

一直播超越运营

- ◆ 广告主：一直播
- ◆ 所属行业：直播
- ◆ 执行时间：2017.03.01-05.30
- ◆ 参选类别：效果类

移动APP主流分发百花齐放，流量巨大 背景&目标

分发渠道	系列	APP	渠道流量：月活（万台）
应用商店	第三方	腾讯应用宝	18,771
		百度手机助手	14,502
		百度-安卓市场	1,420
		汇川-PP助手	2,564
		汇川-豌豆荚	1,826
		360手机助手	13,254
	厂商	小米应用商店	10,694
		OPPO应用市场	9,158
		华为应用市场	8,737
		VIVO应用市场	5,541
		魅族应用市场	2,449
		三星应用市场	1,986

分发渠道	系列	APP	渠道流量：月活（万台）
信息流	腾讯社交广告	微信	93,471
		QQ	58,394
		QQ空间	6,923
	今日头条	今日头条	14,883
	百度信息流	手机百度	38,836
		百度贴吧	7,247
		百度手机浏览器	6,643
	360信息流	360手机卫士	34,295
		360手机助手	12,782
		360手机浏览器	10,513
	阿里汇川	UC浏览器	28,144
	微博	粉丝通	41,502



沉淀自然用户 受众下载首选

根据产品本身或者品牌推广吸引用户自然搜索下载，推广能提升在平台的自然权重获得更好展现

手机自带预装 流量稳定增长

厂商应用市场每年的出货量保证其稳定的月活增加

核心优势



按下载计费

效果计费
渠道流量流速稳定

竞价计费方式



详情页



品牌专区



产品展现形式



大流量 呈现形式丰富

亿级流量平台支撑
展现形式从图文结合
到现在的视频，GIF
可以让受众更了解产品

多维度定向

基础人群定向
重点兴趣定向
搜索行为定向

核心优势



按点击或千次 曝光计费

效果计费
流量会随平台活动波动较大

竞价计费方式



H5



一键下载



应用展示



产品展示形式

组图



小图



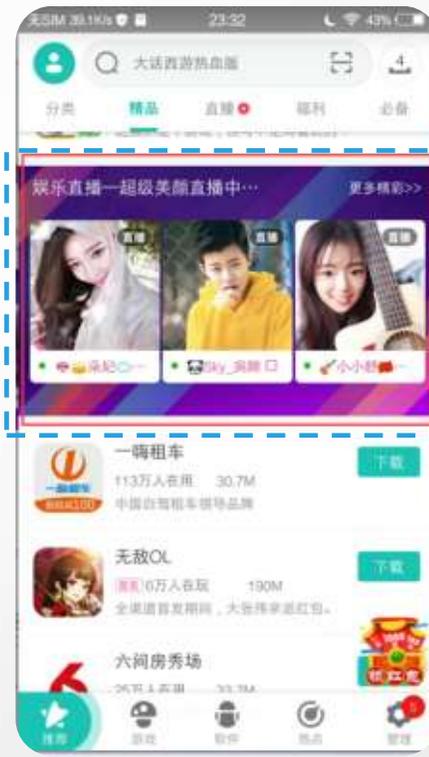
腾讯应用宝

视频



360手机助手

组图外链



内容外显





**大家都在玩手机
我用手机学英语**
订阅《每日英语》，随时随地为英语充电！
[立即订阅](#)
暖石网



上下班路上
6-10时、16-19时



职场英语不会说？
每日英语教你快速学地道英语
[免费订阅](#)
暖石网



工作时间
9-19时



**甩掉字幕看美剧
我用手机学英语**
暖石网



休息时间&周末
19-凌晨2时

1

应用市场

以应用宝，360手机助手为首的第三方平台已经为应用市场开放了定向功能，同时衍生出更加丰富多样展现形式帮助受众更好地了解APP产品

2

信息流

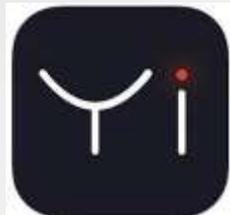
各大信息流平台都在向他们的广告主灌输一条转化路径线，

- 1.利用精准定向找到用户
- 2.用内容制造一个痛点场景
- 3.告知如何帮用户解决问题

3

品效合一

通过更精准的方法将更吸引人的内容传递给潜在受众帮用户解决痛点问题



一直播

客户需求：360移动分发渠道投放代理
推广激活单价6元以内
控制成本的情况下尽快起量

投放背景：2017年，花椒与映客烧钱抢量的步调逐渐放缓，主要考核效果，客户希望一直播能成为黑马在控制成本的前提下迅速布局360渠道突出重围

360平台量级
当时下载量：181万



花椒直播

流量背靠360
入口遍布360全平台
网红带动的流量用户粘性高
明星直播成为标配

360平台量级
当时下载量：9568万



映客直播

映客直播
早期经过留学生及富二代
种子用户爆发式增长
持续占据全名直播首位

360平台量级
当时下载量：821万

花椒直播流量背靠360，对手空前强大 背景&目标

