

程序化购买系列-C1简介

@上海李立峰 2015.09.15

Have you ever clicked
your mouse right HERE?  **YOU
WILL**

44%

目录

- 广告概念
- 中国广告市场简介
- 广告相关协会
- 程序化购买概念
- 程序化购买分类

广告概念

- Advertising is a form of marketing communication used to persuade an audience to take or continue some action, usually with respect to a commercial offering, or political or ideological support.

--Wikipedia

- 广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。

--百度百科

- 广告是由已确定的出资人通过各种媒介进行的有关产品（商品、服务和观点）的，通常是有偿性的、有组织的、综合的、劝服性的非人员的信息传播活动。

--来自刘鹏博士引用的定义

中国广告市场简介



广告相关协会



- Interactive Advertising Bureau 互联网广告署
- 在线广告的行业协会，极大的推动了数字营销领域的标准化和发展
- 职能：主要是研究并制定在线广告从创意形式到效果监测等的各种标准，发布了OpenRTB标准协议，目前是2.3.1版本
- 主要会员：google, yahoo, microsoft, facebook等

广告相关协会



- American Association of Advertising Agencies（美国广告代理商协会4A）
- 主要协议：为避免恶性竞争，提出所有会员收取广告代理费用不低于17.65%
- 职能：主要为广告主提供客户服务和创意服务
- 主要会员：Ogilvy & Mather（奥美），JWT（智威汤逊），McCann（麦肯），Leo Burnett（李奥贝纳），BBDO（天联），Pulicis（阳狮），Dentsu（电通），OmniCom（宏盟）等

广告相关协会



- The Interactive Internet Advertising Committee of China（中国广告协会互动广告分会IIACC，iac-i.org）
- 作为国家级协会单位，2015年发布了《中华人民共和国广告行业标准YG/B 3.15-2015》
- 职能：制定中国广告标准，IP地理库标准等
- 主要会员：华扬联众，MediaV，秒针，传漾，admaster，悠易互通等

广告相关协会



- Mobile Marketing Association（无线营销联盟MMA）
- 2011.4中国联盟成立，发布了移动广告检测标准V1.0
- 职能：号称制定中国移动广告标准
- 主要会员：admaster，madhouse，力美，多盟等

程序化购买基础

- 程序化购买
 - 从针对媒体广告位到针对广告受众
 - 购买，排布，优化广告展现
 - 自动化的系统和商业规则
- 自动化技术关键词
 - Trading Desk
 - RTB
 - DSP
 - SSP
 - Ad Exchange
 - PMP
 - DMP

