

PureGet™ 派捷



- ◆ 所属类型：系统
- ◆ 开发时间：2013.10
- ◆ 参选类别：年度最佳移动广告投放系统

开发背景

PureGet™派捷移动端广告投放管理系统于2013年开发并正式上线，是拥有自主知识产权及国内领先多维度优化定向功能的移动端DSP广告投放平台。

近年来，市场对程序化购买的理解更加深入，移动端程序化购买的普及受到移动端流量快速增长、广告主预算迁移、Hero App的变现需求强烈和数据应用能力提升等多种因素的共同促进，逐渐推动整个程序化购买市场发展的核心力量。

1.

移动端广告投放管理系统是程序化购买领域技术型公司的核心系统，也是广告技术的重要展现窗口。

2.

派悦科技RTB架构及算法，自主研发了PureGet™派捷平台，其移动端广告投放管理系统旨在为广大代理商和广告主提供移动端广告投放、优化管理的一站式、高效化、智能化的程序化购买解决方案。

3.

主要功能

PureGet™派捷移动端广告投放管理系统主要包括广告管理、自媒体管理、数据报表、财务账单、创意审核、自助审核、系统管理及工具八大核心功能。

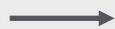
<p>AD 广告管理 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 广告主管理 计划管理 策略管理 创意中心 黑白域名管理 代码中心 	<p>数据报表 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 投放效果 投放域名 投放人群 访客人群 转化查询 效果多维分析 流量多维分析 效果优化大师 自媒体流量 	<p>财务账单 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 广告主账单 代理商账单 在线充值订单 <p>创意审核 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 广告主内部审核 公司平台审核 创意平台审核 <p>自助审核 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 自助代理商审核 自助广告主审核 	<p>系统管理 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 用户管理 角色管理 分配广告主 代理商管理 系统缓存 创意模板管理 <p>工具 -</p> <ul style="list-style-type: none"> 人群画像 人群工具
---	--	--	---

使用原理

对人群进行标签化处理，通过追踪和积累网民的上网行为，形成人群数据库，并有效筛选适合的人群，定向投放广告。

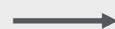


网页浏览
搜索引擎
视频网站
网上购物
.....



数
据
库

基础属性
兴趣关注
消费倾向
访问数据
.....



广告投放

根据指定的投放需求寻找与之相关的人群进行投放，最大限度吸引相关受众，避免流量浪费。

以网民行为数据进行受众筛选，以实时竞价的方式购买广告位曝光，选择最优的时间和价格，匹配度高的人群投放广告。

人群定向

7项受众属性，24类消费倾向，26类兴趣划分，599城市覆盖，每日更新人群数据60亿次动态数据库，2毫秒内实时分析人群属性。



海量媒体

对接国内外15个主流广告交易平台（优酷，搜狐，adview，tanx，mpoint，汽车之家，bidex，有道，广告家，美图，灵集，互众，百度，好耶，小米），整合海量的APP资源，拥有广泛的人群覆盖和广告形式。