花椒直播在360移动分发平台日耗20万，360流量会集中让花椒直播优先进行展现，平台入口很多。

首页入口繁多



落地页霸屏展现



360移动分发：

8亿用户，日均分发量市场第一达到**1.8亿次**，
 汇聚**20亿网盟流量**，主打安全上网。

3大亿级平台联合：360手机卫士，360手机助手，360手机浏览器

- 将**应用市场**分发与**信息流**分发整合平台进行投放
- 按**点击计费**，信息流点击即下载
- **千人千面**，360手机助手根据360生态人群画像可以定制化首页，点击率提升30%



手机助手
分类搜索

手机助手
首页活动



手机浏览器
信息流

手机卫士
信息流



竞价策略

平台流量起伏结合直播用户活跃时段，重时段定向

出价点位针对首屏有展现来投放，兼顾性价比和曝光

常规CPD点位结合非标资源实现霸屏

软推：分时段竞价，【0-11；15-18时】5-5.8元，高峰时段5.5-7.5元

搜索：分时段竞价，【0-11；15-18时】4-5元，高峰时段5-6元

红包活动：中午11-14时和晚上20-24时各安排一些预算，出价0.7元，辅助软推和搜索进行转化

卫士&优质流量：出价0.7-1元，质量十分优质的端内资源，量级很大，进行人群定向投放。

软推



搜索



活动



卫士



360CRM上线系统实时询问，资源实时沟通



媒体直客销售协助配置整合资源，最新资源首发抢先知道

平台	资源名称	详情	版本	DEMO	点击跳转	展示	刊例价/天
手机助手	banner	第一帧	5.0/7.0同步售卖		可跳转至应用详情页或H5外链	23,9	125,000
手机助手	banner	第四帧				4,2	20,000

媒介层面，对于**媒体关系**我们向来十分看重，与客户关系维持同等地位，这样在服务客户的时候我们往往能够获得媒体更多的一手资源或运营信息，能更好地服务客户

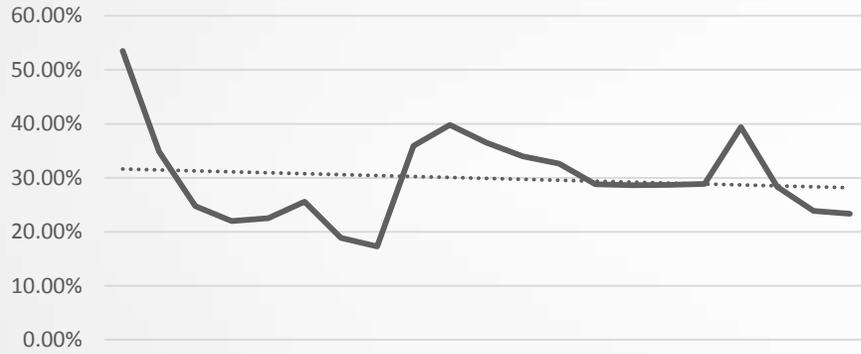
自投放伊始，就将每天24小时分为**8个版块时段版块**，**3小时**为一个单位，进行不同素材的测试，同时监控流量流速以及分时段流量质量

推广计划	投放状态	广告模式	推广目的	预算(元/天)
搜索【22-24】	非投放时段	RTB	应用下载	2000
搜索【19-21】	非投放时段	RTB	应用下载	2000
搜索【16-18】	非投放时段	RTB	应用下载	1500
搜索【13-15】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
搜索【10-12】	有效	RTB	应用下载	1000
搜索【7-9】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
搜索【4-6】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
搜索【1-3】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
安全卫士【22-24】	非投放时段	RTB	应用下载	2000
安全卫士【19-21】	非投放时段	RTB	应用下载	700
安全卫士【16-18】	非投放时段	RTB	应用下载	1500
安全卫士【13-15】	非投放时段	RTB	应用下载	3000
安全卫士【10-12】	有效	RTB	应用下载	2000
安全卫士【7-9】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
安全卫士【4-6】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
安全卫士【1-3】	暂停	RTB	应用下载	1000
红包【22-24】	非投放时段	RTB	应用下载	1000

