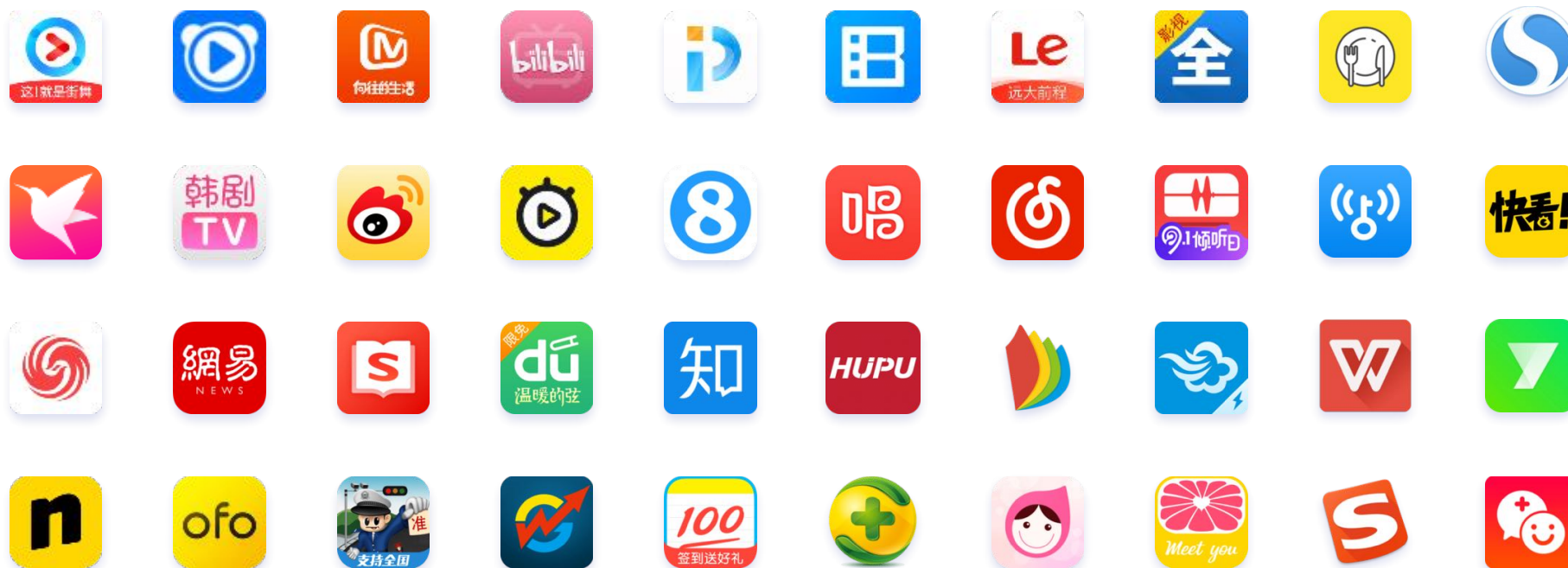
03 InMobi 移动品牌营销解决方案

04 InMobi 移动效果营销解决方案

# InMobi 32,000+ High-Quality Apps 场景化覆盖中国70%的用户

- 20亿次日曝光请求
- iOS流量占比60% Android流量占比40%

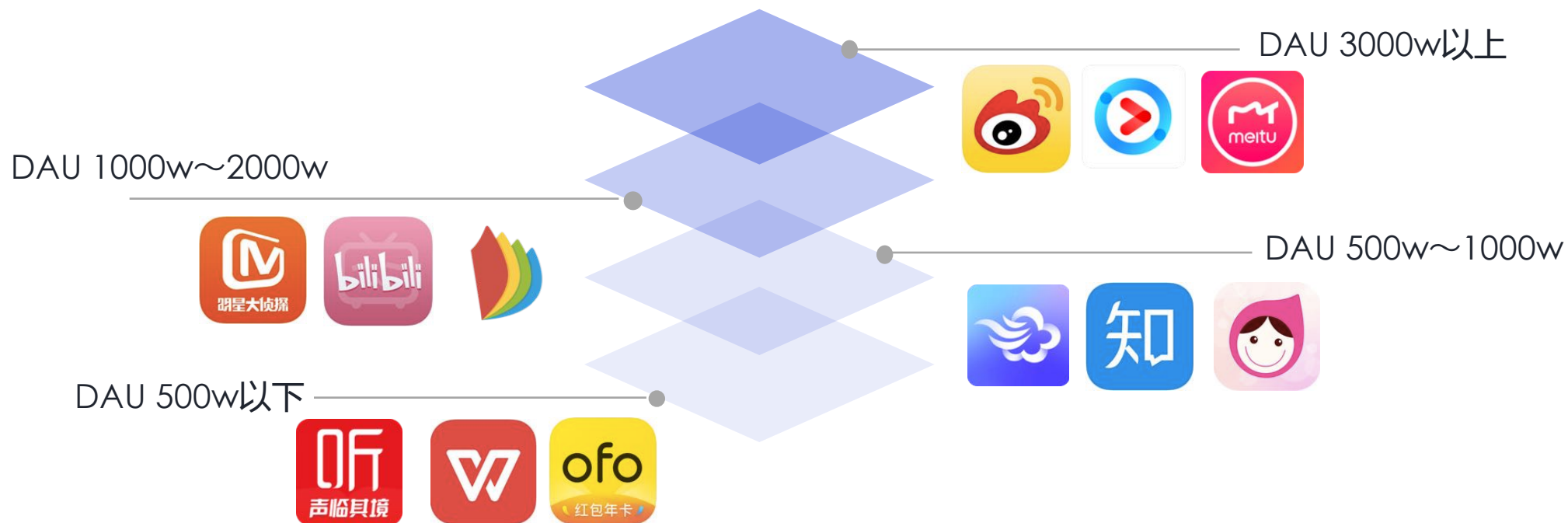
视频 新闻 娱乐 社交 出行 日历 天气 通讯 摄影 影音 音乐 直播 金融 阅读 听书  
学习 办公 母婴 时尚 生活 娱乐 运动 健康 体育 设计 汽车 美食 游戏 OEM...





## 对行业保持高度敏锐洞察 持续引入优质APP流量

- 按照流量规模+质量+对接方式+广告形式+历史数据 对媒体进行综合评定



Multi Tiers Contribution

# InMobi为什么受广大开发者的欢迎？



## 中立平台

全球最大独立广告网络，无自有媒体，对开发者和媒体一视同仁



## 稳定收益

海量广告主资源+高填充率+高eCPMs=稳定的收入



## 定制版SDK

针对中国市场量身定制，轻量化和快速集成



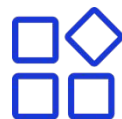
## 开发者服务团队

资深专家24x7鼎力支持，是每一个开发者坚实的后盾



## Video 4.0

广告可视化验证解决方案



## 快应用

赋能开发者，拓展场景未来，更多变现可能

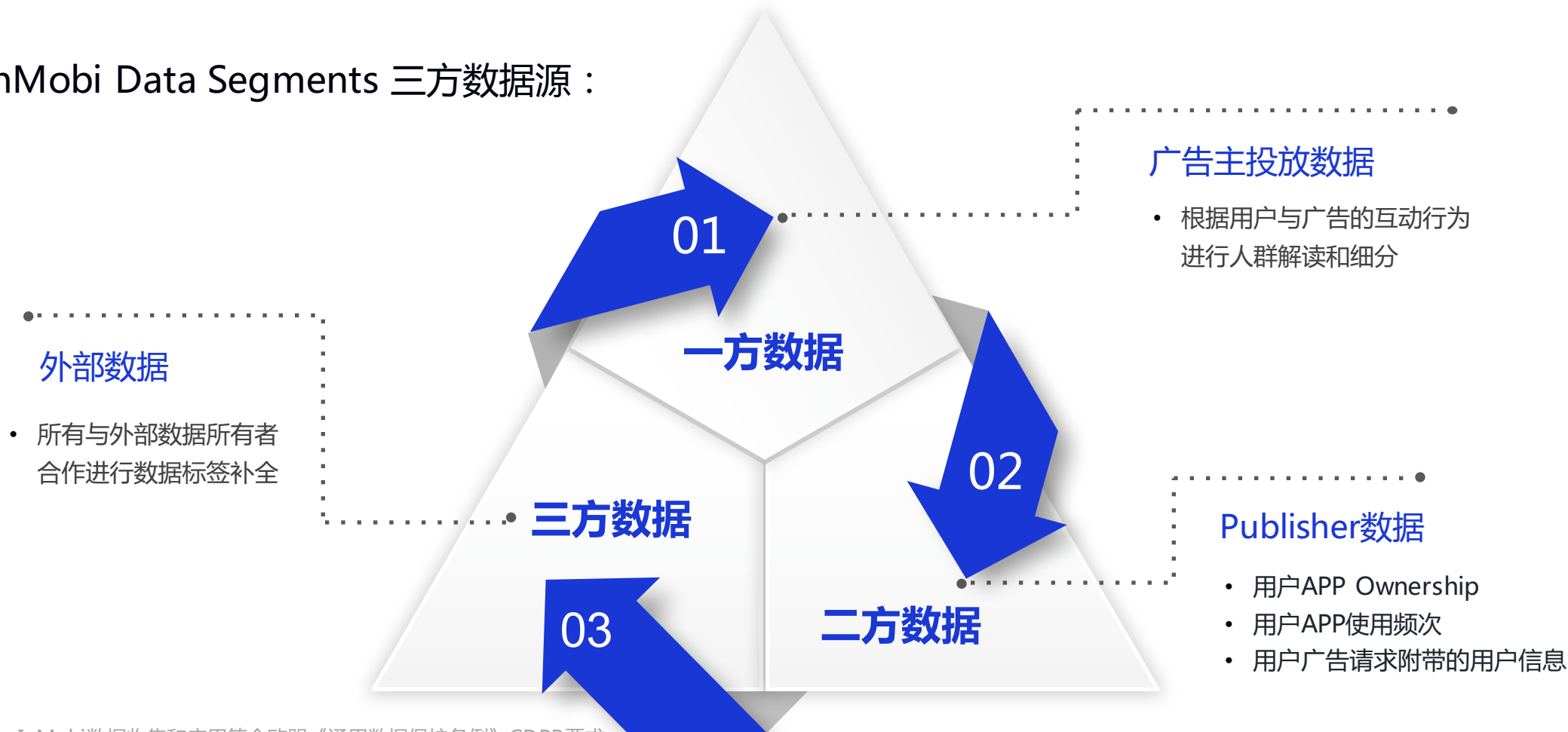


## 优质广告创意和体验

自有创意中心，按需定制广告，广告形式丰富

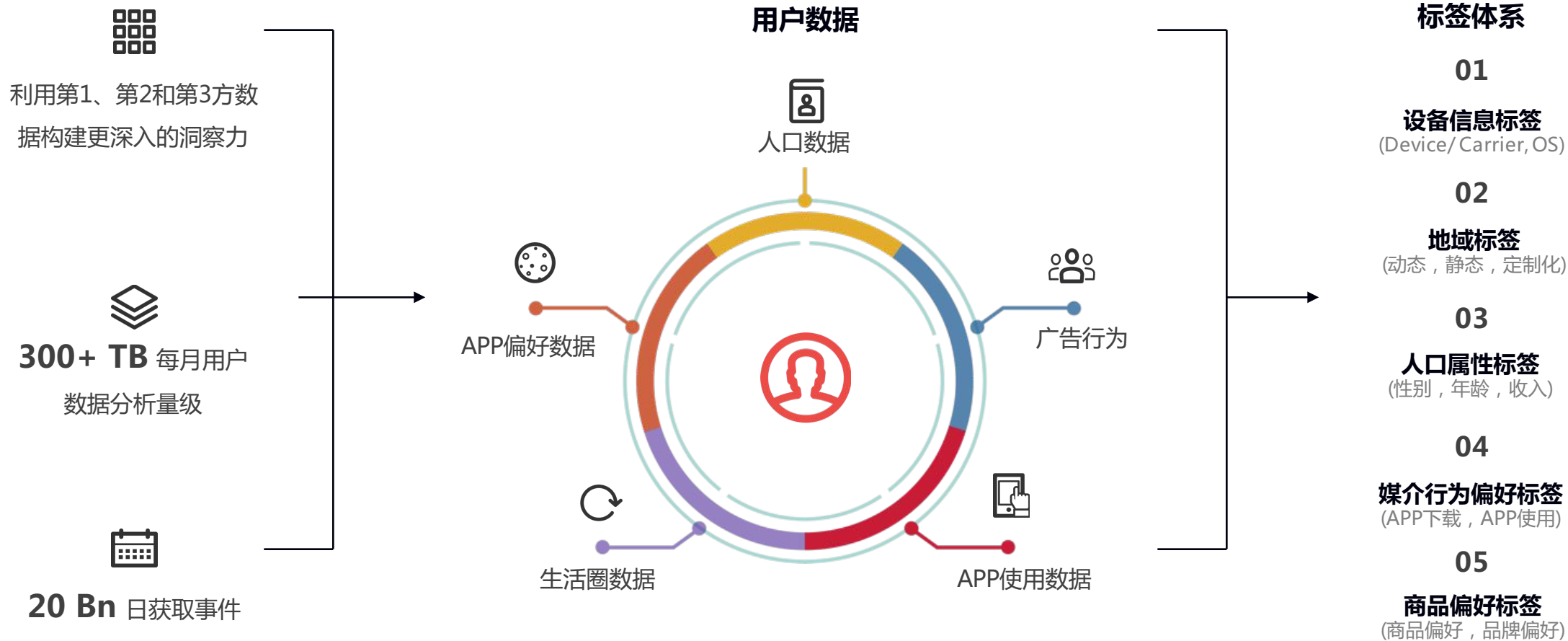
# InMobi整合对接三方数据源，进行用户数据收集和验证

InMobi Data Segments 三方数据源：



注：InMobi数据收集和应用符合欧盟《通用数据保护条例》GDPR要求

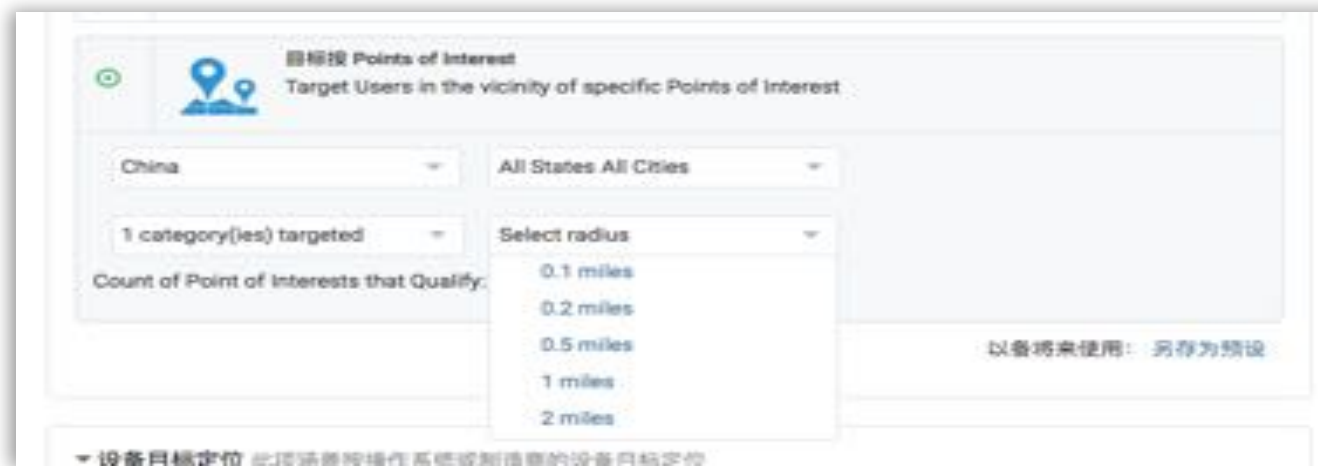
# InMobi五大用户数据分类来源于广告主投放数据和媒体数据





# InMobi Location产品地域标签体系精准定位线下场景

- InMobi强大的地图数据团队搭建自有Location产品



- 逐步完善的Location产品场景分类包

商旅+学习圈



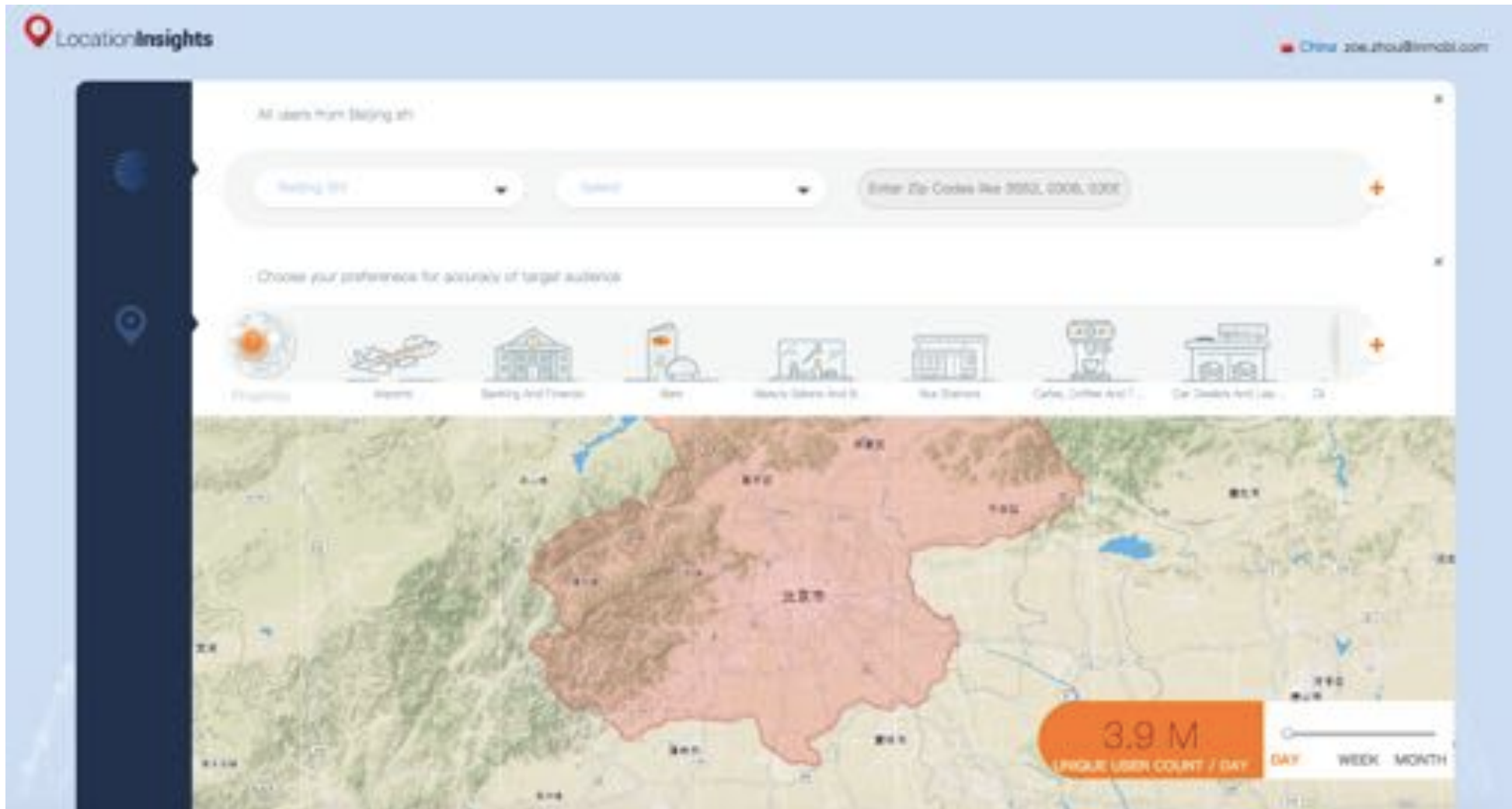
商圈



生活圈

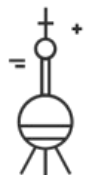


# InMobi Location Insights产品演示



# InMobi Location产品体系，多种应用方式满足广告主多样化需求

## 3 实时数据投放



### 国家城市定投

- 品牌自定义城市、区县定投



### LBS 自定义点位定投

- 品牌自定义中心点及半径投放



### InMobi POI 点位定投

- InMobi定义线下场景类别投放
- 支持品牌需求定制



## 2 非实时数据投放



### POI 点位人群定投

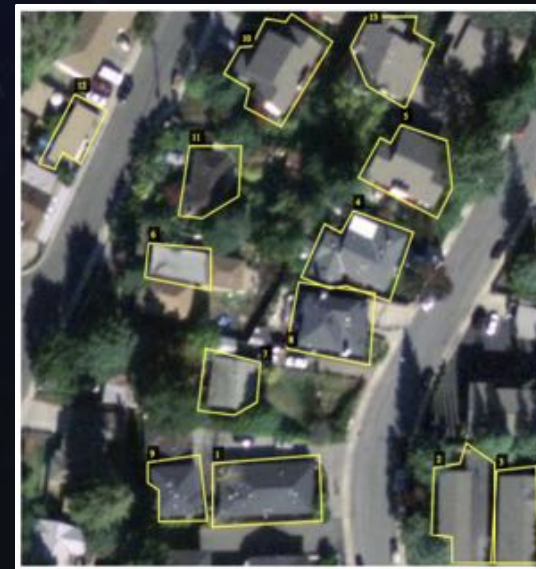
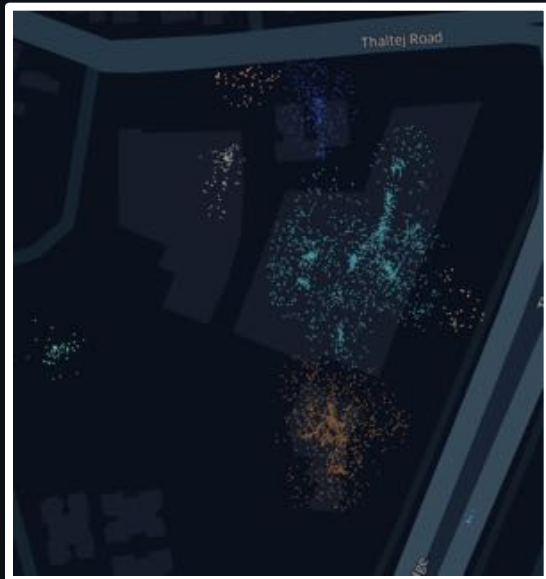
- InMobi定义线下场景类别，基于到  
访历史数据形成地域人群包投放