■ 超过30万App接入

- 覆盖中国约**6.5亿**移动网民
- 每天广告投放量可达**5亿**次曝光

搜狐视频
tv.sohu.com

youku 优酷

ADVIEW

tanx

汽车之家
autohome.com.cn

BidEx

有道 youdao

广告家
PRO.CN

meitu

X Trader
灵集科技

AdInMedia
互众广告

Baidu 百度

新好耶
New Allies

小米
xiaomi.com

Point
Media

高效投放

看似复杂的购买和匹配流程，一切仅在毫秒之间完成响应，达到人工无法企及的效率。多重定向功能，有效控制投放节奏，节省投放预算。

预算分配

控制预算在不同平台、不同日期的分配，限定竞价上限，避免预算的过度消耗。

地域定向

设定广告投放的地区，进行有针对性的地域推广，避免预算浪费。

时段定向

设定广告投放的时段，将预算用在用户上网行为丰富的时间内，增强展现效率。

黑白名单

强化针对单一类群媒体的投放，或屏蔽某些适配性不好的媒体，提高投放效率。

设备定向

按接入方式、运营商、设备类型、操作系统、机型提供个性化定制定向服务。

频次控制

控制对同一用户的广告展示次数，根据互动率进行用户筛选，避免预算浪费。

访客引回

对点击广告但未进行后续转化的用户进行跟踪投放，引起需求。

动态创意

对同一用户展示多套创意素材，避免审美疲劳，唤起更多需求。

场景营销

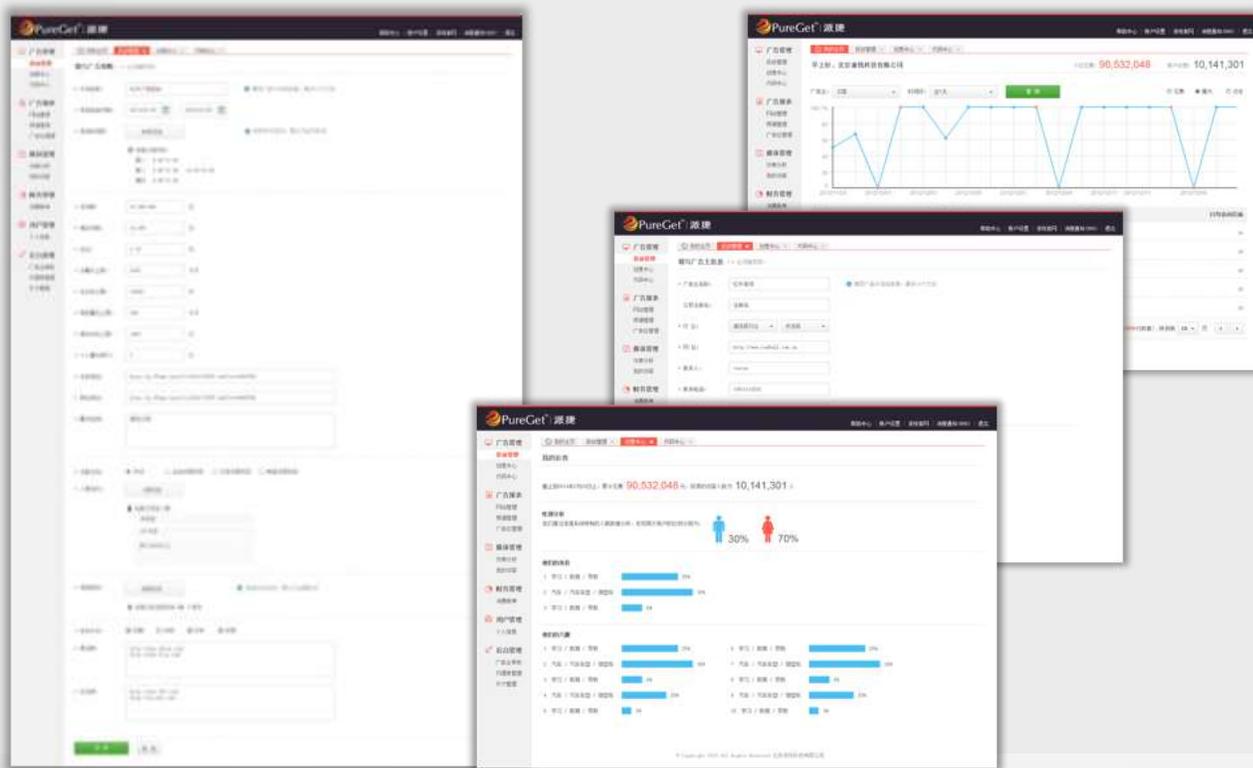
通过LBS定位对特定的地理位置进行广告投放，锁定精准范围内目标人群。

双重防作弊

系统反作弊算法+ RTB Asia，有效过滤机器人访问和虚假流量。

效果追踪

投放数据及效果可以实时追踪，可快速为广告主定制生成投放报告。广告主可以自由选取投放维度，组合生成报告。



报告生成维度

- 任意组合维度查看投放数据（可自定义竞价、曝光、点击、到达、二跳、多跳、转化、消耗等维度）
- 分时段数据（小时）
- 分地域数据（省份、城市）

广告形式

开插屏、banner、原生信息流等

开机大图



Banner



信息流



插屏



使用群体

1. 自助代理商；
2. 自助广告主；
3. 运营人员。



服务广告主（部分）



合作代理公司（部分）



广告模式

1. 移动端视频、横幅、原生等各种广告类型的实时竞价采购。
2. 移动端以广告位代码方式对接的广告投放。

策略类型: 移动DSP 修改策略, 策略类型无法进行修改

推广标的物: 落地页 App下载

移动媒体类型: 不限 APP 移动 Web

策略名称: * 1~64个字符 投放起止日期: 📅

最高出价: * 元 请保持出价不低于0.01元。 ? 出价类型: CPM ?

是否投放到视频媒体: 不限 是 否 是否投放到视频媒体中, 若选择否表示横幅广告, 不选择表示都投

点击地址:
以 http://或https:// 或// 开头的 url, 必填 ?

到达地址:
以 http://或https:// 或// 开头的 url, 必填 ?

曝光监测:
以 http://或https:// 或// 开头的 url, 换行为一个地址 ?

- 基本设置
 - 基本信息
 - 阈值控制
 - 频次控制
- 高级设置
 - 时间定向
 - 地域定向
 - 防作弊设置
 - 人群定向
 - 设备定向
 - 广告位定向
 - 其他设置
 - 平台定向
 - DMP设置

北京电信

北京电信新品【磅礴卡】推广

- 项目背景：北京电信为扩大北京市场推出本地无限流量的新品【磅礴卡】
- 用户洞察：移动时代流量不够用、流量贵成为日常诟病手机用户的主要问题
- 人群选取：喜欢精打细算的人对此产品更为关注，他们主要集中于青年育儿期、求职时期
- 媒体选取：以浏览量最大以及最能成为网民杀时间的新闻媒体为主，突出产品特性吸引关注



用户点击广告
进入官网购买



投放周期28天

曝光完成率

101.34%

页面引流

65,966人

点击完成率

125.25%

到站率

62%

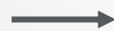
中国体彩

2017年第三阶段互联网广告投放案例

- 传播内容：体彩2017如“7”而至品牌宣传活动
- 定向策略：LBS定向、人群定向
- 传播目标：通过精准曝光，吸引用户，点击广告，到达落地页进一步了解产品详情，促进品牌宣传

目标受众

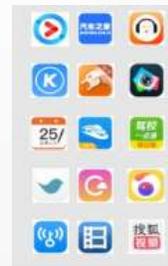
年龄：25-35岁
收入：2000元以上
大专、本科学历等
兴趣关注：
新闻资讯、财经商
务、IT3C、游戏、
生活服务



通过多维定向手段
锁定目标用户投放



优质媒体资源
确保触达效率



到达落地页



投放周期40天

点击1,523,390次

独立访问 686,445次

LBS执行总点击948,380次

LBS独立访问 426,837次

THANKS FOR WATCHING