推广计划	投放状态	广告模式	推广目的	预算(元/天)
红包【10-12】	暂停	RTB	应用下载	500
红包【7-9】	有效	RTB	应用下载	500
红包【4-6】	暂停	RTB	应用下载	500
红包【1-3】	非投放时段	RTB	应用下载	500
软推位【22-24】	非投放时段	RTB	应用下载	3000
软推位【19-21】	非投放时段	RTB	应用下载	4000
软推位【16-18】	非投放时段	RTB	应用下载	3000
软推位【13-15】	非投放时段	RTB	应用下载	2000
软推位【10-12】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
软推位【7-9】	有效	RTB	应用下载	1000
软推位【4-6】	非投放时段	RTB	应用下载	1000
软推位【1-3】	非投放时段	RTB	应用下载	1000

结合不同阶段的量级要求，周期内的下载质量以及媒体阶段流量变化，
分配不同比例预算到各个版块，以达到最高性价比的版块投放占比。

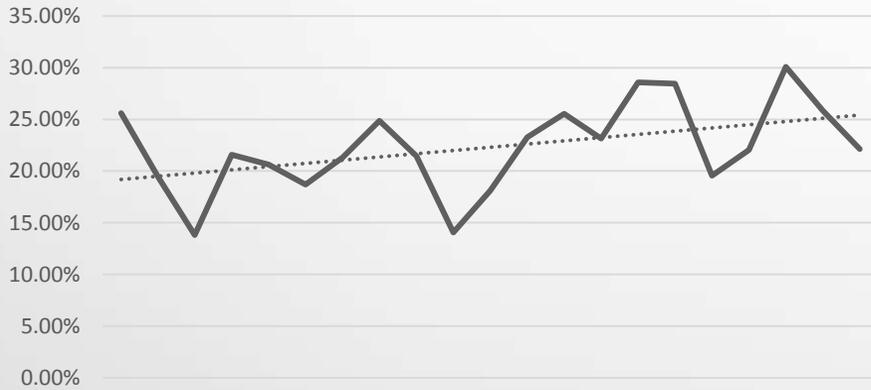
Q2一直播投放**卫士&优质流量**消耗占比走势



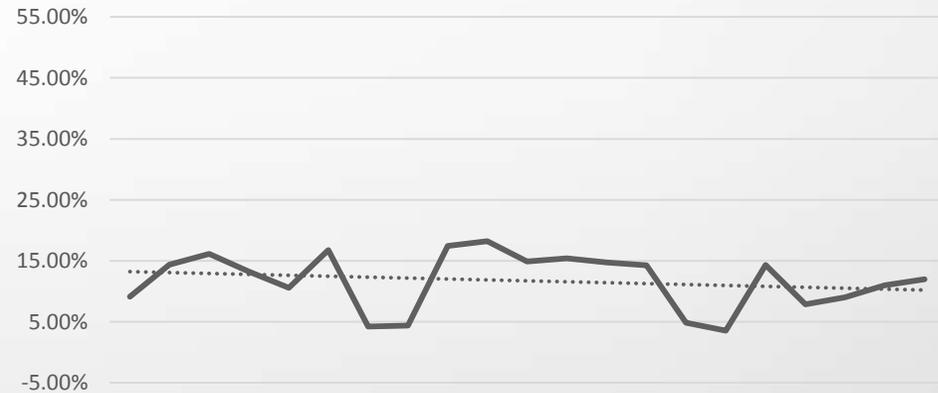
Q2一直播投放**软推**消耗占比走势



Q2一直播投放**搜索**消耗占比走势



Q2一直播投放**活动**消耗占比走势



软推&搜索竞价首位——7.32元



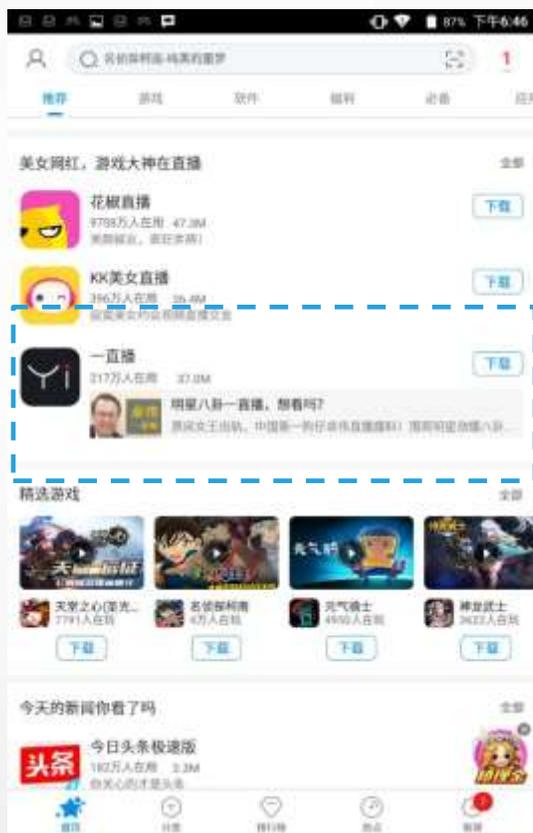
软推&搜索竞价首屏——5.28元



上海车展

白百何事件 卓伟直播

人名的名义 主演直播



根据一直播的需求，对现有素材库的优秀文案素材进行“场景”化，
凸显一直播个性化的爆点以在投放中能够获得更好的转化率！