### POLYGON 多边形区域人群定投

- InMobi将地域准确画成多边形，人群包基于  
历史到访人群，进行人群包投放
- 支持品牌需求定制

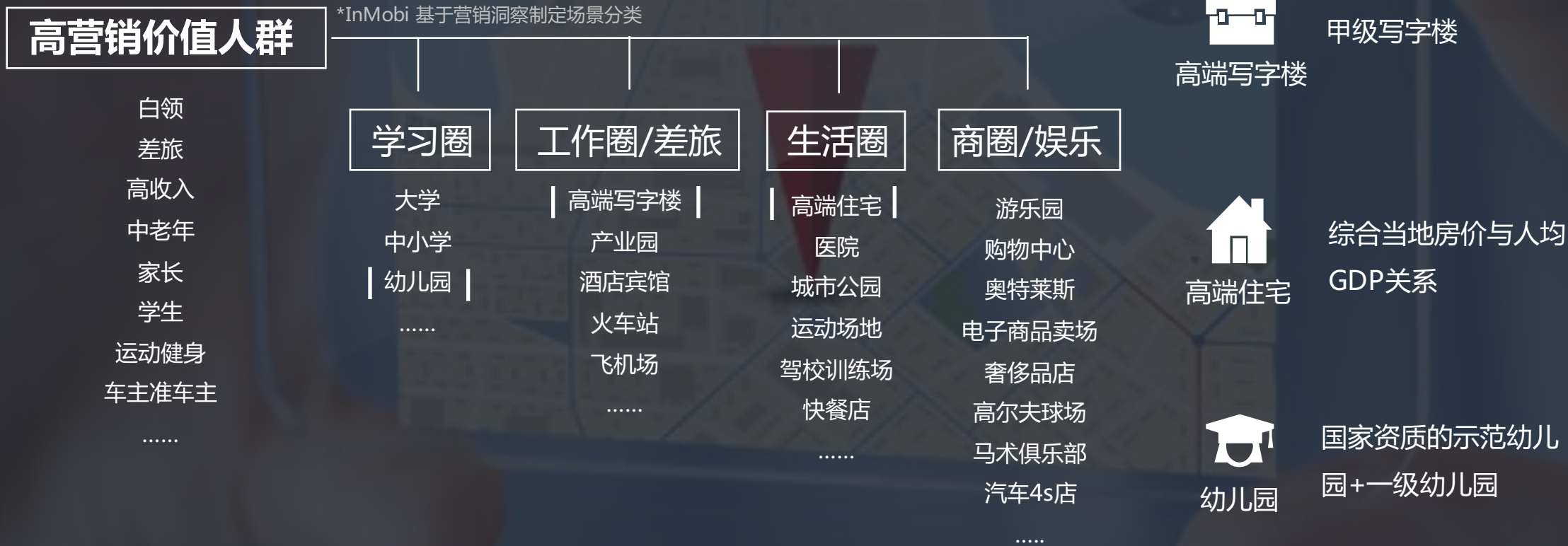
## InMobi为什么要推出Polygon产品？



- 根据InMobi移动广告网络人群密度热点图进行洞察
- 发现移动端用户高密度聚集并长时间停留在建筑内
- InMobi通过研发地域分类和描绘边界的AI算法，已勾画十万余个建筑（持续完善中），可根据需求定制化



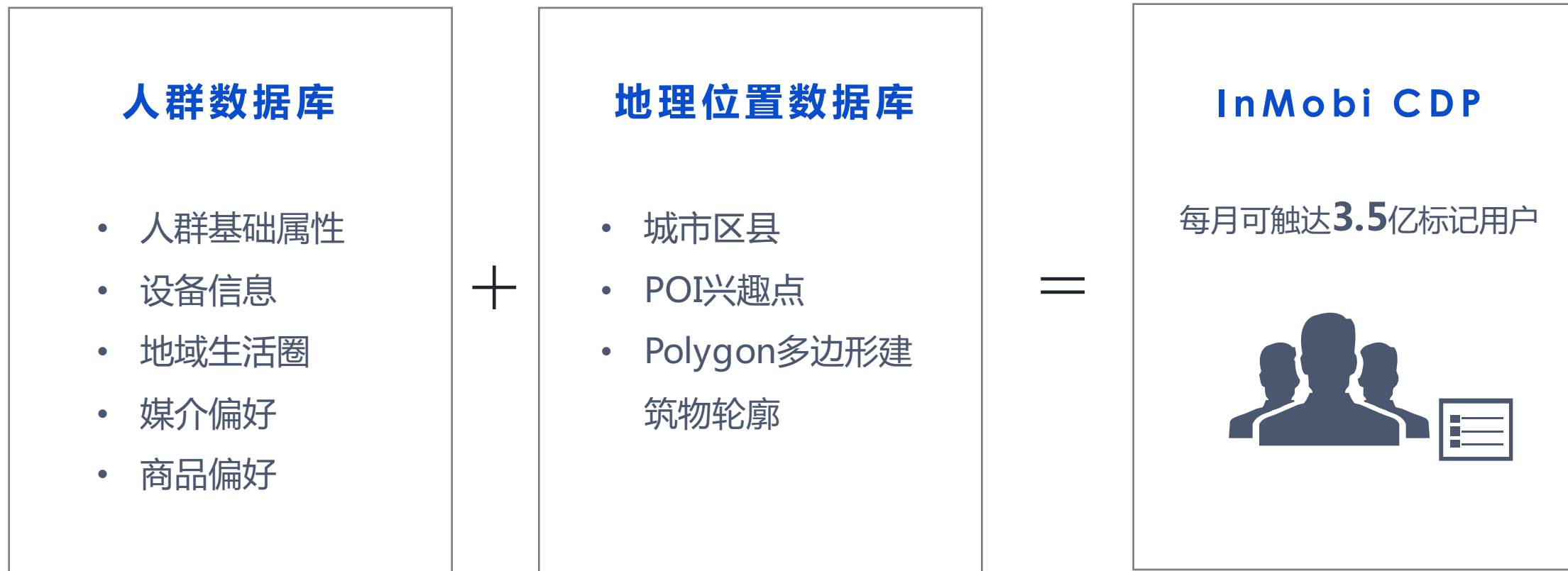
# InMobi 根据市场营销需求进行Polygon绘制



\*InMobi 营销场景定义

## InMobi结合人群数据和地理位置数据形成InMobi CDP

- 综合人群数据库和地理位置数据库进行双数据库人群匹配验证形成InMobi CDP ( Customer Data Platform)



## InMobi CDP激活品牌自有数据，可持续提升品牌投放效果

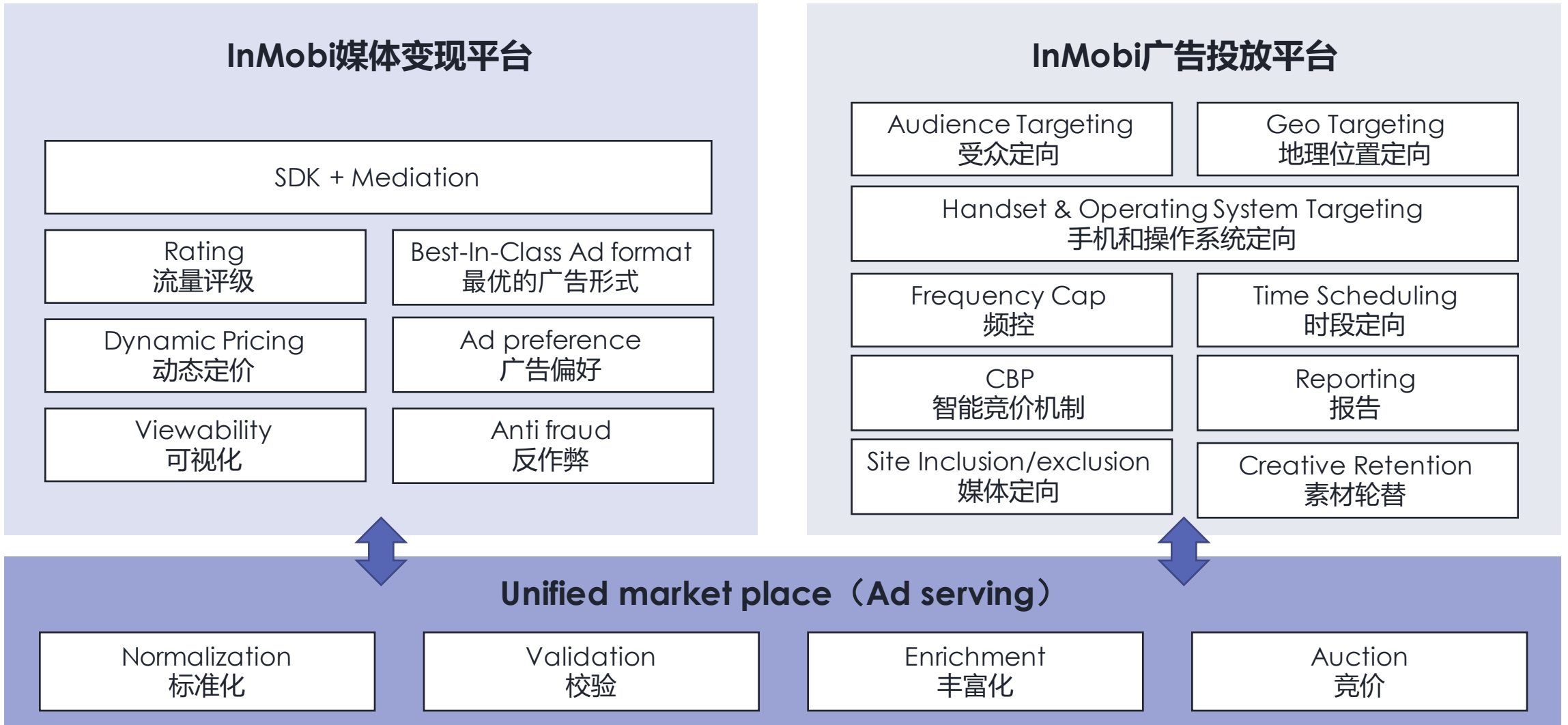
- 数据作用：使广告主更好的洞察TA、优化营销策略或人群定投获得更优的投放效果



### 激活数据流程：

1. 广告主与 InMobi 进行数据对接获得广告主目标TA数据
2. 结合 InMobi DMP 中积累的消费者AOI 地理位置/Audience 人群标签/In-App 用户行为等数据帮助广告主建立在InMobi平台的数据库，丰富TA画像移动端标签
3. InMobi 投放平台 Lookalike 算法智能扩展广告主TA，输出目标TA人群包
4. 从投放平台返还人群数据到DMP
5. 返还数据到广告主自有数据库进行验证