The OpenRTB Ecosystem

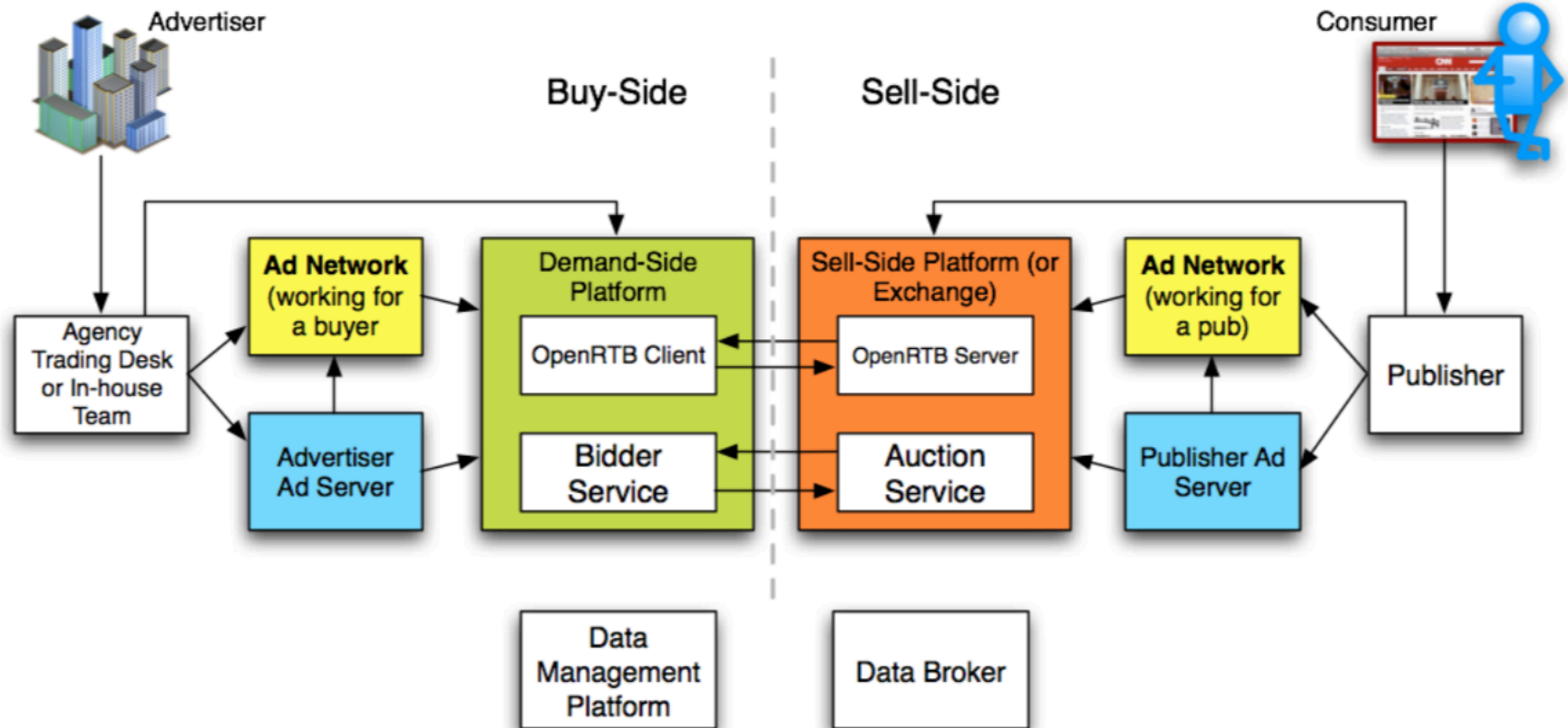


Figure 2: High-level communications between parties in the Open RTB Ecosystem.

程序化购买的类别

	Type of Inventory (Reserved ¹ , Unreserved)	Pricing (Fixed ² , Auction)	Participation (One Seller-One Buyer, One Seller-Few Buyers, One Seller-All Buyers)	Other Terms Used in Market	Other Considerations
Automated Guaranteed	Reserved	Fixed	One-One	Programmatic guaranteed Programmatic premium Programmatic direct Programmatic reserved	<ul style="list-style-type: none"> • Prioritization in the ad server • Deal ID • Data usage • Transparency to buyer • Price floors
Unreserved Fixed Rate	Unreserved	Fixed	One-One	Preferred deals Private access First right of refusal	
Invitation-Only Auction	Unreserved	Auction	One-Few	Private marketplace Private auction Closed auction Private access	
Open Auction	Unreserved	Auction	One-All	Real-time bidding (RTB) Open exchange Open marketplace	

Source: Interactive Advertising Bureau 2013

程序化购买的类别

	广告位预留	出价策略	参与方式	别名	设定
自动化预留	预留	定价	一对一	Programmatic Guaranteed Programmatic Premium Programmatic Direct Programmatic Reserved	<ul style="list-style-type: none">• 优先级• 订单ID• 数据使用• 对购买者透明• 底价
未预留定价	不预留	定价	一对一	Preferred Deals Private Access First Right of Refusal	
邀约竞价	不预留	竞价	一对少量	Private Marketplace(PMP) Private Auction Closed Auction Private Access	
公开竞价	不预留	竞价	一对全部	Real-Time Bidding(RTB) Open Exchange Open Marketplace	

谢谢