1 基础数据监播

数据是运营的基础
我们持续着力于从数据中挖掘
平台的特点，产品的特点
平台对于产品的价值
产品在平台的最优投放模式

2 实时策略调整

移动互联网千变万化
如逆水行舟，不进则退
实时发现问题，实时调整策略
实时反馈问题，实时转变思路
我们与客户之间教学相长

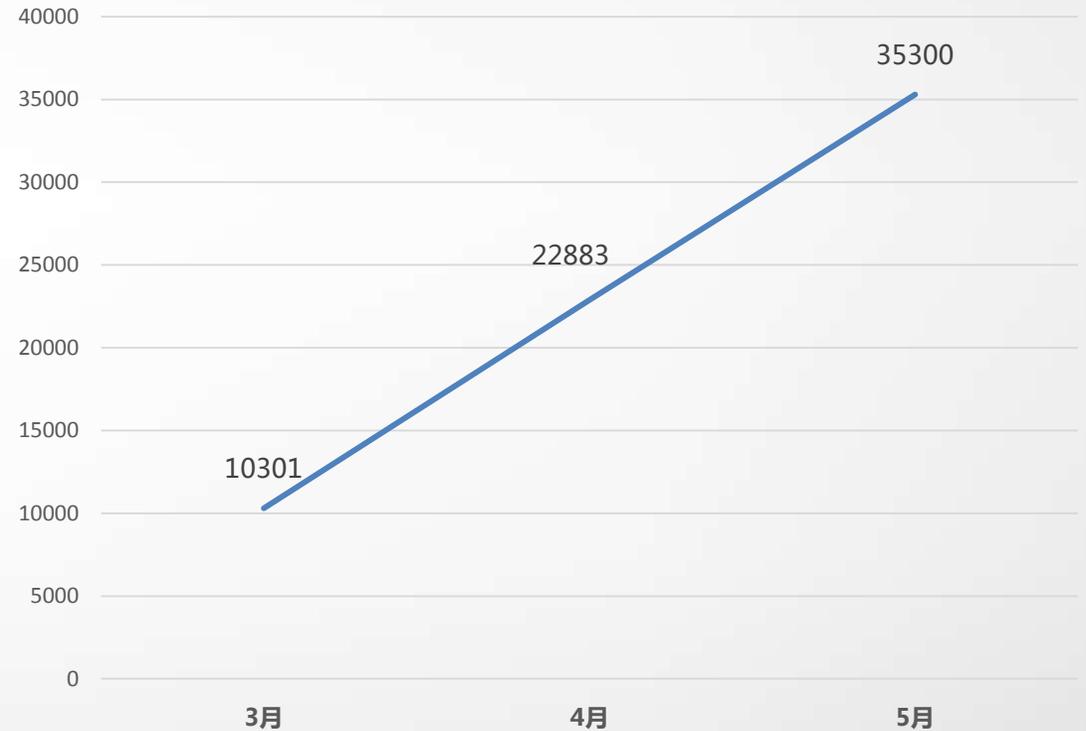
3 持续输出内容

内容营销对于主流渠道投放有着指导性的意义，它是品效合一的基点，同时也是升华渠道转化的催化剂，了解客户并把握所有可以抓住的热点去营销

一直播2017年度3-5月在我司
投放360移动分发累计达**200余万元**

- 月均消耗从3月的**10301元**逐步
提升至5月的**36137元**
- 激活率达从**30%**提升到**50%以上**
- 渠道ROI达到**1:2.42**

2017年3-5月
一直播投放360移动平台月均消耗走势图



内容外显直播预告

平台全量大曝光霸屏

- 日渠道激活量首次破万
- 日点击率突破2%
- 当日激活单价首次跌破4元
- 后续市场表现持续维持破万量级，市场各类排名得到显著提升



当下：

一些智能后台已经能够完成对APP的整个移动分发渠道投放进行智能的调价开关的以及维持排名等动作，数据汇总整理更是计算机的强项

脑洞：

总有一天，也一定会有这么一天，当智能后台能够24小时每分每秒紧盯账户，比我们更加快速更加精准地操作所有的后台，我们的价值又是什么？

APP渠道投放未来的路在何方？

APP渠道运营的壁垒价值是什么？

数据分析

数据分析，了解行业玩法，
进行数据玩法的策略整合营销，举一反三

把控

制定周期计划，加强客情沟通
平衡客户KPI和公司KPI的关系



内容

以产出内容为营销的核心壁垒
实时把控热点，创造热点，升华热点