# Product & Tech InMobi丰富的产品矩阵 夯实移动营销的基础





Product & Tech **Product Roadmap: 围绕CMO的需求提供完整解决方案**

**inMOBI**

Enterprise Platform for Marketers

**PLATFORM BUSINESS**

**ADVERTISING CLOUD**

Exchange  
DSP, IAP, PDB etc  
SSP

**MARKETING CLOUD**

Pulse    Connect-X  
Insights    MAP    CDP

**g** glance

Consumer Cloud

**GLANCE**

**SCREEN ZERO**

**BLINK**

**MOBILE EXPERIENCE PLATFORM**

**ENGAGEMENT**

**B2C PORTFOLIO**



1 Weather

**TruFactor**

Data Cloud

**DATA BUSINESS**

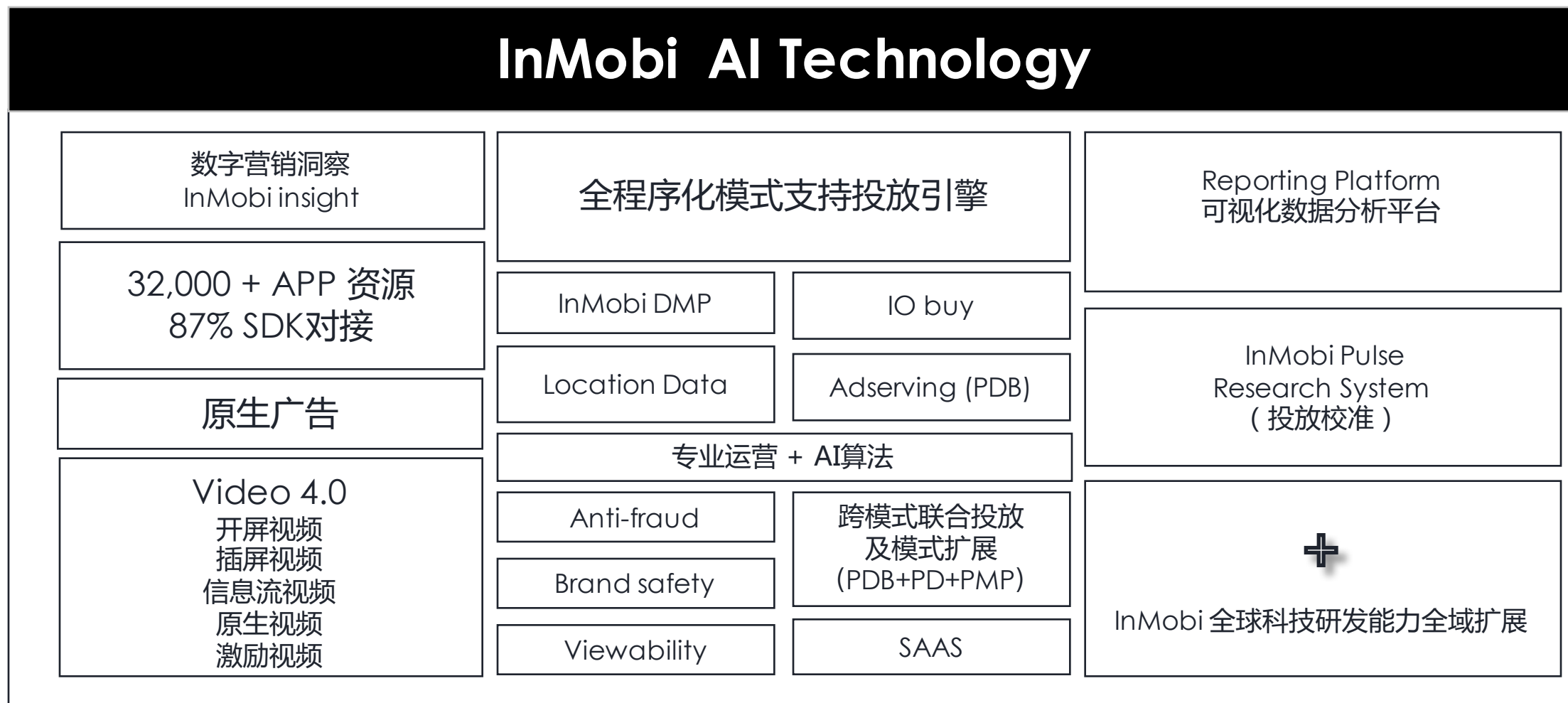
**DATA PLATFORM**

Telco DMP    ODI

# Agenda

- 01 InMobi公司简介
- 02 公司核心竞争力
- 03 InMobi 移动品牌营销解决方案**
- 04 InMobi 移动效果营销解决方案

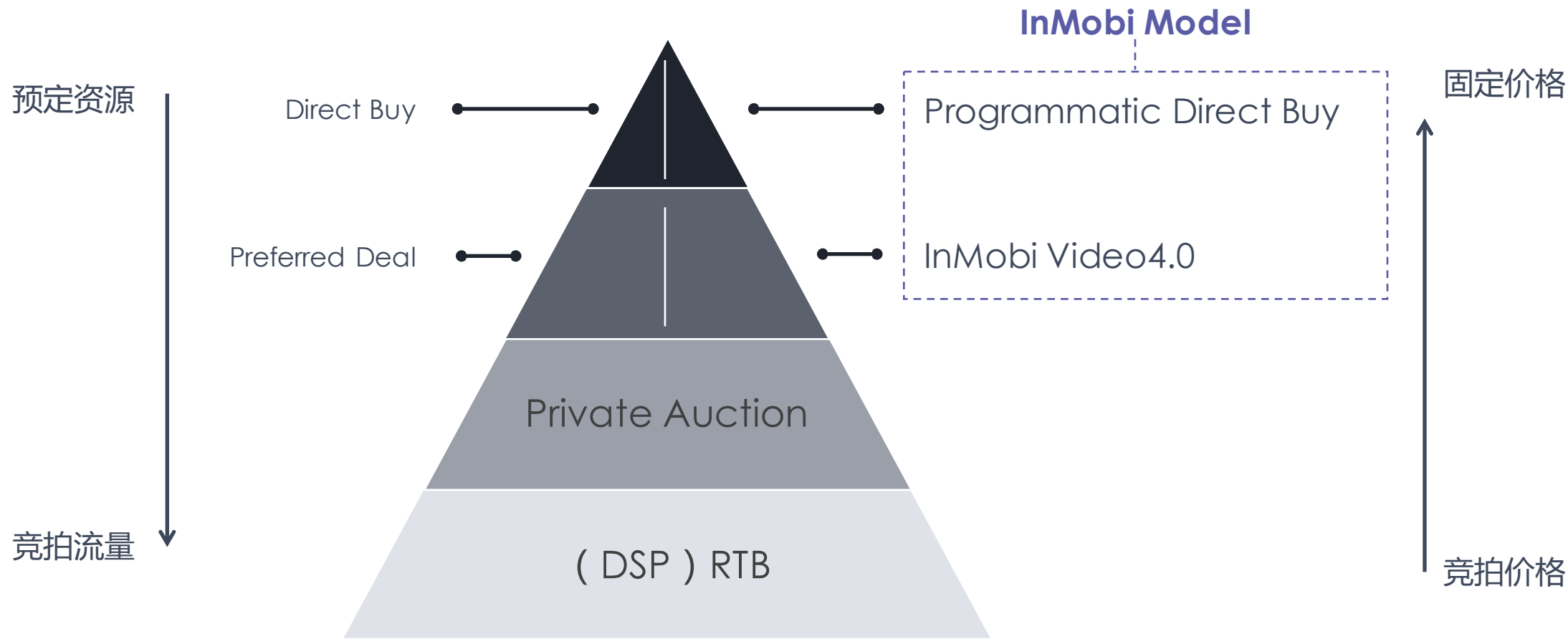
# InMobi 品牌移动营销产品矩阵



\* InMobi China 为MMA中国成员，遵循欧盟GDPR条约

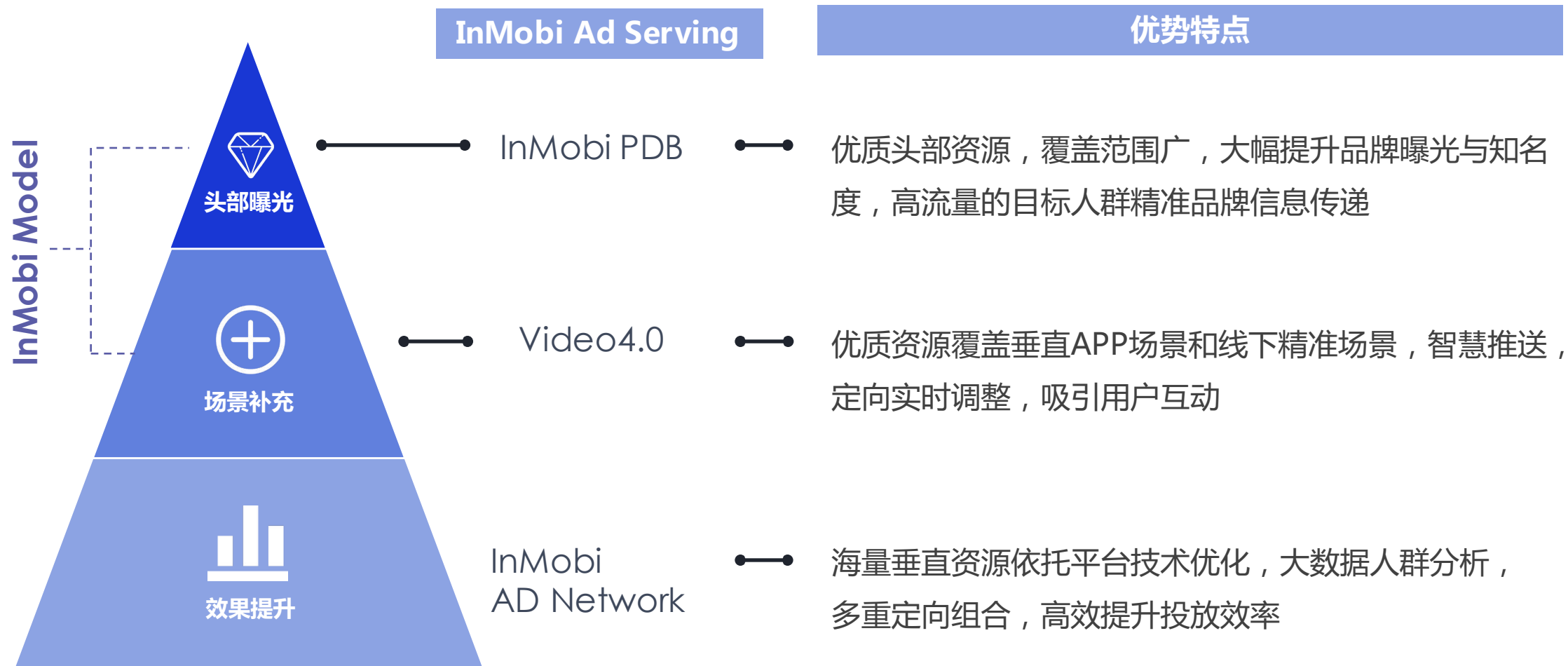
## 购买方式的多样化 从资源分层角度理解程序化购买模式与InMobi模式

- 针对不同广告主诉求，以定制化策略实现，通过多种程序化模式组合及应用，多媒介渠道及终端覆盖，助力媒介效果放大



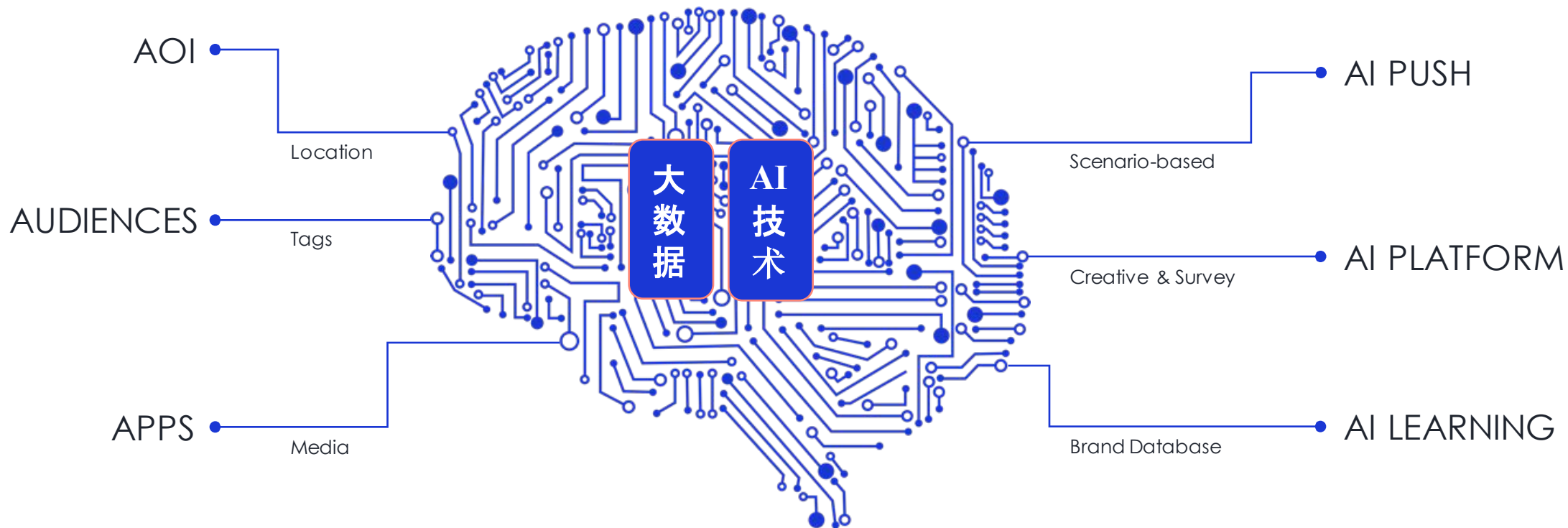


# InMobi 平台多样化品牌程序化购买模式优势特点



# InMobi 移动视频广告解决方案

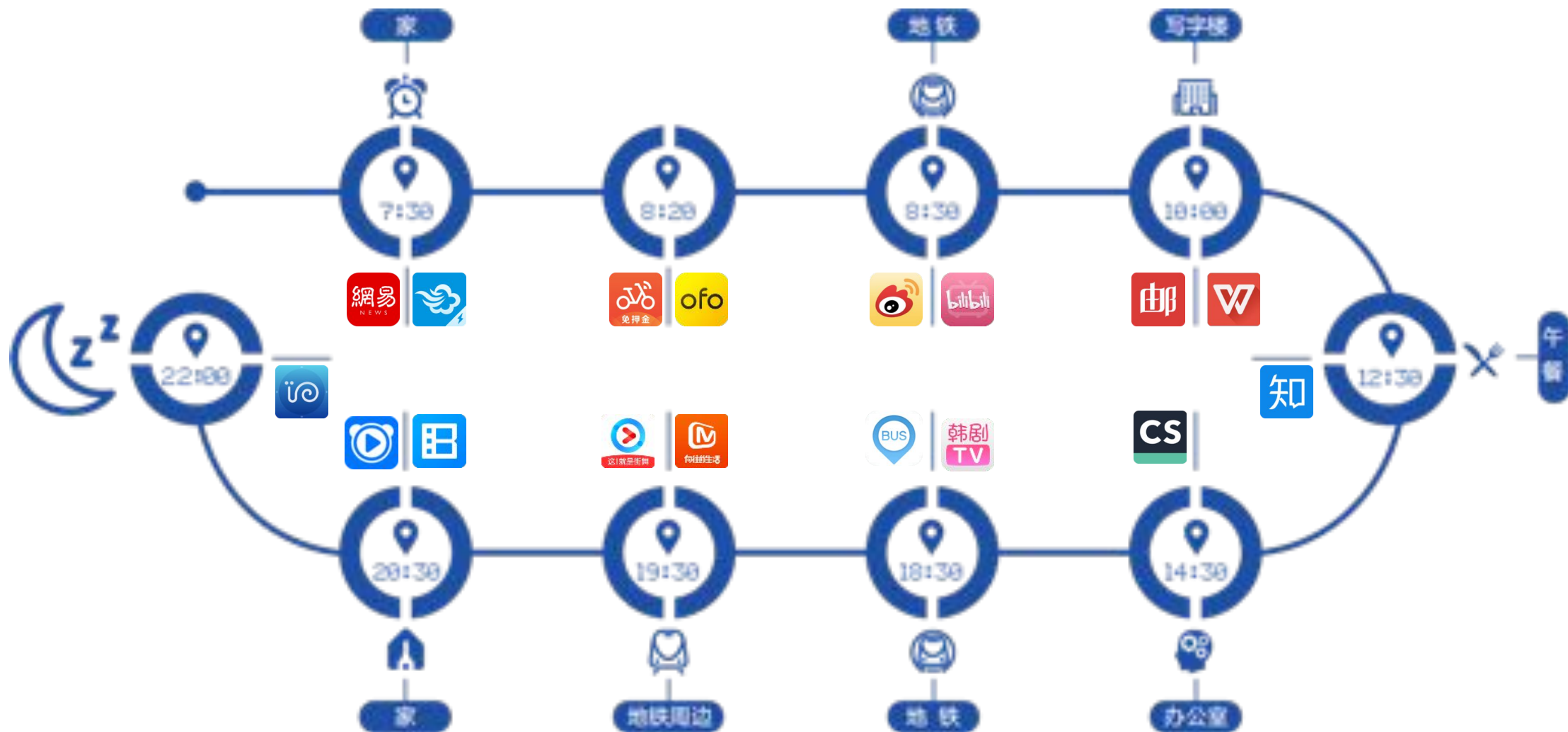
AI Enables Anyone, Anytime, Anywhere



智能理解用户 - “找到对的人”

智能场景投放 - “触达对的人”

# 全场景 全媒介 智能场景定向 AI视频多方位覆盖用户



# 及时捕捉用户场景变化，智慧推送视频广告



## AOI LOCATION

用户常去地点位置次数和位置变化



## IN-APP'S USER BEHAVIOR

APP使用行为及浏览行为



## AUDIENCE TAGS

用户属性及浏览内容和广告点击行为

InMobi平台完整立体用户画像

用户地点实时记录

用户行为标签全记录

用户媒体行为多维度记录

InMobi数据处理能力：5万QPS(处理40亿条数据/天)

智能场景定向 随时随地触达用户

智慧推送视频，定向实时调整



AOI LOCATION

用户常去地点和位置变化



AUDIENCE TAGS

用户浏览和广告点击行为



IN-APP'S USER BEHAVIOR

App使用行为及浏览行为



智能监测 实时优化

智慧推送，定向实时调整



# 国内领先的原生广告程序化平台

- 2014年5月，InMobi在中国正式发布移动原生广告，成为中国领先的移动原生广告网络
- 2014年7月，InMobi在中国发布InMobi Exchange，成为国内首家移动原生广告程序化交易平台

## ✓ 视觉整合

将广告建筑在用户体验之中；

## ✓ 用户主导

广告不中断用户体验、不产生干扰；

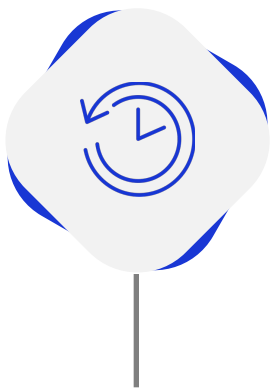
## ✓ 内容为王

品牌要推送对用户有实际价值的内容



多维定向

# InMobi 平台多重精准定向 帮助品牌锁定目标消费者



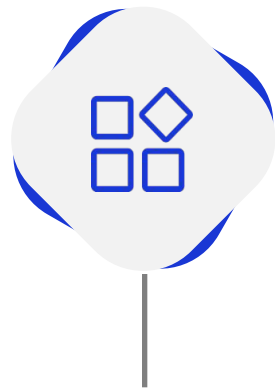
## 标签定向

分析目标人群属性



## 地域定向

地域市场阶梯分布



## 媒体定向

精选APP或APP类别定向



## 系统语言定向

系统语言识别定向



## 设备定向

设备机型定制化

# InMobi Retargeting 有效追击品牌流失用户

第一步：

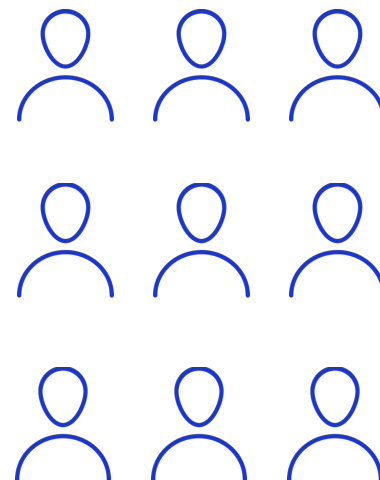
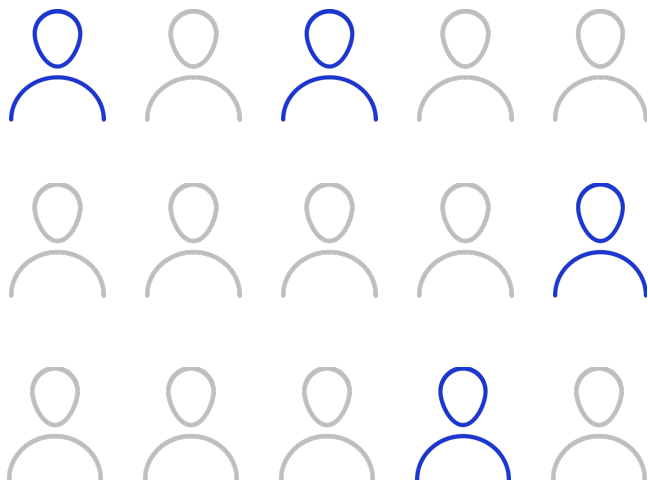
广告投放中筛选出有过广告互动的人群

第二步：

针对有过广告互动的用户进行二次触达



匹配创意 1



匹配创意 2



# 机器学习关联算法 Look-alike , 找到相似目标用户

第一步：

广告投放中与品牌有过互动的人群  
或者广告主直接提供种子用户人群

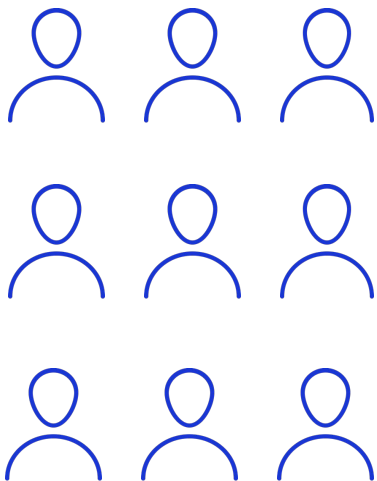
第二步：

大数据分析对品牌有兴趣的人群的特征

第三步：

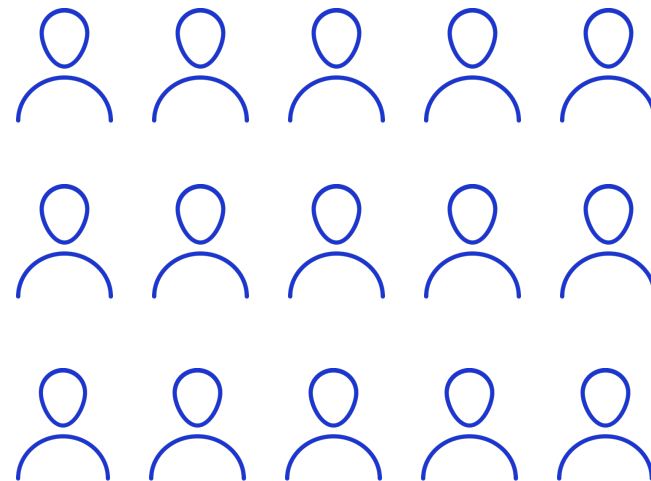
在InMobi移动端全量用户中找到相似特征人群

目  
标  
用  
户



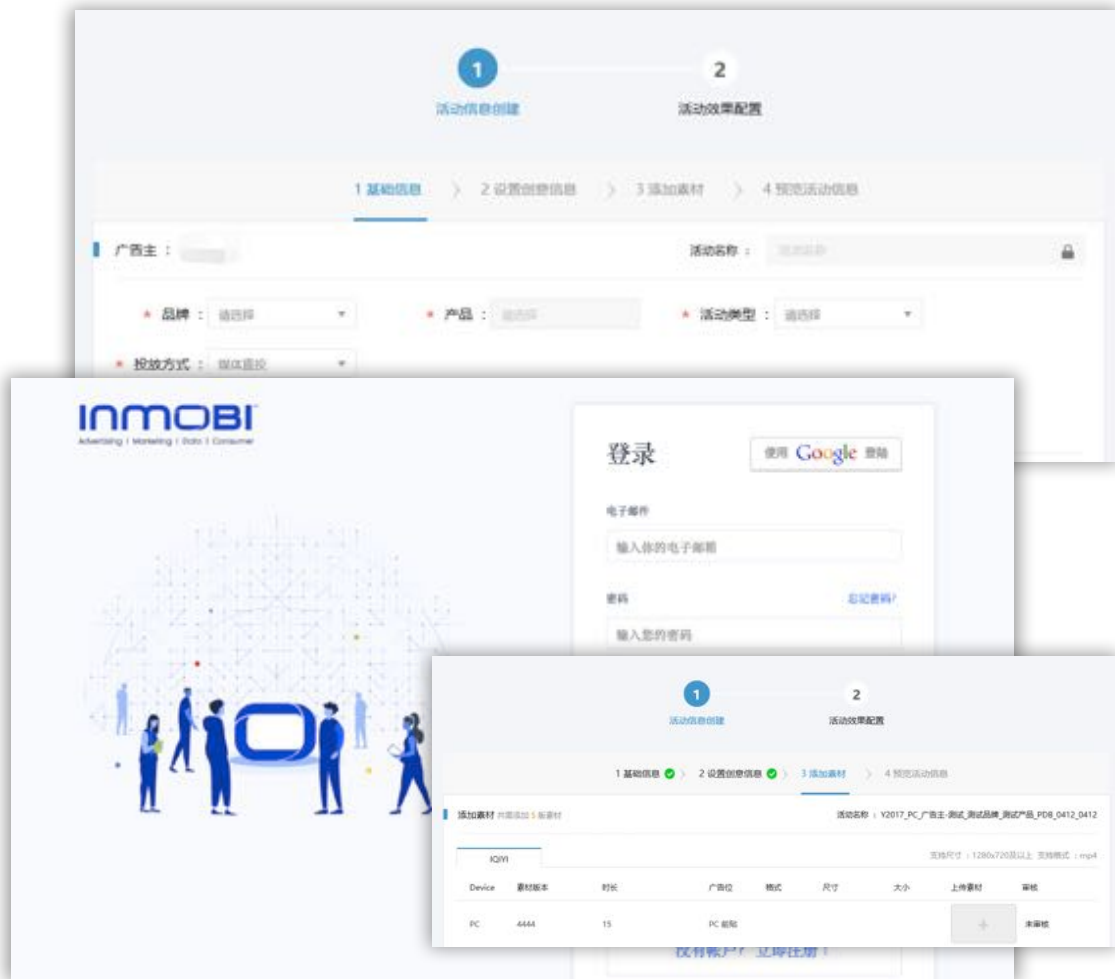
- 广告接触
- 地理位置学习
- 设备/APP所有权
- 人口学数据
- 用户历史行为

收集超过2000种属性  
进行机器模型化学习



相  
似  
目  
标  
用  
户

# InMobi 为品牌提供自运营服务



## 规模性

能够让企业自己操作自己的广告项目



## 灵活性

企业自主设定投放细则 自行进行优化调整  
等操作



## 透明性

投放过程中每一处广告的表现和相应的花费都  
可以被看到



# Helix : InMobi独家创意视频智能生成平台



## 智能编辑

Authoring

开放给广告主  
自主设置广告创意形式  
即时生成动态创意



## 创意示例

Showcase

在线预览创意展现  
实时进行创意优化



## 创意报告

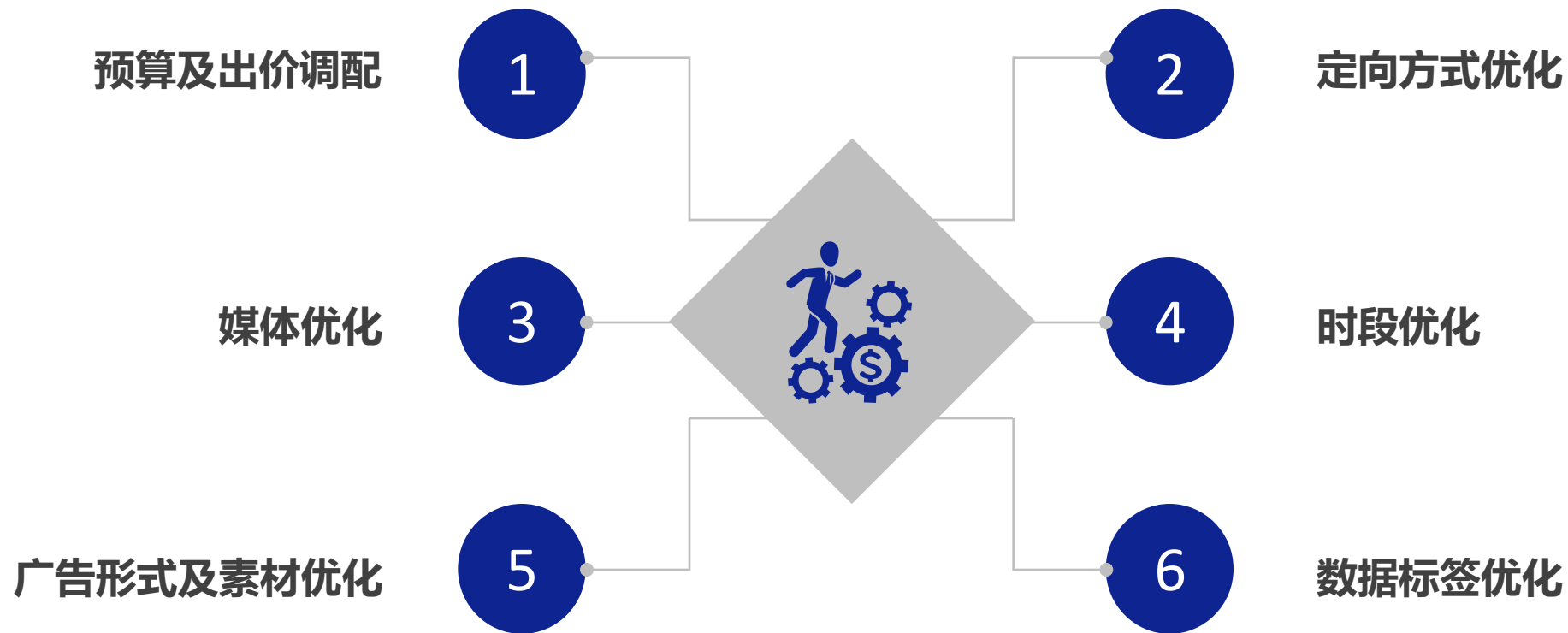
Reporting

A/B test创意表现比较  
一目了然的报告图  
洞察提供执行优化建议

# InMobi Studio : 基于云端的富媒体制作工具支持八类创意

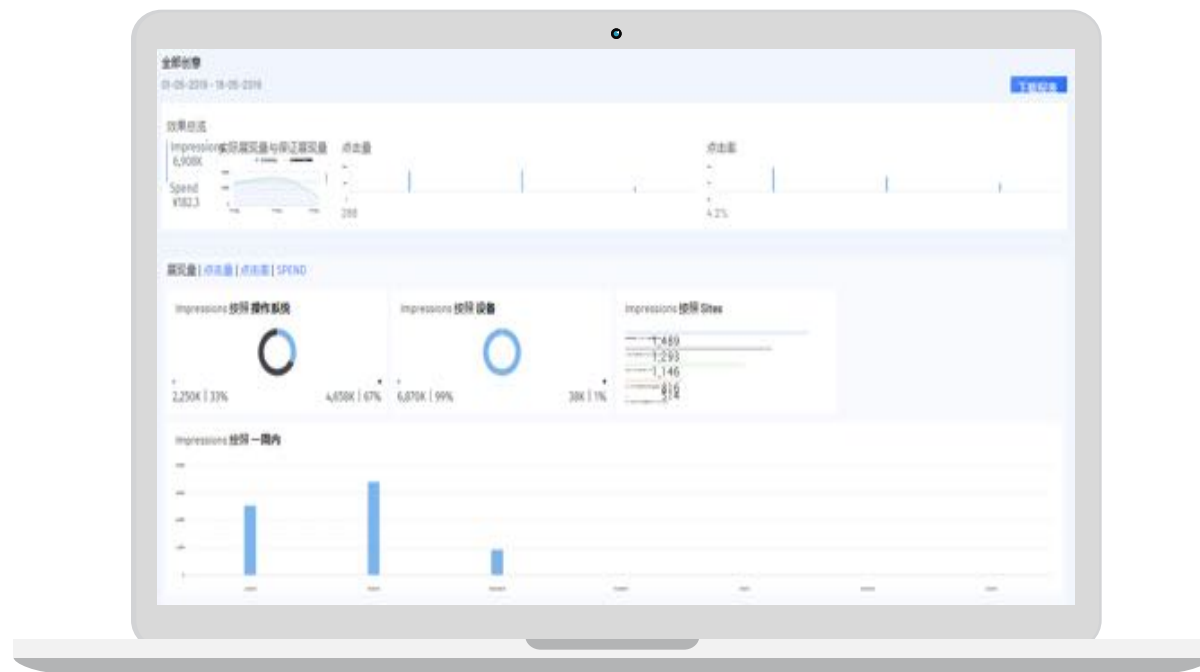
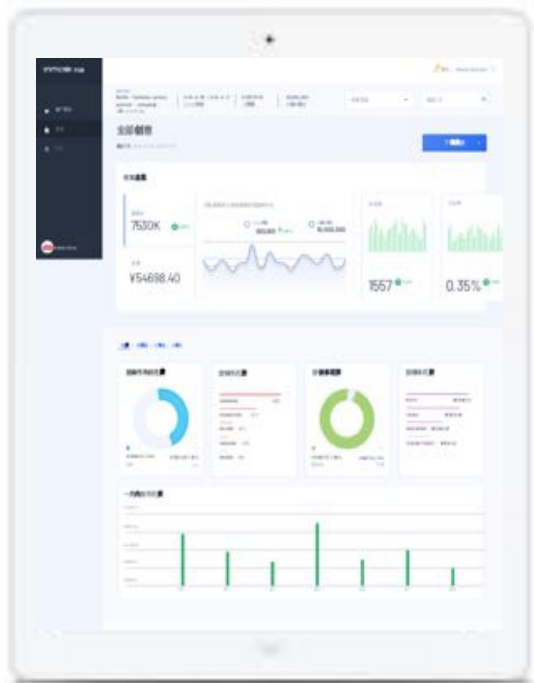


# 全面有效的实时运营优化能力，将品牌效益最大化



# 智能数据报告系统 行业领先的项目报告服务

- InMobi多年TOP品牌广告主数字营销经验及专业4A效果评估体系优化，制定完善的媒介指标评估及效果评估体系，提供最详尽易读的报告服务
- 同时将不同媒介形式核心效果评估维度可视化，工具化展现；可实时快捷掌握项目效果动态，配合线下完善效果报表体系，可繁可简



# InMobi Pulse帮助品牌洞察投放前后TA差异化情况

## InMobi独家全球智能调研平台



### 大规模

触达全球16亿移动用户



### 精准性

机器深度学习算法，  
确保精准定向目标人群



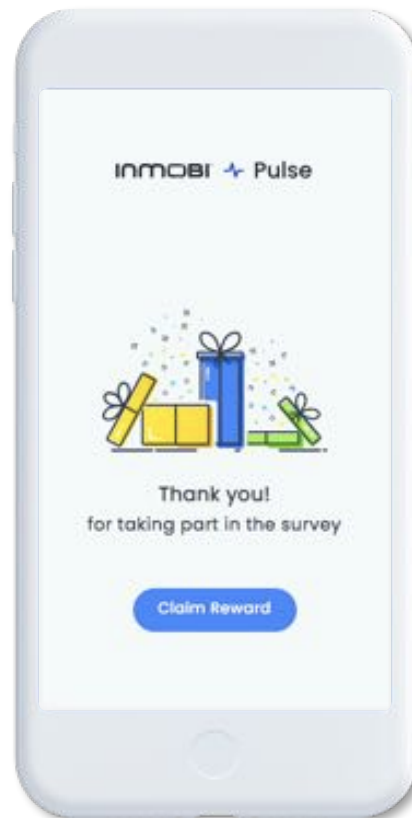
### 高效性

个性化定制问卷，后  
台自动智能生成



### 指导性

贯穿品牌投放前后，  
根据各广告主需求实时调研



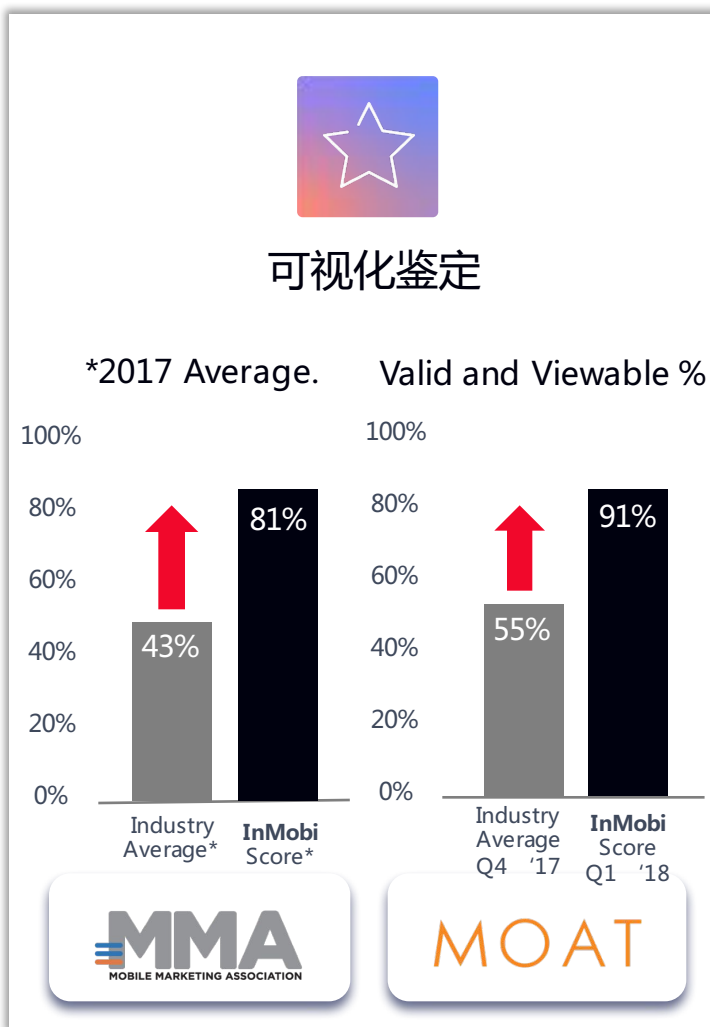
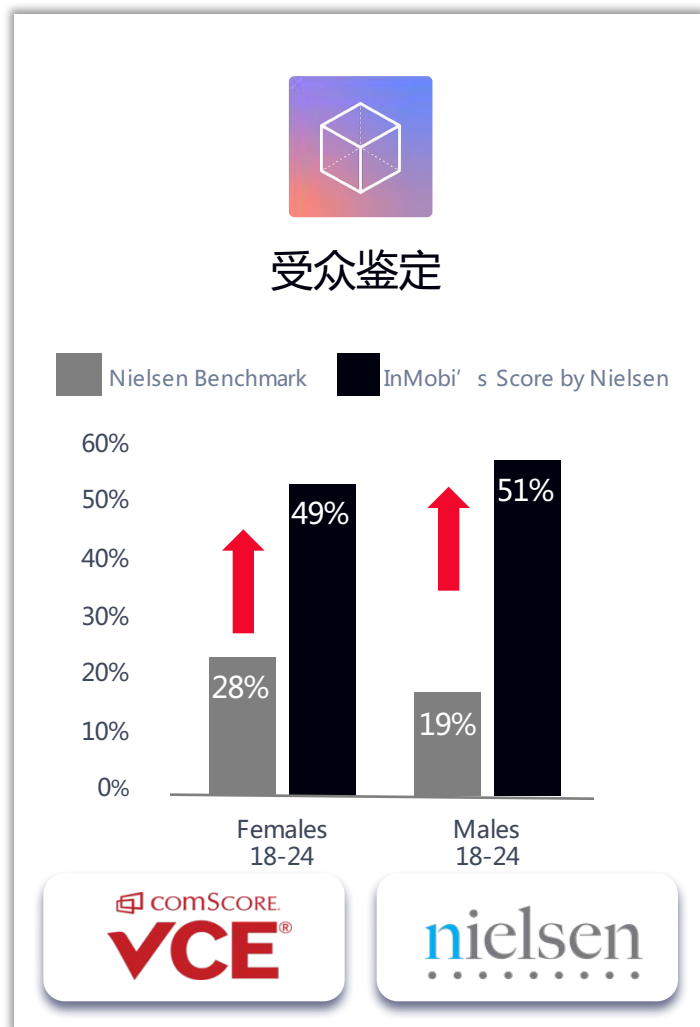
✓ 专业的问题设置

✓ 有效的激励机制

✓ 符合统计学的样本量级

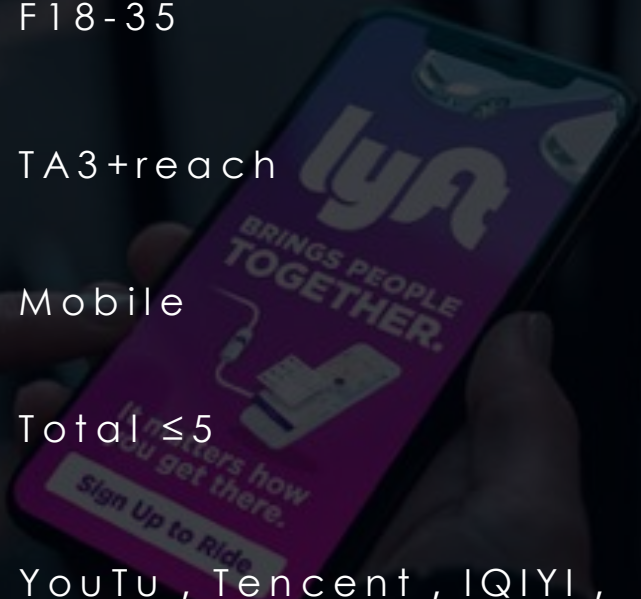


# Tracking Solution 行业知名的监测机构合作，确保广告的透明度、质量和监测



## 投放案例

<b>TA</b>	F18-35
<b>KPI</b>	TA3+reach
<b>Device</b>	Mobile
<b>FC</b>	Total ≤5
<b>Media</b>	YouTu, Tencent, IQIYI, MangoTV + InMobiModel
<b>DMP</b>	Miaozhen + InMobi Data



01

### InMobi PDB

主预算通过InMobi PDB OTV模式，保价保量的方式在TOP4视频进行投放，规模化提升媒介效果

02

### InMobi Video4.0

InMobi Model Video4.0协助购买TOP 4之外视频媒体及新型媒介资源，减少PDB模式库存压力，且进一步提升媒介KPI

04

### 专业团队支持

专业化的策略，数据及运营团队提供支持，同时提供平台开放SAAS服务

03

### 数据策略整合应用

客观场景化POI+MZ人口属性双DMP指导，在保障媒介KPI的前提下，精准触达核心目标人群



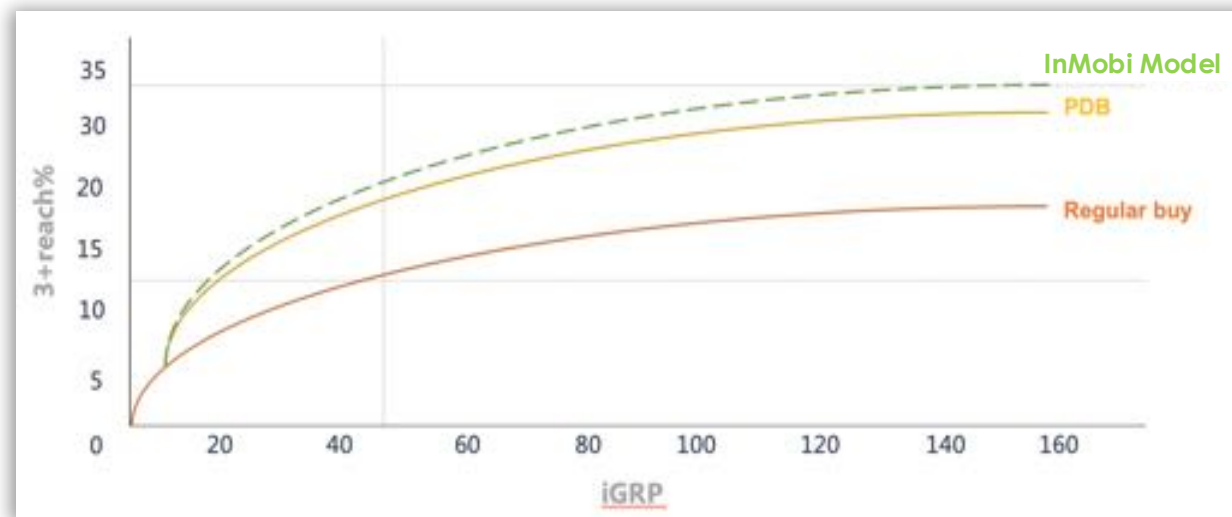
## InMobi Model **InMobi 投放模式组合，帮助品牌节约预算或提升投放效果**

- 通过InMobi Model ( PDB+Video4.0 ) 广告投放组合，可在保障大型项目声量，并最大化提升目标受众的到达效率，帮助广告主在同等预算下获取更好的效果，或者在到达率确定的前提下减少相应的媒介花费。

① 通过程序化策略，以PDB模式，以1.5倍资源推送在TOP Video优化目标受众人群占比及频次，**保障项目量级的前提下提升KPI**

② 利用InMobi Model中Video 4.0的购买模式，保价保量的购买优质资源，**补足库存缺口及PDB模式挑选空间的缺失**

③ 保证项目效果的同时，保障优质资源及广告声量，增加对TA的覆盖，进一步**提升媒介效率，减少媒介花费**  
( InMobi PDB + Video 4.0 投放支持跨模式频次控制，相较独立投放效率更高 )



# Agenda

01 InMobi公司简介

02 公司核心竞争力

03 InMobi 移动品牌营销解决方案

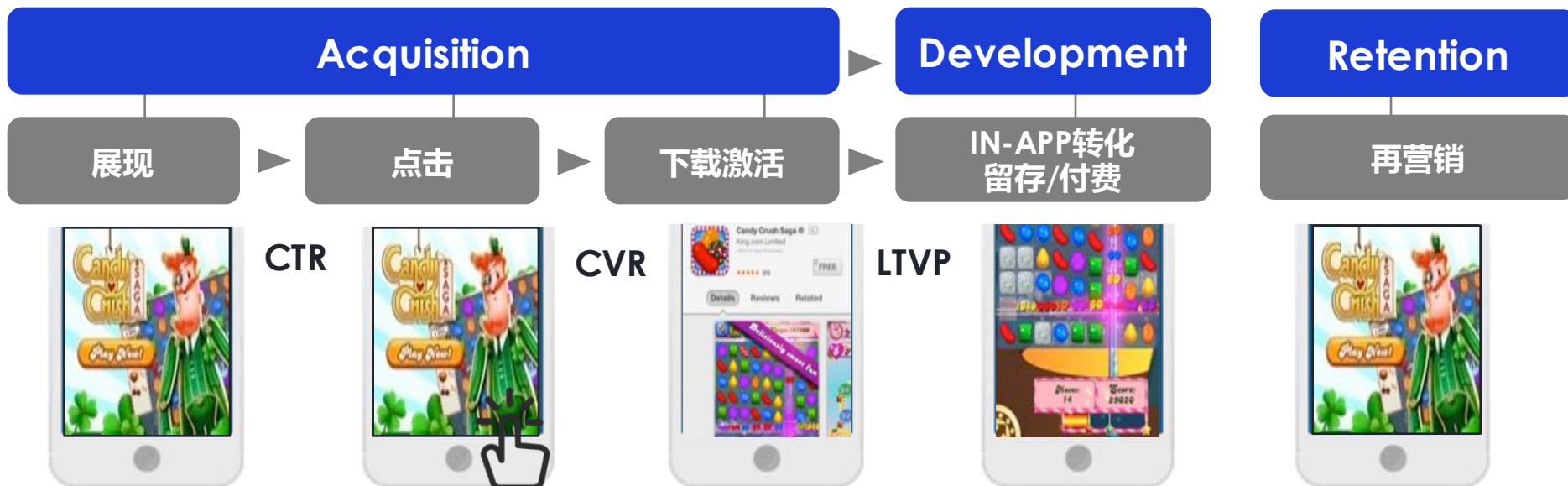
04 InMobi 移动效果营销解决方案

- └─ ① **App download**
- └─ ② **H5导流**

# APP下载效果营销解决方案

营销体验

广告行为



产品

### 锁定目标用户

- 常规定向
- APP定向
- 人群标签定向
- LBS定向 (POI、POLYGON)
- 场景化营销

### 提高点击率

- 广告形式组合
- 动态创意
- 三种素材优化方式

### 获取高质量用户

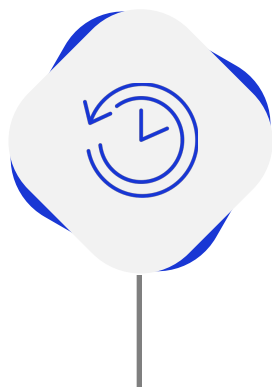
- 智能出价 - CBP
- 追踪监测
- LTV优化

### 提升活跃/复购

- 再营销 - Retargeting



# InMobi 平台多重精准定向 帮助品牌锁定目标消费者



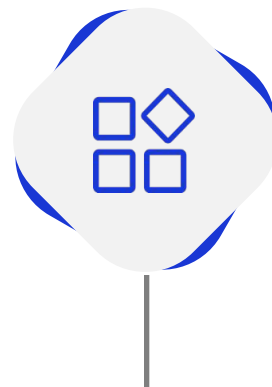
## 标签定向

分析目标人群属性



## 地域定向

地域市场阶梯分布



## 媒体定向

精选APP或APP类别定向



## 系统语言定向

系统语言识别定向



## 设备定向

设备机型定制化

# 媒体定向：32,000+ Apps场景化覆盖中国70%移动用户

• 20亿次日曝光请求

• iOS流量占比60% Android流量占比40%

影音娱乐



芒果TV



韩剧TV



喜马拉雅

...

运动健康



乐动力



每日瑜伽



蜗牛睡眠

...

办公工具



WPS



墨迹天气



搜狗输入法

...

新闻阅读



掌阅



网易新闻



zaker

...

男性



虎扑体育



大智慧



车轮查违章

...

体育社区



直播8



懂球帝



PP体育

...

女性



大姨妈



好孕妈



美柚

...

美拍



无他相机



B612



黄油相机

...

二次元



快看漫画



最右



糗事百科

...

出行



OFO



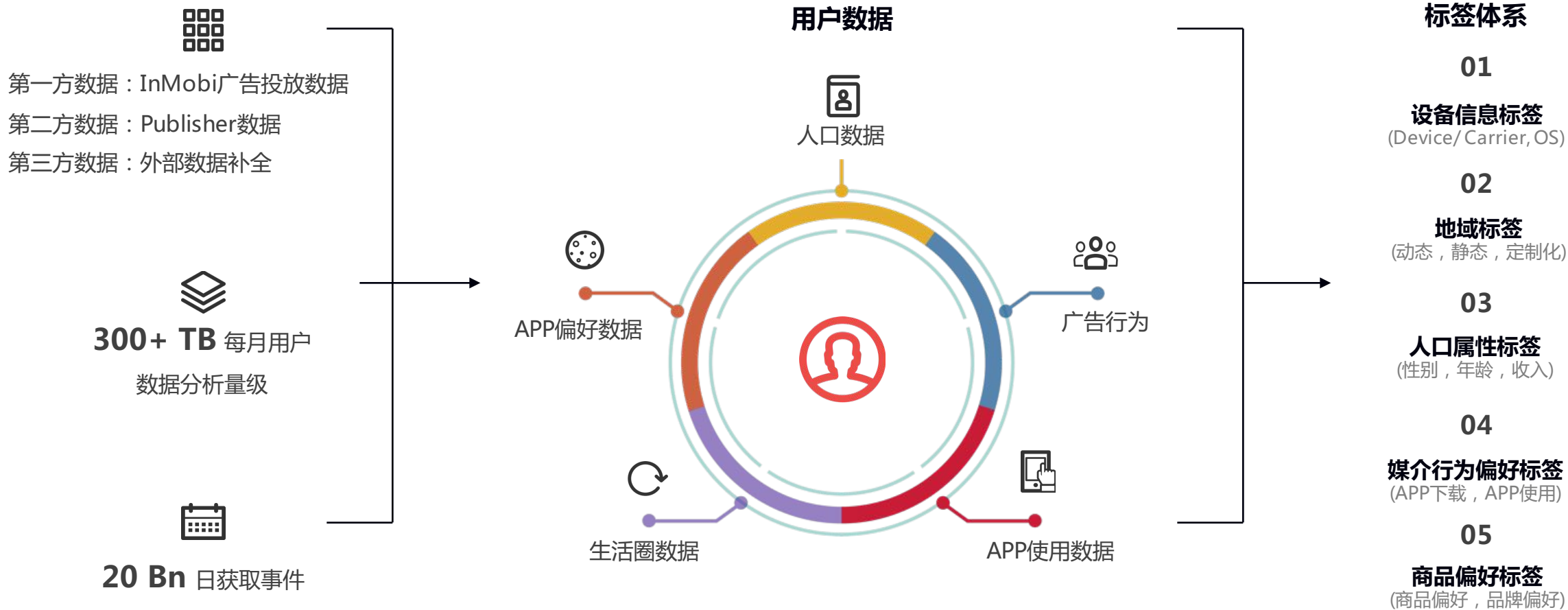
摩拜单车



嘀嗒拼车

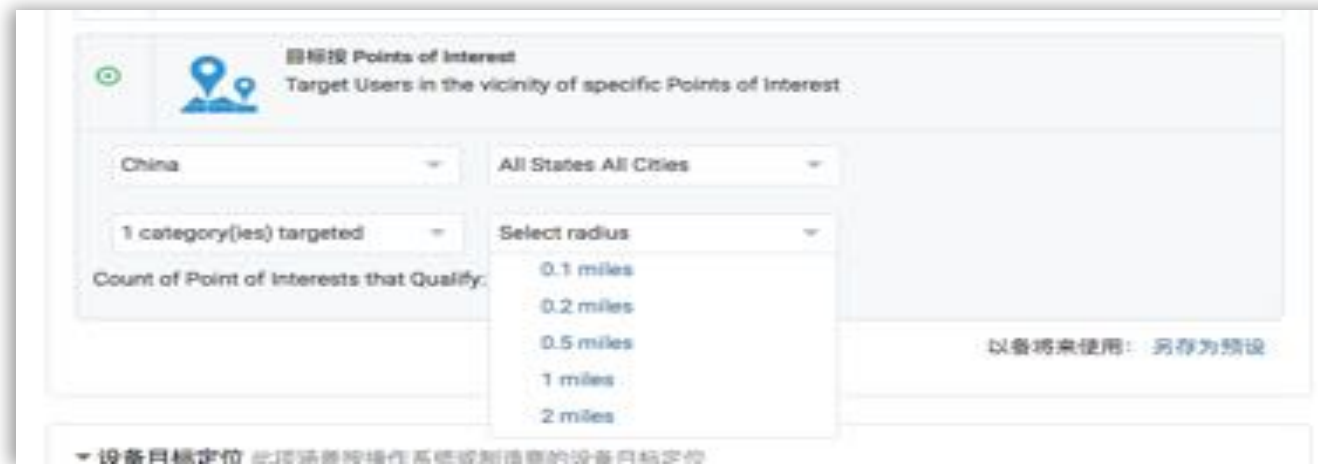
...

# 人群标签定向：InMobi整合三方数据 形成海量标签数据库



# 地理位置定向：InMobi Location精准触达用户线下生活圈

- InMobi强大的地图数据团队搭建自有Location产品



- 逐步完善的Location产品场景分类包

商旅+学习圈



商圈



生活圈



## 地理位置定向：更精准地域投放，触达更精准人群

### POI (Point of interest)

#### 兴趣位置定向

圈定基于用户兴趣出现的周边位置



升级

### Polygon

#### 智能场景位置定向

精确描边用户基于兴趣出现的多边形位置



多家LBS数据合作伙伴  
和政府机构支持



地理位置区域由圆圈升级  
成更精确的多边形位置



实时记录用户设备出现在  
各楼宇位置和出现次数



# Polygon场景化触发展示

广告主定投 **上海** 某多边区域目标用户



用户点击属于InMobi流量的APP



App广告展示第一时间吸引用户注意力

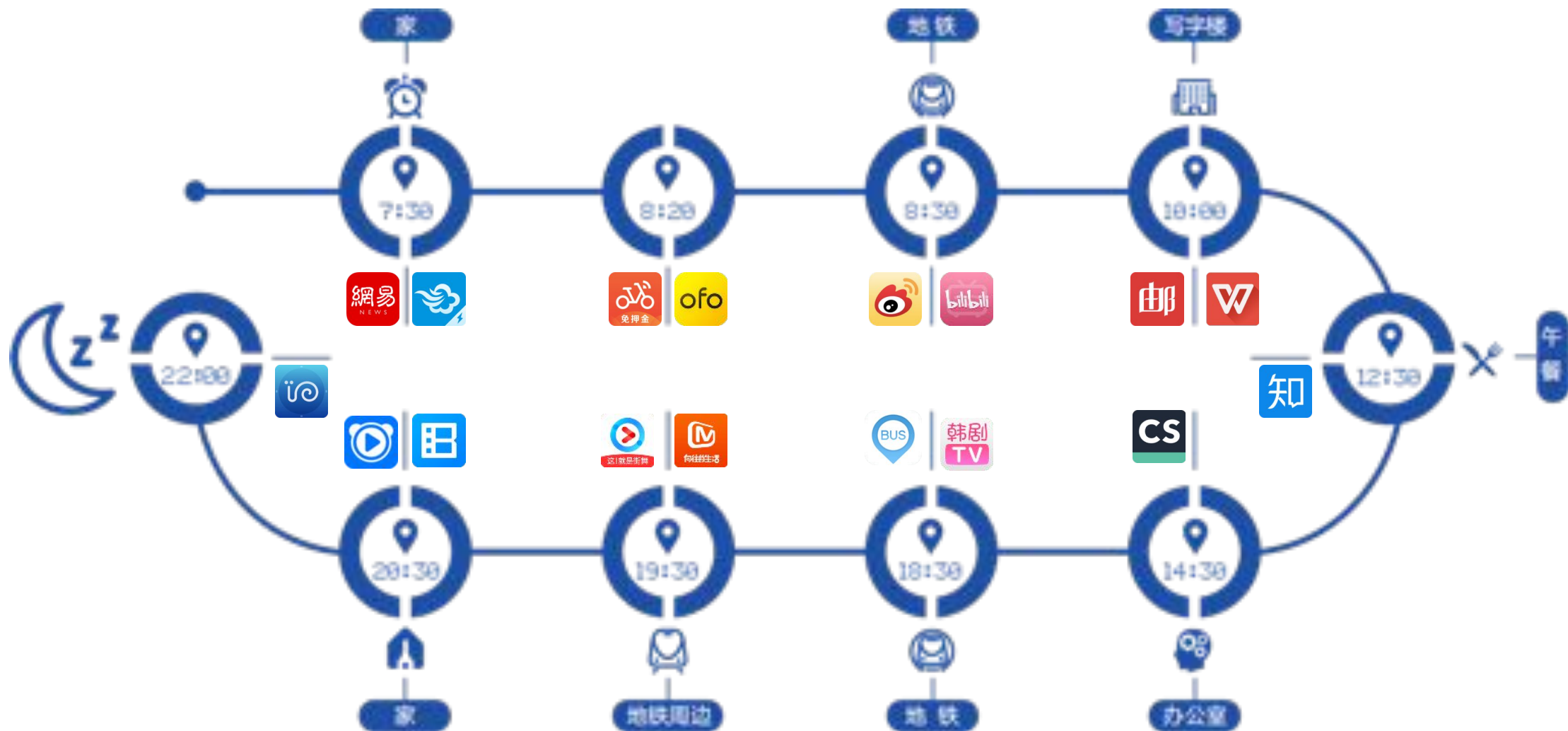


点击广告查看新品详情

看到广告到线下指定超市试吃

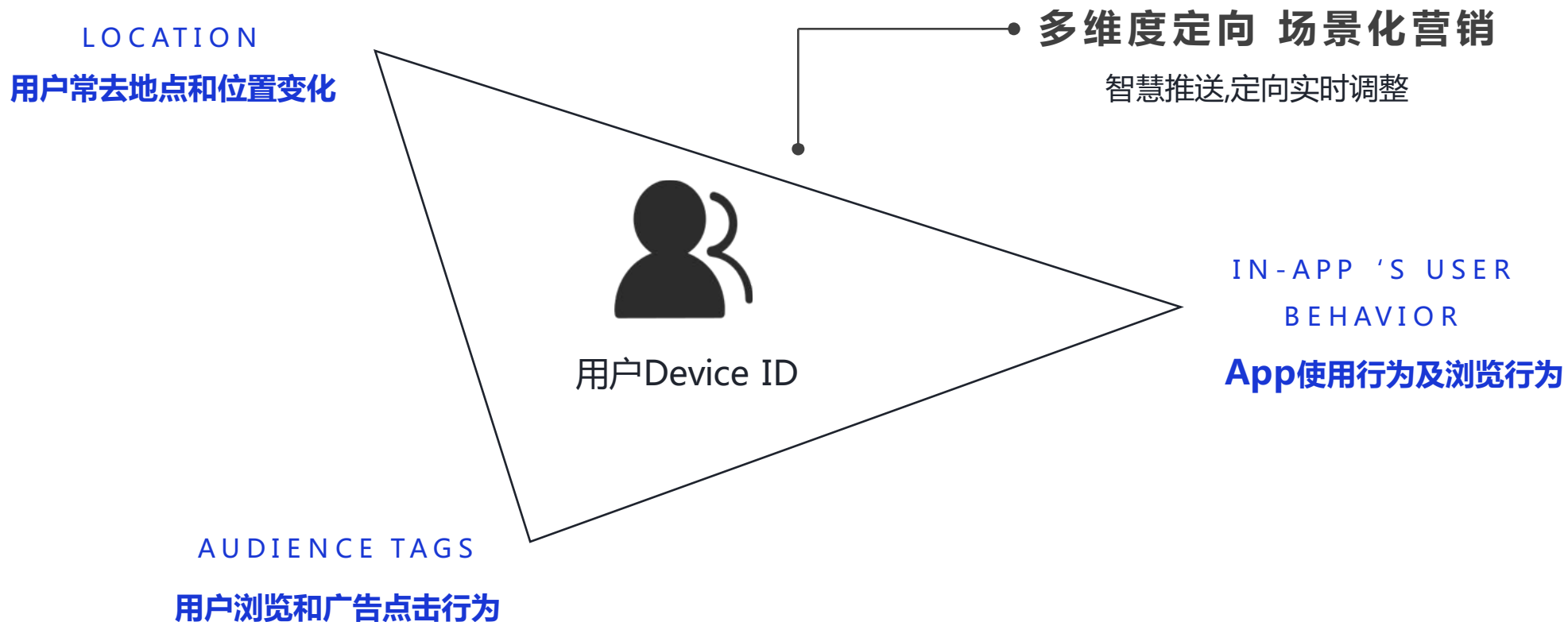


# 全场景 全媒介 智能场景定向 多方位覆盖用户



# 场景化营销：全场景 全媒介 AI场景定向 全方位方位覆盖消费者

- 地域、用户标签和App使用场景相结合，多重精准定向，在丰富多样的营销场景中触达目标消费者
- 以消费者DeviceID为基础，支持移动跨媒体，多广告形式的曝光频控



## 国内领先的原生广告平台

- 2014年5月，InMobi在中国正式发布移动原生广告，成为中国领先的移动原生广告网络
- 2014年7月，InMobi在中国发布InMobi Exchange，成为国内首家移动原生广告程序化交易平台

## ✓ 视觉整合

将广告建筑在用户体验之中；

## ✓ 用户主导

广告不中断用户体验、不产生干扰；

## ✓ 内容为王

品牌要推送对用户有实际价值的内容





# 创意样式丰富的移动视频广告

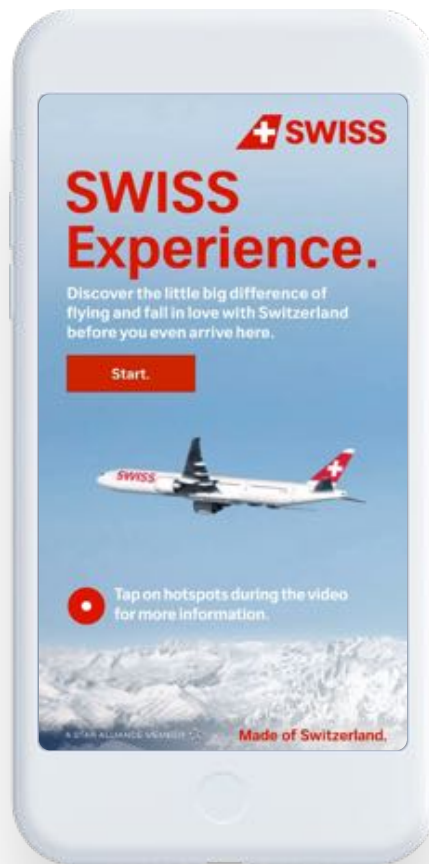
开屏视频



信息流视频



点击互动视频

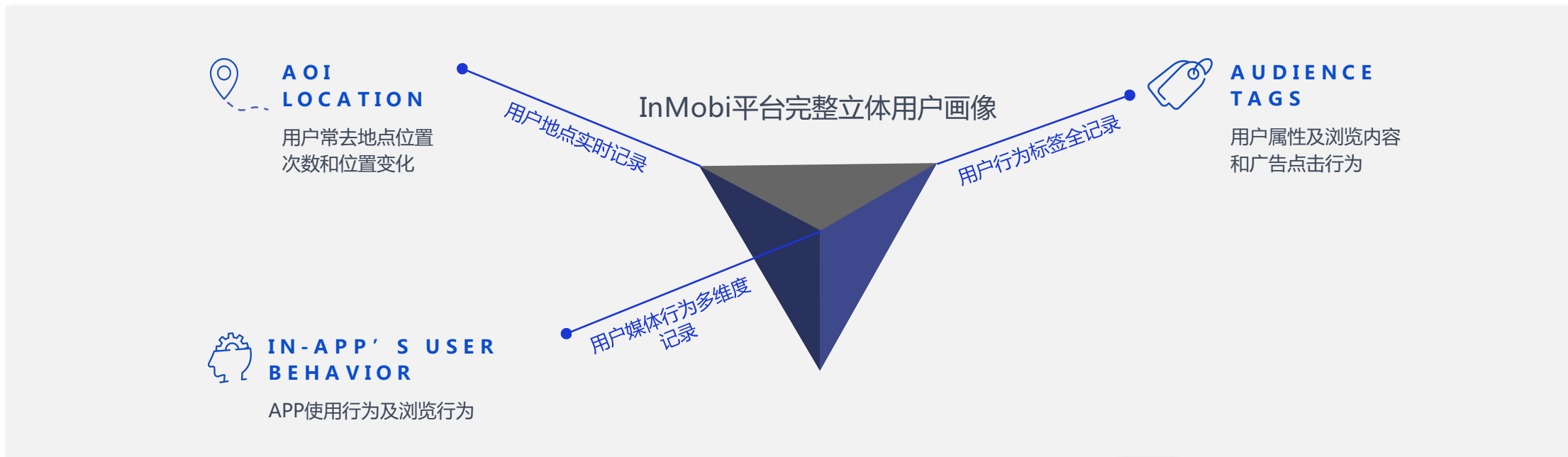


360度VR视频





# 智能场景定向，创意+人群搭配组合



示例1:



- 人群标签：20~39岁 家庭女性
- 地理位置：超市
- APP使用：下厨房

示例2:



- 人群标签：35~45岁 商旅人士
- 地理位置：机场
- APP使用：大智慧

# InMobi三大创意优化策略 帮助广告主合理分配预算

- 三大创意优化策略：平均展示、最优展示和权重展示
- 前期投放用平均展示，积累一定数据量后，视广告主营销需求选择最有展示或权重展示

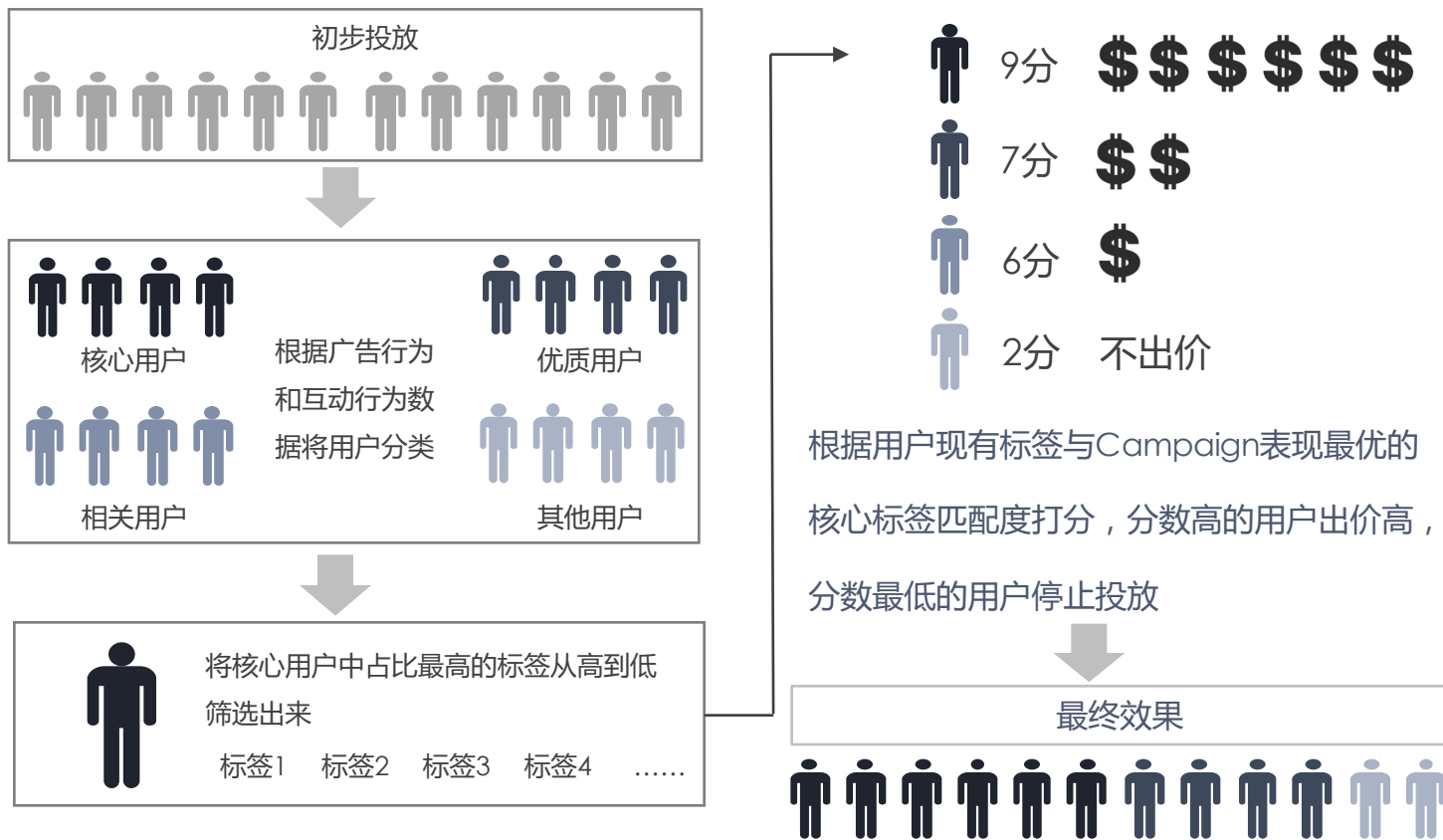


# AI智能出价提升效率：CBP机器自动学习，提升整体传播效率

## CBP智能出价

InMobi 8年CBP数据学习经验，产品成熟度高

1. 合理运用预算触达更多TA
2. AI智能计算二十余维度数据实时优化
3. 通过PIXEL将用户每一个路径行为进行归因分析，产出针对性优化策略



Acquisition

# CBP 3.0



Campaign

Does Not Share  
Organics

游戏类  
APP推广



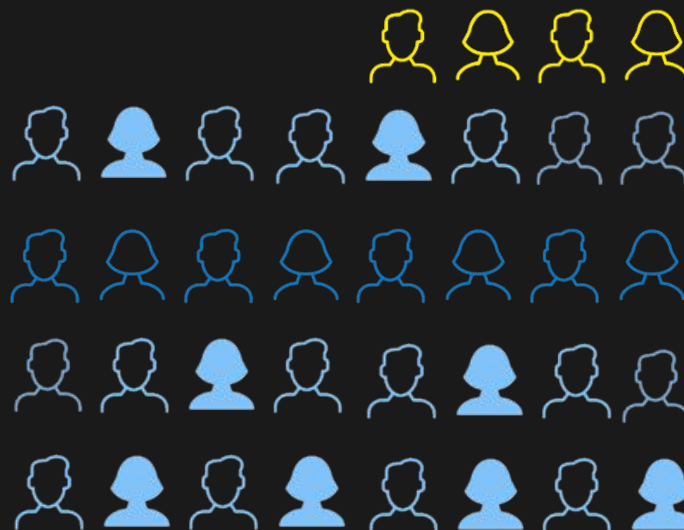
Share  
Organics

Campaign With

- 缩量定向
- Lookalike 模型
- 重定向
- 更精准的投放预测
- 更精良的优化



Data Stored  
Securely



### 休闲游戏人群



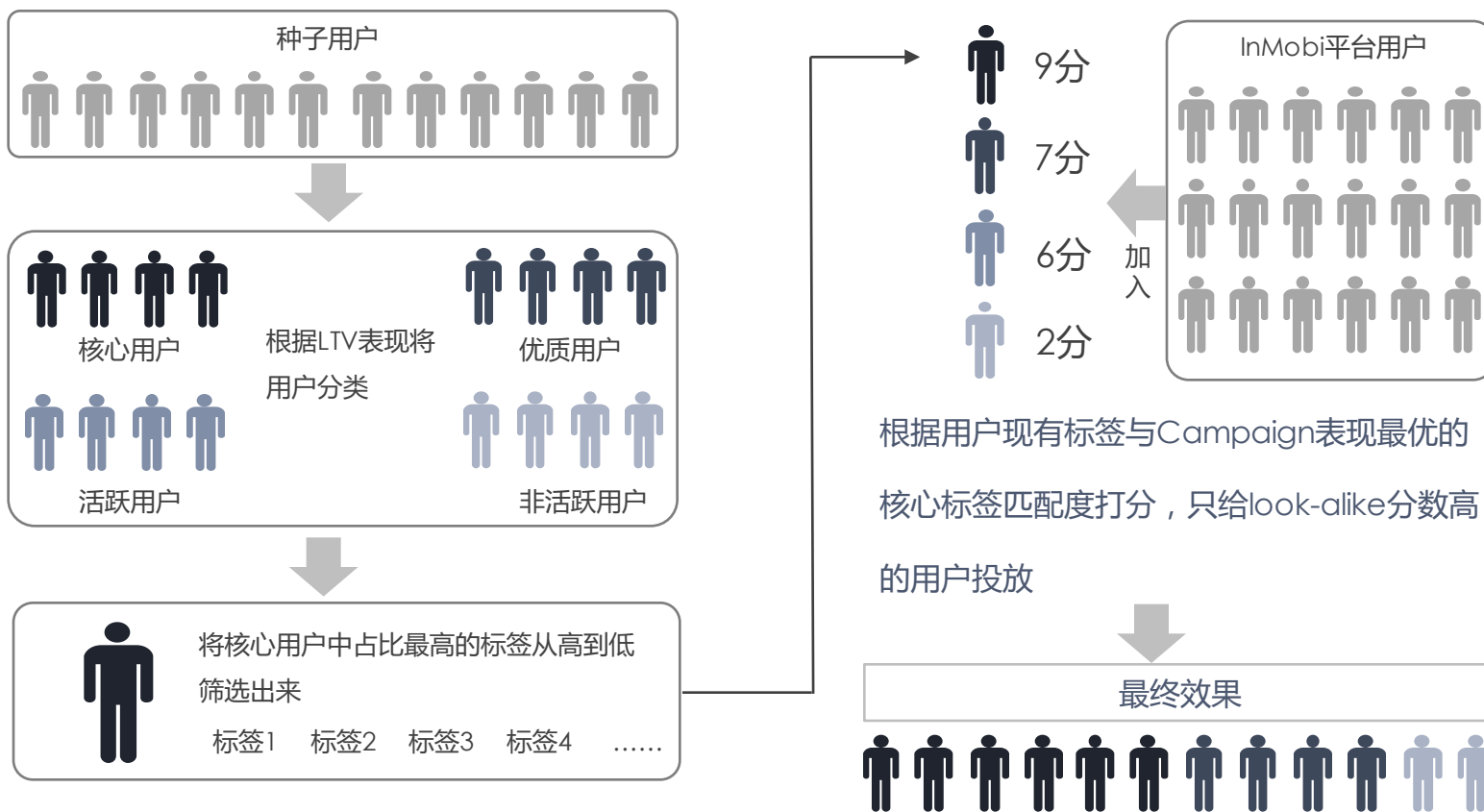
只获取了部分  
受众用户



不仅获取了更  
多的目标用户  
并保持高留存

## Lookalike 扩展相似人群，提升广告投放效率

- 挑选核心用户提取标签，在下一次广告触达InMobi平台用户时，根据不同权重对用户的Look-alike打分情况，选择性进行触达，保证扩展人群与目标人群的相似度，大范围覆盖高相似度人群。





# 监测解决方案

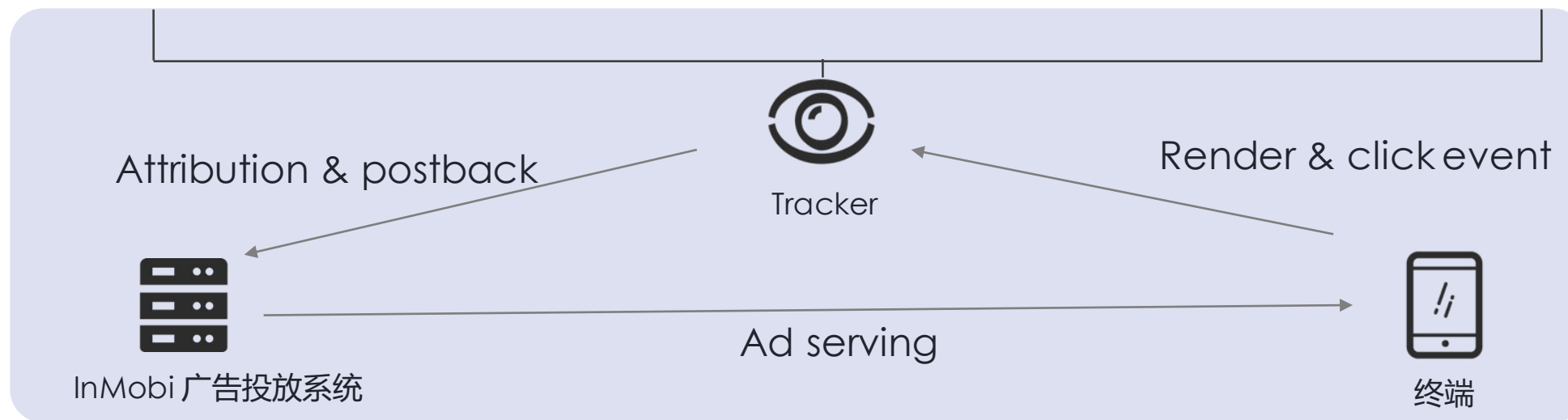
## 3<sup>rd</sup> Party Tracking

- 集成方便，接入三方监测平台SDK即可
- 系统稳定，归因逻辑全面，报表维度丰富，反作弊能力强



## In-House Tracking

- 安全性更高，数据不外露
- 灵活性更高，可按需自定义归因系统逻辑
- 建议使用VTA ( view through attribution ) ，针对无广告点击行为但受强势曝光资源多次触达最终完成转化的用户进行归因



## Development LTV优化

- 类似于对激活的优化,如果客户能够将后端LTV数据 (如用户注册/留存/付费等) 回传给InMobi,InMobi同样可以针对LTV数据回溯到媒体/时段/运营商/素材等,进行多层次优化,从而提升ROI
- 多个案例表明,直接对后续转化数据进行优化,更有利于ROI的提升

### 优化1.0 : 激活

- 激活

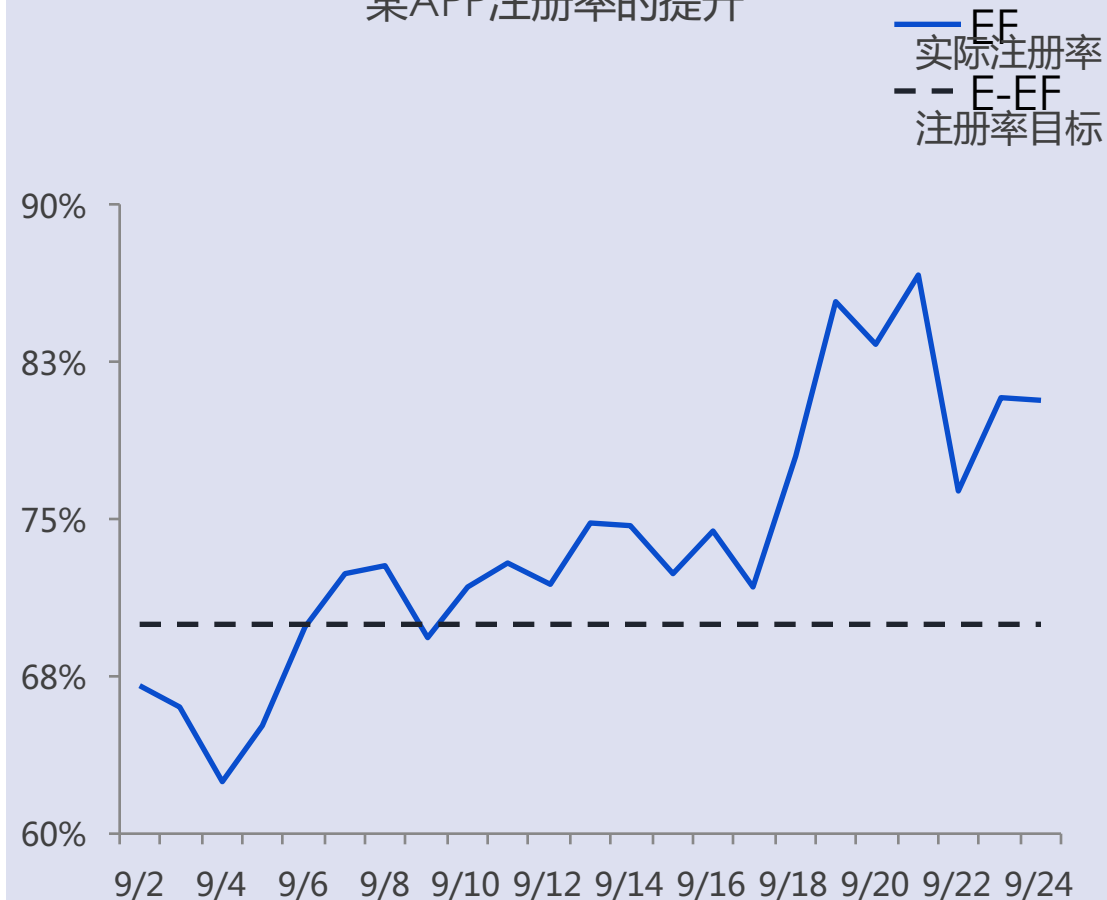
### 优化2.0 : 用户行为

- 注册
- 次留

### 优化3.0 : 付费

- 购买量
- 购买金额

某APP注册率的提升

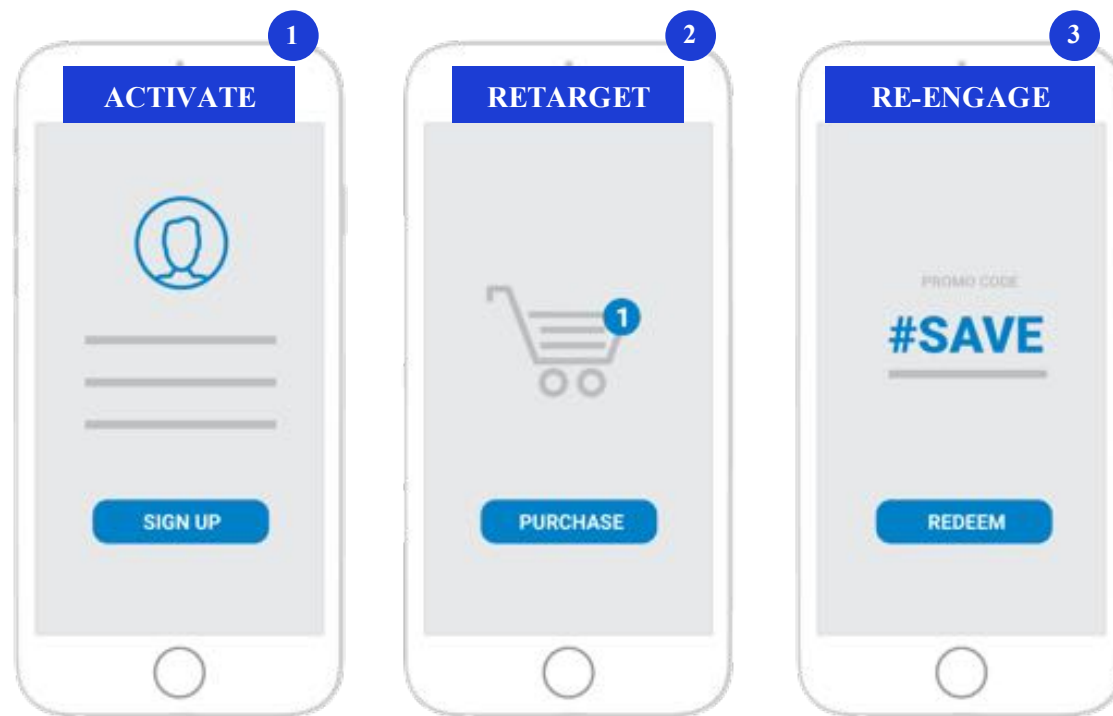


# INMOBI REMARKETING-用户再营销平台

The world's first remarketing platform designed and optimized for mobile

## 再营销：用户获取只是战斗的一半

- ✓ InMobi的移动优先再营销解决方案可帮助您在安装后最大限度地提高用户参与度。
- ✓ 我们强大的解决方案允许您根据来自电脑，移动网页和应用内的跨设备信号重新定位用户，以便通过移动网页和应用内触达用户。



### 向下挖掘用户漏斗

- 最近新增用户-引导用户完成第一次安装后的互动

### 推动增量收入

- 忠诚和活跃的用户-解锁增量收入。

### 重新吸引休眠用户

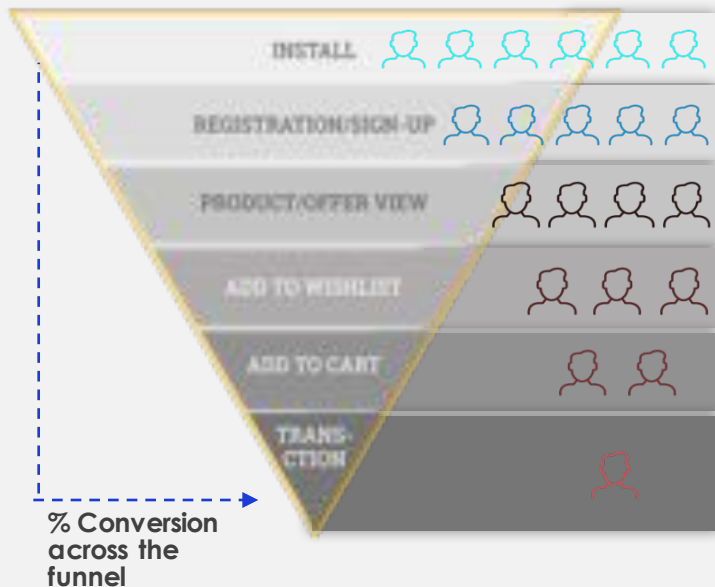
- 休眠用户 - 重新吸引用户回归app

# 实现动态创建自定义人群包

Build custom-audiences in real-time

### 在转化漏斗中追踪Apps内的用户动态行为状态

转化漏斗及常规投放转化情况示意



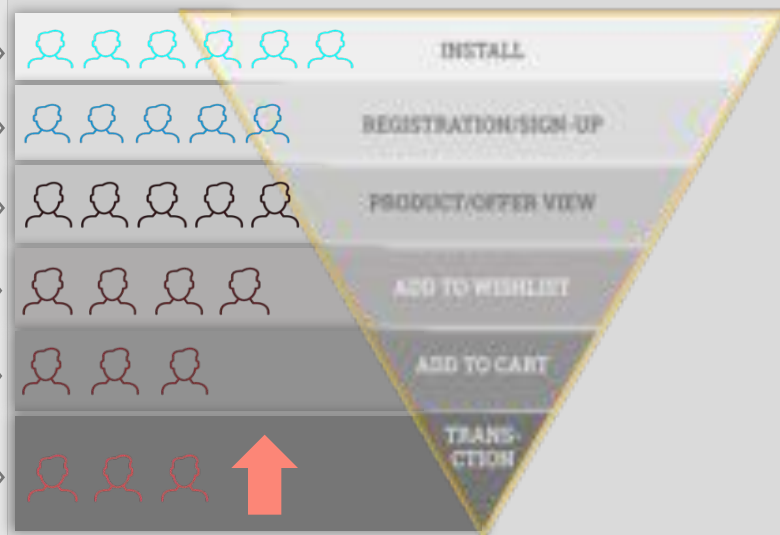
### 根据自定义规则跟踪和细分用户实时跨越漏斗的各个阶段

根据用户行为实时定义和生成不同类型的人群包



### 为个人用户群组定义重定向广告系列策略，并最大化用户转化

动态人群包转化情况示意



# 动态创意优化

使用丰富的广告素材实时发送个性化消息

## 分析用户偏好

- InMobi 1<sup>st</sup> party data
- Advertiser 1<sup>st</sup> party data



## Advertiser User Segments

- 新用户
- 首次购买用户
- h, m, l频率和消费的活跃用户
- 休眠用户
- 最近重新激活了用户

## 展示动态创意

基于转化漏洞中的当前状态来个性化消息传递

基于用户应用内活动和产品亲和力的产品推荐

实时广告产品目录提取

实时访问后端数据，如价格，可用性等

可自定义的模板，用于试验文本，颜色和CTA

基于品牌提供的后端数据，优化InMobi智能算法，达到智能动态推送不同创意、产品或模版



# InMobi智能出价平台

基于预测的用户价值进行实时出价

## 目标KPI



广告支出回报率



每笔交易成本

## 计算出价

基于50多种不同属性为每个用户动态修改出价，  
通过点击率优化以获得更好的预测。

### 基于品牌

- 类别分组
- 产品系列



### 基于用户

- 自然用户状态
- 位置背景
- 地方背景
- 购买频率

### 基于流量

- 设备类型
- 运营商
- 广告样式
- 时段

## 分配出价



High LTV  
User



Med  
LTV User



Low LTV  
User



## 四类用户适用于不同的应用场景

创建自定义细分。 提供个性化的广告素材。 管理有效的支出。

应用场景	定向人群包	个性化素材	为智能出价设定目标CPT成本
兴趣用户激活	安装但无首次购买行为		\$\$\$\$
老客重新激活	在过去xx天没有过购买行为		\$\$\$
决策阶段激活	加入购物车但无购买		\$\$
交叉销售	在过去X天有过购买行为		\$

## 再营销广告数据的追踪与归因

通过领先的独立合作伙伴进行数据集成



我们的移动跟踪和归因合作伙伴是确保安全和准确归因的最佳独立解决方案。

与我们的任何合作伙伴合作：

1. 无缝的应用内事件跟踪
2. 深度链接并使用延迟深层链接到您的产品页面

- ✓ 可配置归因窗口期
- ✓ 最后一次点击归因
- ✓ VTA以跟踪广告展示次数以及点击次数
- ✓ 对所有产品页面实现深度调起
- ✓ 所有应用内行为事件跟踪
- ✓ 为自定义集成支持S2S追踪

TUNE

KOCHAVA★

adjust

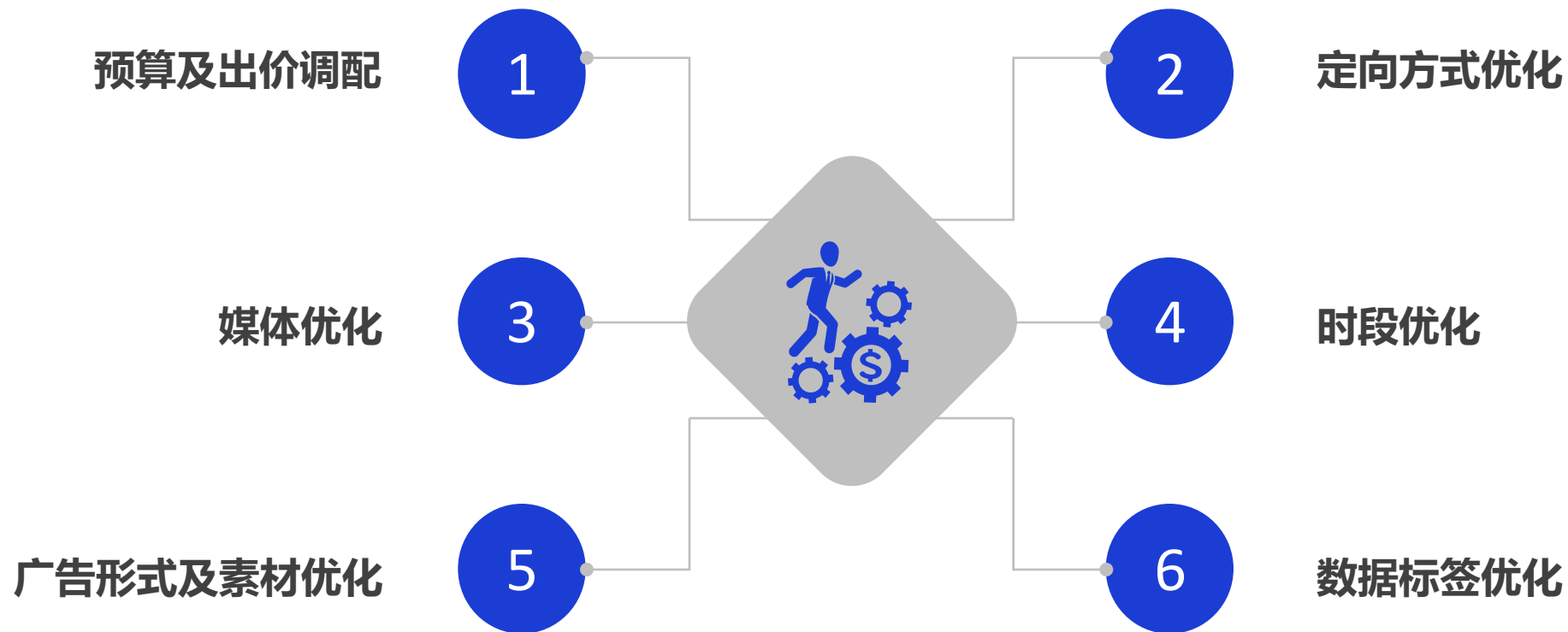
Apsalar

AppsFlyer

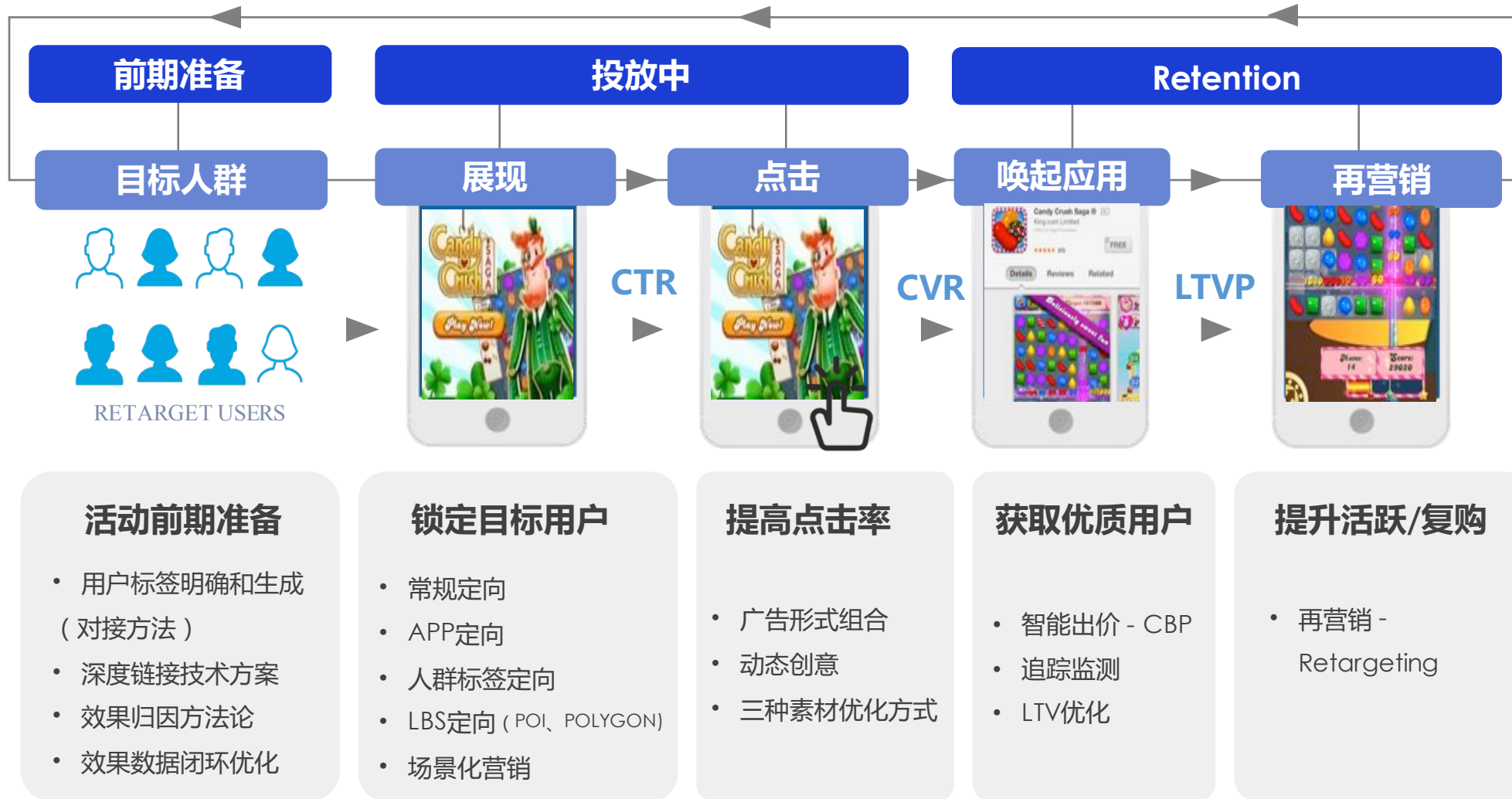
AdMaster™  
Data · Insight · Solution

TalkingData  
移动 · 数据 · 价值

# 全面有效的实时运营优化能力，将再营销效益最大化



# 再营销解决方案小结



### 活动前期准备

- 用户标签明确和生成 (对接方法)
- 深度链接技术方案
- 效果归因方法论
- 效果数据闭环优化

### 锁定目标用户

- 常规定向
- APP定向
- 人群标签定向
- LBS定向 (POI、POLYGON)
- 场景化营销

### 提高点击率

- 广告形式组合
- 动态创意
- 三种素材优化方式

### 获取优质用户

- 智能出价 - CBP
- 追踪监测
- LTV优化

### 提升活跃/复购

- 再营销 - Retargeting

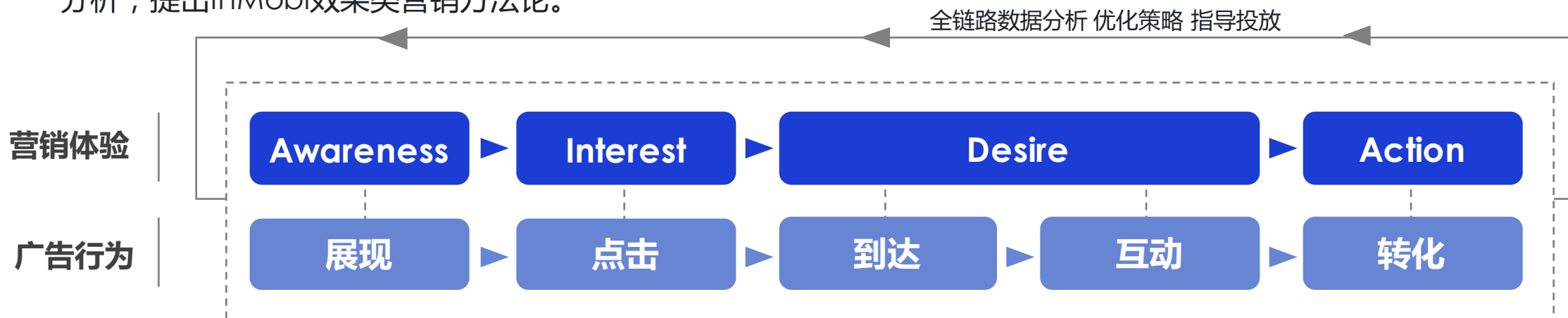
# Agenda

- 01 InMobi公司简介
- 02 公司核心竞争力
- 03 InMobi 移动品牌营销解决方案
- 04 InMobi 移动效果营销解决方案
  - ① App download
  - ② H5导流



# 品牌认知-品牌兴趣-品牌互动，通过不断加强品牌认知提升传播效果

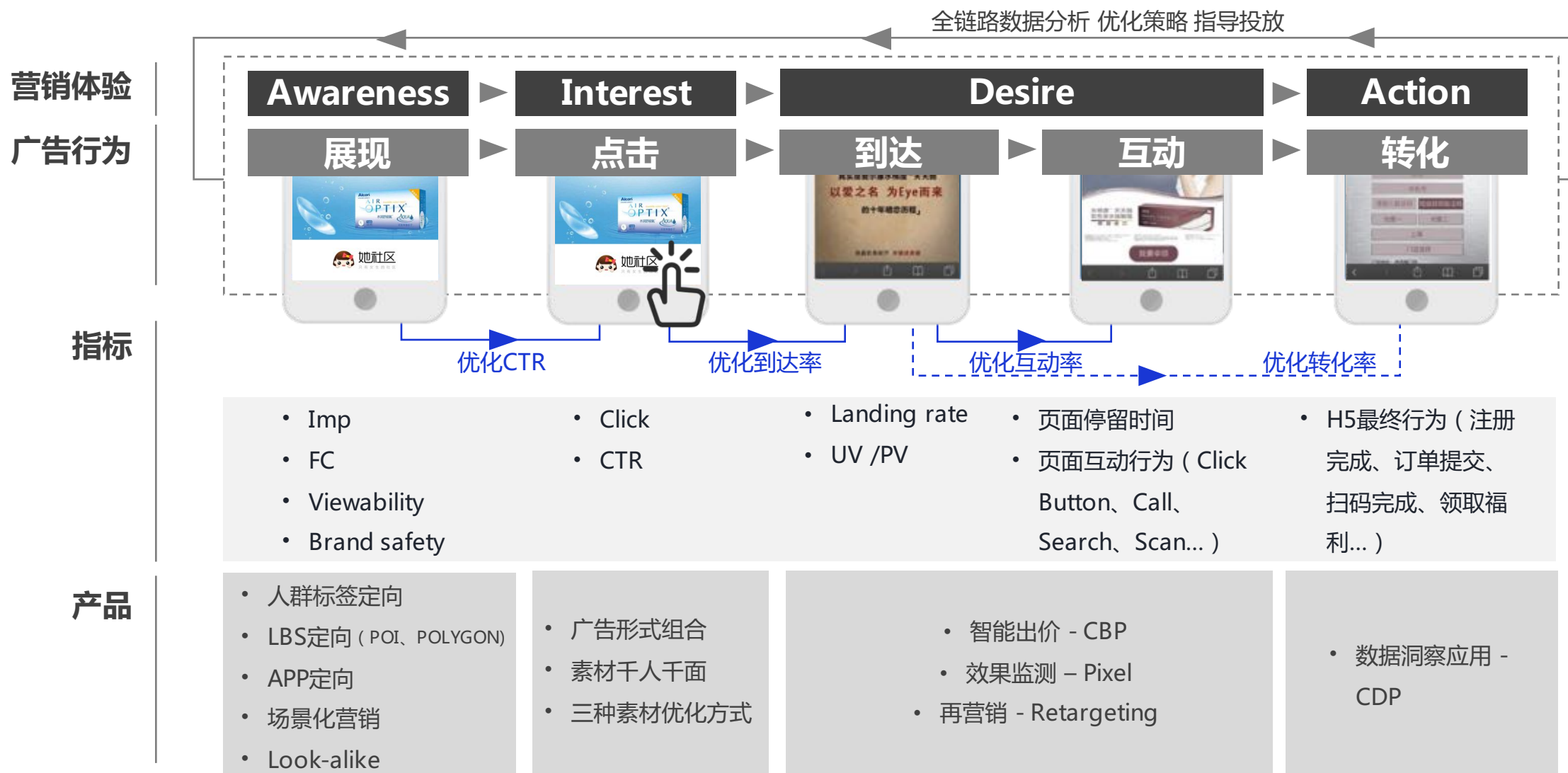
- 消费者与品牌的关系远近程度对应用户在一次品牌体验中的行动路径，通过对消费者体验的每一个步骤的行为数据的分析，提出InMobi效果类营销方法论。



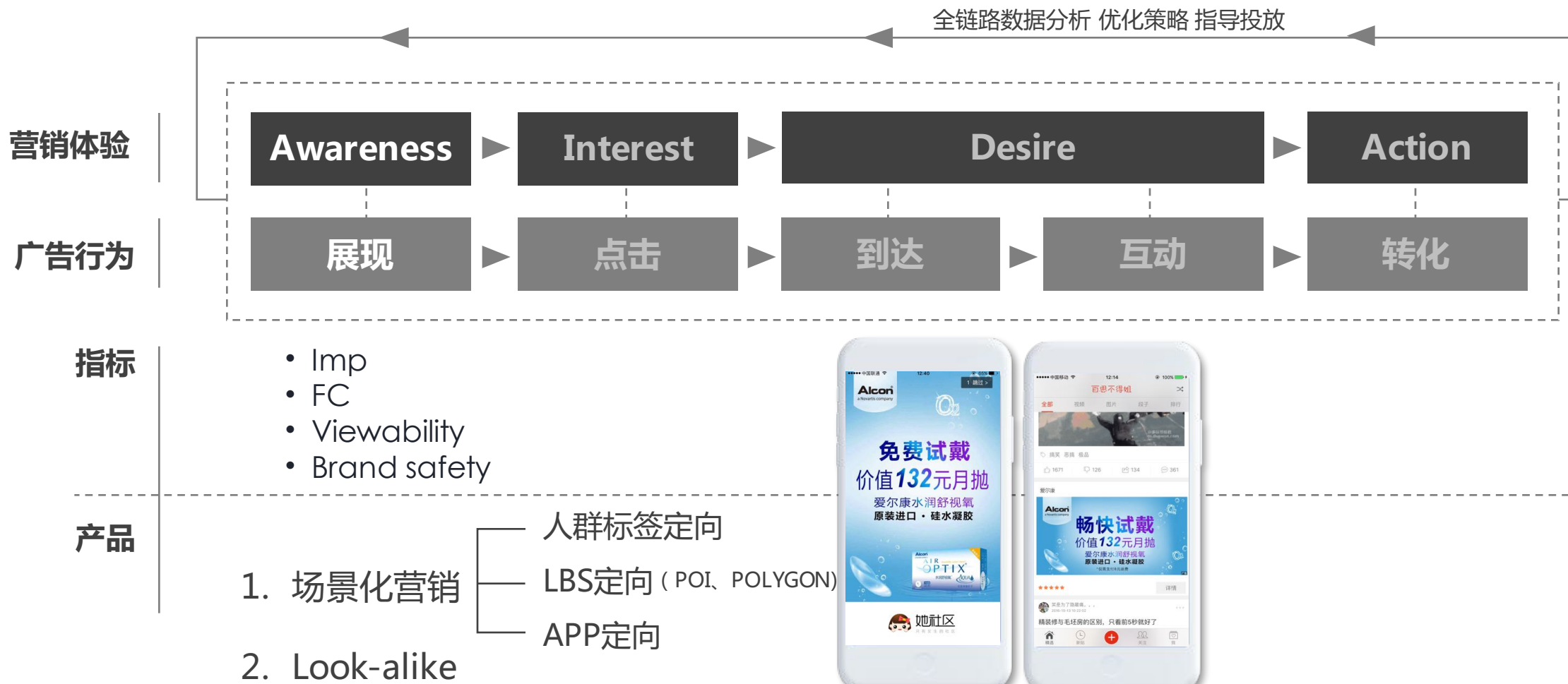
## 营销目的

- |   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过平台多维度定向能力帮助广告主找到目标消费者</li> <li>2. 达成线上线下精准的场景化曝光</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过最优广告形式组合结合多样化创意素材千人千面触达</li> <li>2. 最大化吸引消费者点击广告</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 收集分析消费者互动环节中的每一个行为</li> <li>2. 最大化消费者广告体验，引导消费者与品牌/产品深入互动</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对消费者体验全链路数据分析洞察，精细化运营优化</li> <li>2. 扩大各链路人群基数，最终引导更多消费者产生决策</li> </ol> |
|---|---|--|--|

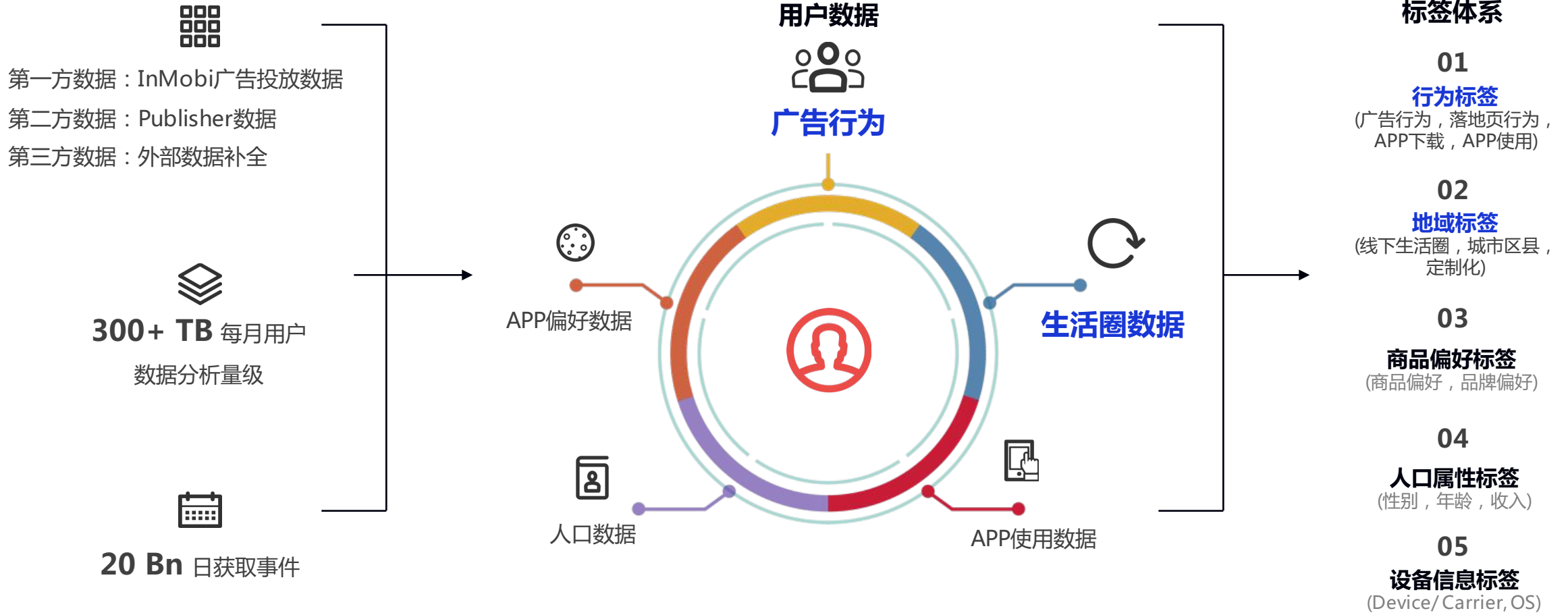
# 效果产品营销矩阵实现营销链路透明化，支持广告主多样化营销需求



# 多维度定向能力帮助广告主找到目标消费者，精准场景化曝光

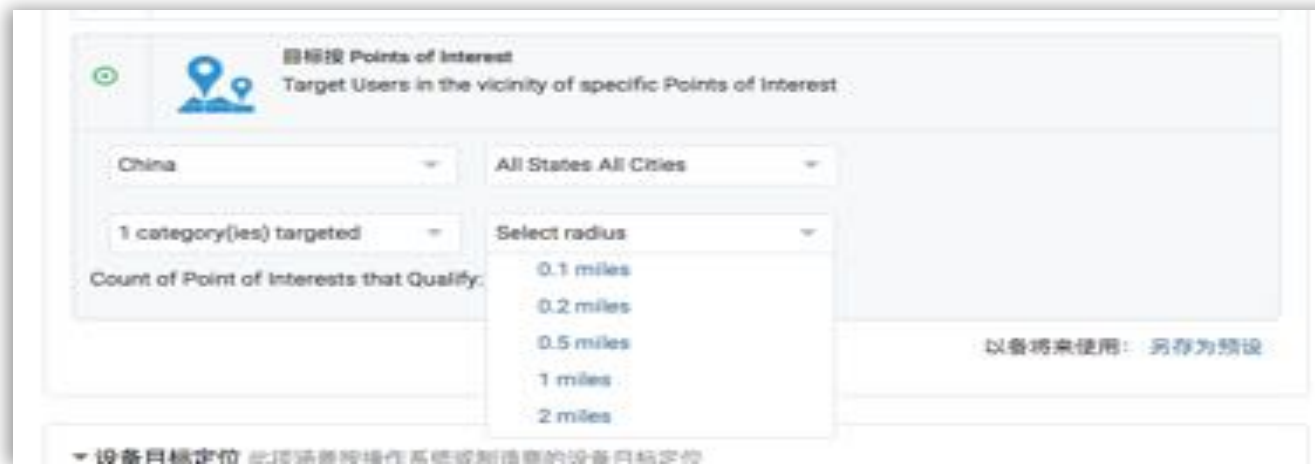


# 人群标签定向：InMobi整合三方数据 形成海量标签数据库



# 地理位置定向：InMobi Location精准触达用户线下生活圈

- InMobi强大的地图数据团队搭建自有Location产品



- 逐步完善的Location产品场景分类包

商旅+学习圈



商圈



生活圈



## 地理位置定向：更精准地域投放，触达更精准人群

### POI (Point of interest)

#### 兴趣位置定向

圈定基于用户兴趣出现的周边位置



升级

### Polygon

#### 智能场景位置定向

精确描边用户基于兴趣出现的多边形位置



多家LBS数据合作伙伴  
和政府机构支持



地理位置区域由圆圈升级  
成更精确的多边形位置



实时记录用户设备出现在  
各楼宇位置和出现次数



# 媒体定向：32,000+ Apps场景化覆盖中国70%移动用户

• 20亿次日曝光请求

• iOS流量占比60% Android流量占比40%

影音娱乐



芒果TV



韩剧TV



喜马拉雅

...

办公工具



WPS



墨迹天气



搜狗输入法

...

男性



虎扑体育



大智慧



车轮查违章

...

女性



大姨妈



好孕妈



美柚

...

二次元



快看漫画



最右



糗事百科

...

运动健康



乐动力



每日瑜伽



蜗牛睡眠

...

新闻阅读



掌阅



网易新闻



zaker

...

体育社区



直播8



懂球帝



PP体育

...

美拍



无他相机



B612



黄油相机

...

出行



OFO



摩拜单车



嘀嗒拼车

...

## 独特Mobile Behavioral Data矩阵及时捕捉用户移动场景变化

- 地域、用户标签和App使用场景相结合，多重精准定向，在丰富多样的营销场景中触达目标消费者
- 以消费者Device ID为基础，支持移动跨媒体，多广告形式的曝光频控

LOCATION  
用户常去地点和位置变化



用户DeviceID

• 多维度定向 场景化营销

智慧推送,定向实时调整

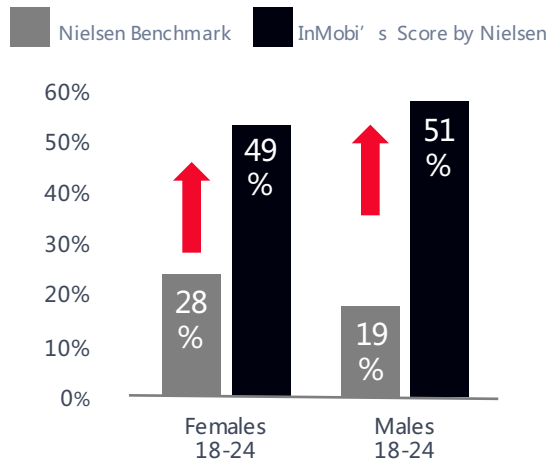
IN-APP 'S USER  
BEHAVIOR  
App使用行为及浏览行为

AUDIENCE TAGS  
用户浏览和广告点击行为

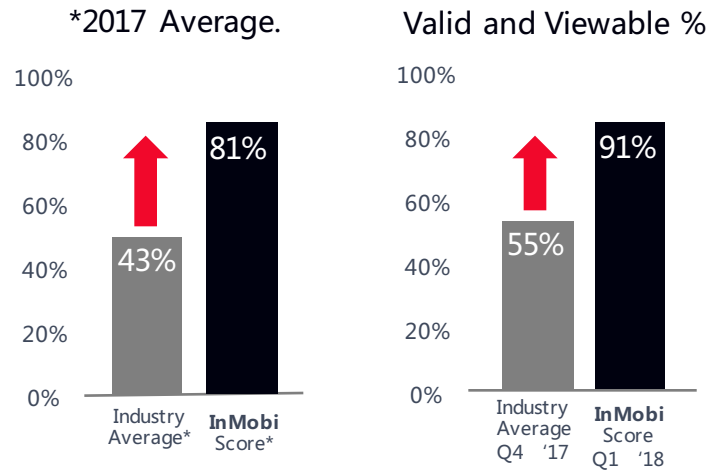
# 有效触达：行业知名监测机构合作，确保广告透明度与质量



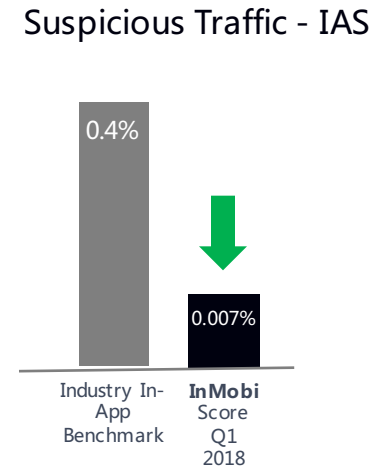
## 受众鉴定



## 可视化鉴定

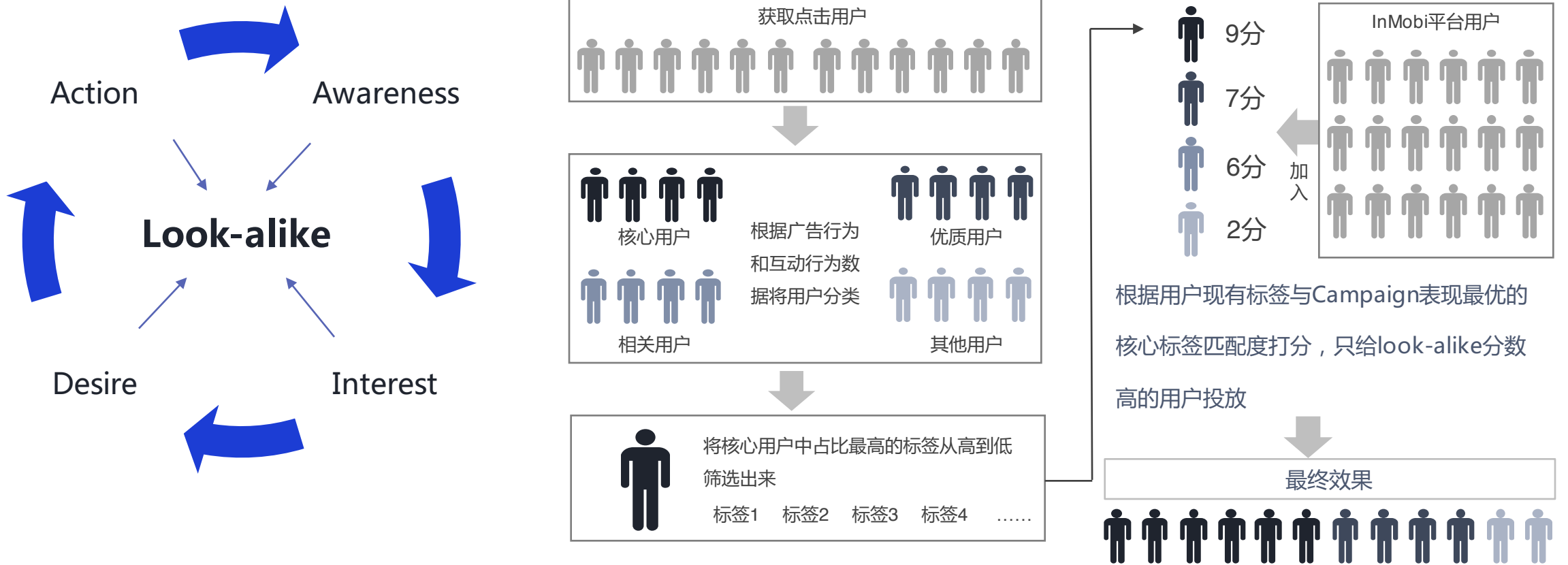


## 流量反作弊&品牌安全



# Lookalike 在每个转化路径上找到相似用户，提升触达范围

- 分析点击用户人群包的标签情况，赋予高频率标签高权重，在下一次广告触达InMobi平台用户时，根据不同权重对用户的Look-alike打分情况，选择性进行触达，保证扩展人群与TA人群的相似度，大范围覆盖高相似度人群。



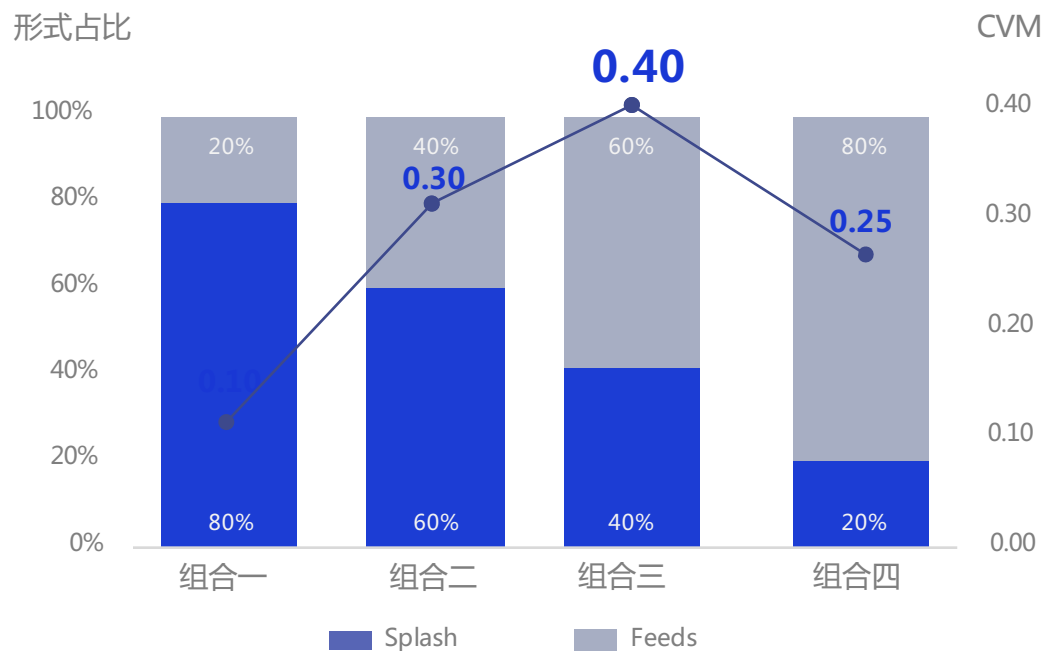
Interest

# 多种形式结合多样创意千人千面触达，最大化吸引消费者点击



# 根据品牌营销需求，推荐不同的广告形式组合，提高广告投放效果

- 在某广告主的一轮广告投放中，InMobi针对不同广告形式配比进行测试发现开屏广告与信息流广告曝光配比在4：6的情况下，点击率和转化率的综合效果最好；
- InMobi可根据品牌需求进行广告配比测试，选择最优投放组合



开屏广告

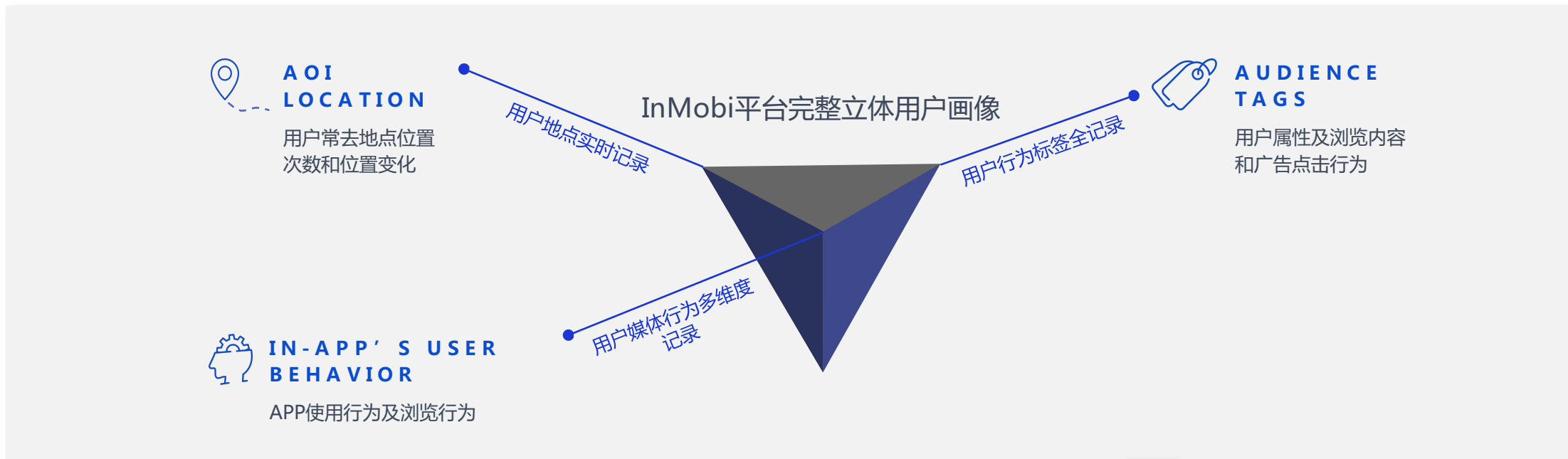


信息流广告

- CVM=CTRxCVRx1000 (CVR=转化/点击)



# InMobi智能场景营销，精准场景品牌触达



示例1:



- 人群标签：20~39岁 家庭女性
- 地理位置：超市
- APP使用：下厨房

示例2:



- 人群标签：35~45岁 商旅人士
- 地理位置：机场
- APP使用：大智慧



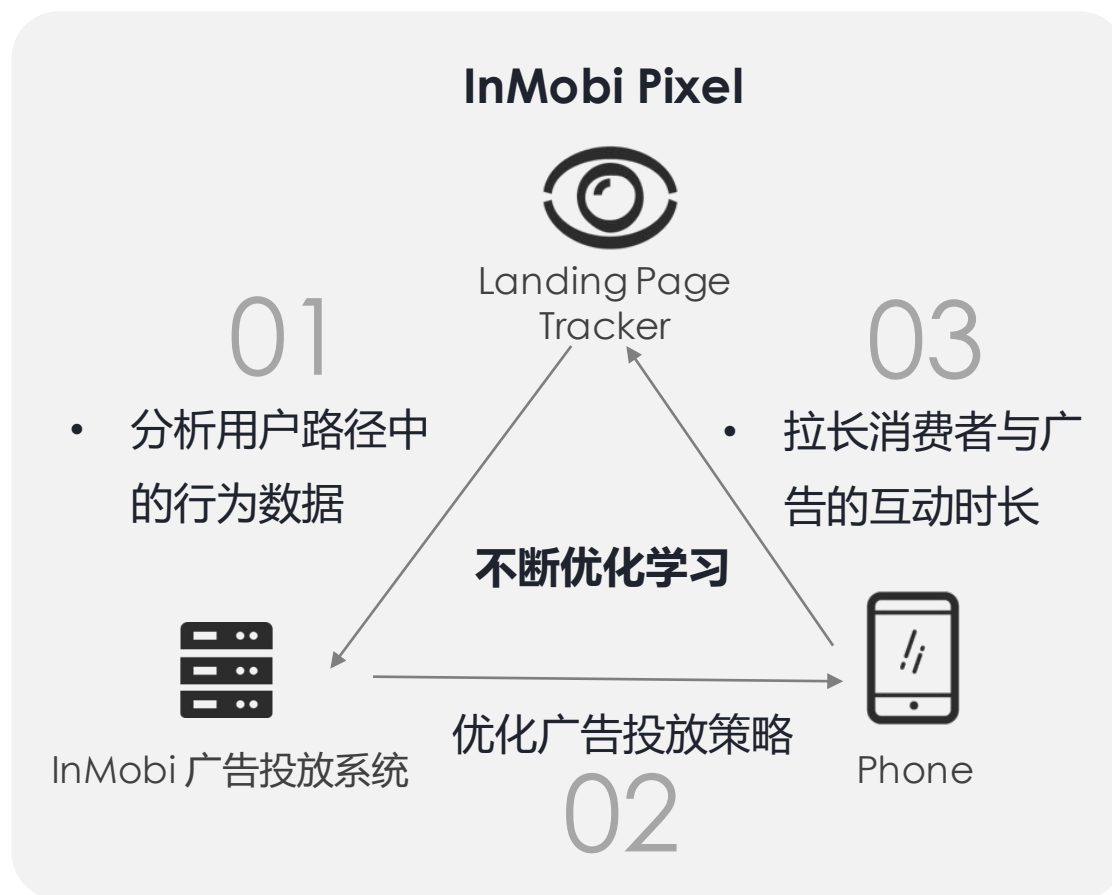
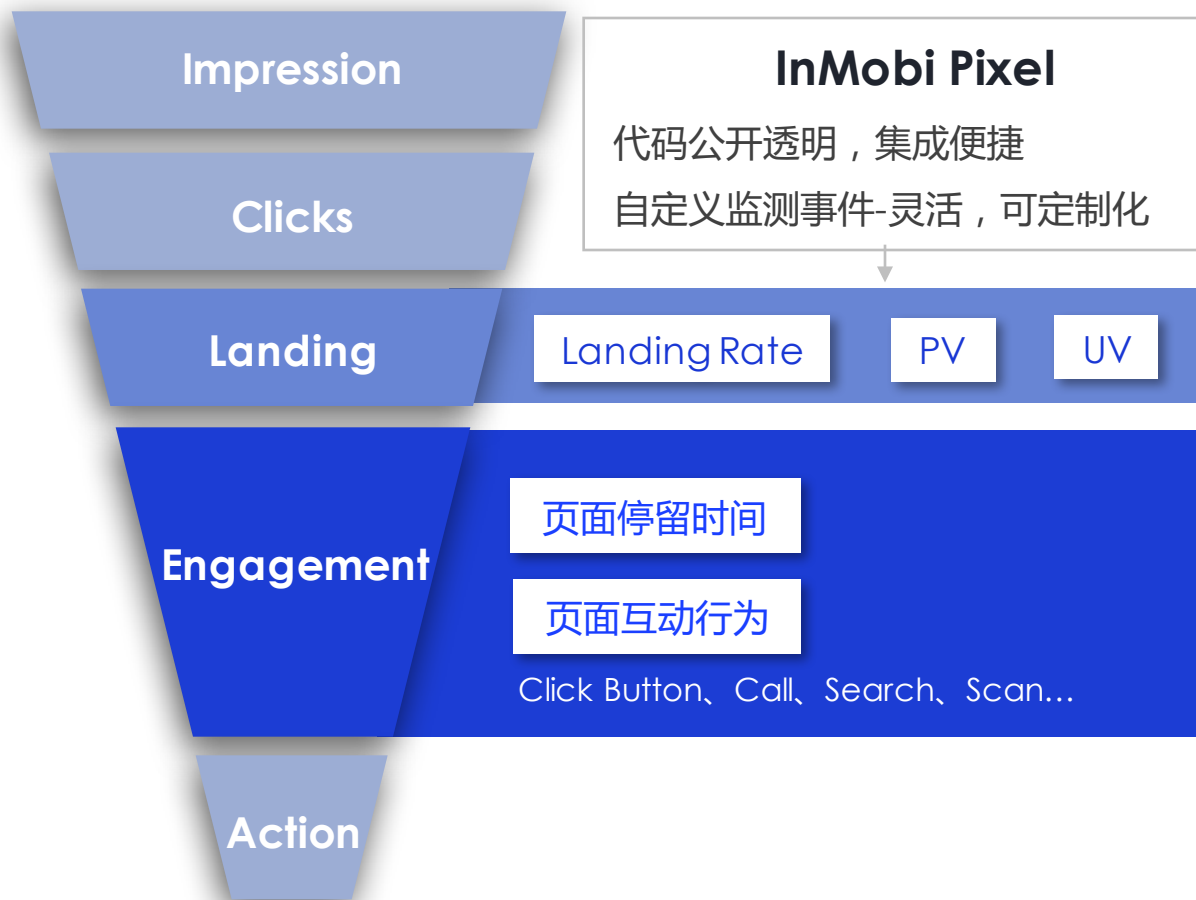
Desire

# 收集分析消费者行为，最大化广告体验，引导消费者深入互动



Desire

# InMobi Pixel监测代码，实时反馈用户行为，数据指导运营优化

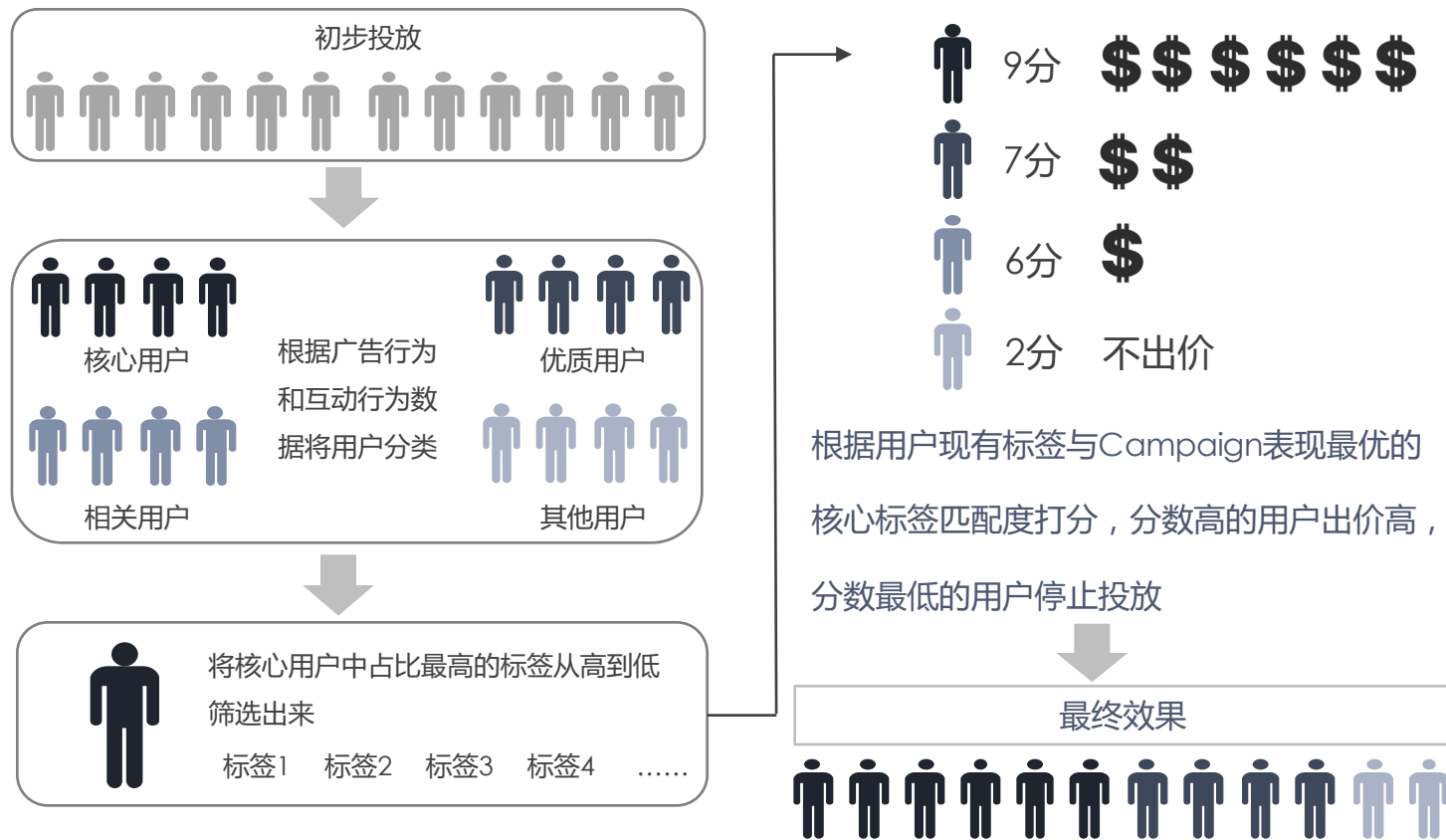


# 智能出价提升效率：CBP机器自动学习，提升整体传播效率

## CBP智能出价

InMobi 8年CBP数据学习经验，产品成熟度高

1. 合理运用预算触达更多TA
2. AI智能计算二十余维度数据实时优化
3. 通过PIXEL将用户每一个路径行为进行归因分析，产出针对性优化策略



Desire

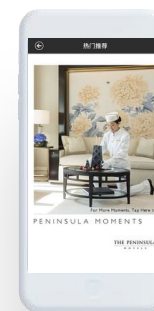
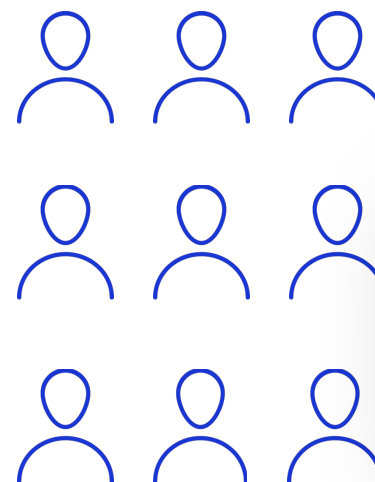
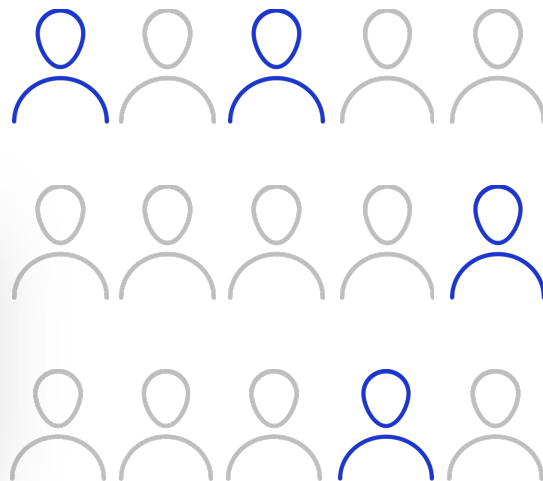
# Retargeting在每个转化路径中追击品牌流失用户



第一步：  
广告投放中筛选出有过广告互动的人  
群

第二步：  
针对有过广告互动的用户进行二  
次触达

匹配创意 1



匹配创意 2



# 对消费者体验全链路数据分析优化，引导更多消费者产生决策



# InMobi CDP 激活品牌自有数据，可持续提升品牌投放效果

- 数据作用：使广告主更好的洞察TA、优化营销策略或人群定投获得更优的投放效果



## 激活数据流程：

1. 广告主与 InMobi 进行数据对接获得广告主目标TA数据
2. 结合 InMobi DMP 中积累的消费者AOI 地理位置/Audience 人群标签/In-App 用户行为等数据帮助广告主建立在InMobi 平台的数据库，丰富TA画像移动端标签
3. InMobi 投放平台 Lookalike 算法智能扩展广告主TA，输出目标TA人群包
4. 从投放平台返还人群数据到DMP
5. 返还数据到广告主自有数据库进行验证

**Thank You!**

Any questions?