

广点通



广点通

广点通



看得见的广告

广点通

广点通联盟广告无效曝光标准介绍

—Chunhuiwang(王春辉)



广点通



一封来信



Tencent
YINKE Building, NO.38 Haidian
Street, Beijing, P.R.China





一封来信



尊敬的用户你好：

感谢您使用广点通。广点通是基于腾讯广告平台，

由广点

曝光—概念

曝光：

指被摄影物体发出或反射的光线，通过照相机镜头投射到感光片上，使之发生化学变化，产生显影的过程。



广告曝光量：

统计在一段时间内您获得的展现次数称之为曝光量。会运用到展示率，CTR，CPM等效果统计的计算中。



广告的生命周期

广点通

01

请求—流量方发送广告请求

02

返回—广告平台返回广告

03

曝光—广告展现后上报曝光

04

点击—用户点后触发上报

05

转化—下载，下单等行为效果数据



Viewability

对广告曝光大家怎么看？



广告主

我的投放真的被用户看到了么？

怎样保障我的效果，什么的曝光算有效的？



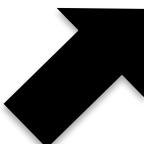
平台

广点通 我们要有曝光标准，让广告主放心，
广点通

开发者安心。业内都是怎么做的呢？



开发者



怎么我统计到数据跟你们不一样，是不是扣量了？

为什么我的CTR那么低，怎么才算有有效曝光？

广告曝光—行业内调研



- **comScore分析发现**

约有近一半的广告没有被用户看到；

- **Google : AdWords “可见展示” 进行出价**

根据comScore分析报告，大约31%的展示广告从未被用户看到。

- **MRC/IAB 认证机构国际组织**

发布可见曝光量交易标准参考



为什么看不到？



没有机会展示；

一次请求过多，位置靠后



网络机器人，蜘蛛，爬虫；

虚假流量作弊



无效曝光标准

广告被挡住了？

用户是否真的看到广告了？

广告出现了多久？

什么样的算曝光？

广告位尺寸怎么样？





广点通现行标准



1

基本条件(系统/APP等)

展示效果(位置/大小/时长)

2

广告遮挡

3

点击引导

4



1

基本条件(系统/APP等)

设备屏幕处于点亮状态

- **应用在前台运行**
- **组件Visibility属性**

以Android为例，要求广告View及所有父容器View的Visibility属性为Visible



展示效果(位置/大小/时长)

2

• 展示时长

广告View需要在用户可见场景下持续曝光一定时间，如时间过短，将被视为无效曝光。

• 展示位置

由于移动设备的屏幕尺寸有限，分栏、滚动列表等排版，很易出现广告所属的区域在屏幕可见范围之外，属常见问题。

• 广告尺寸

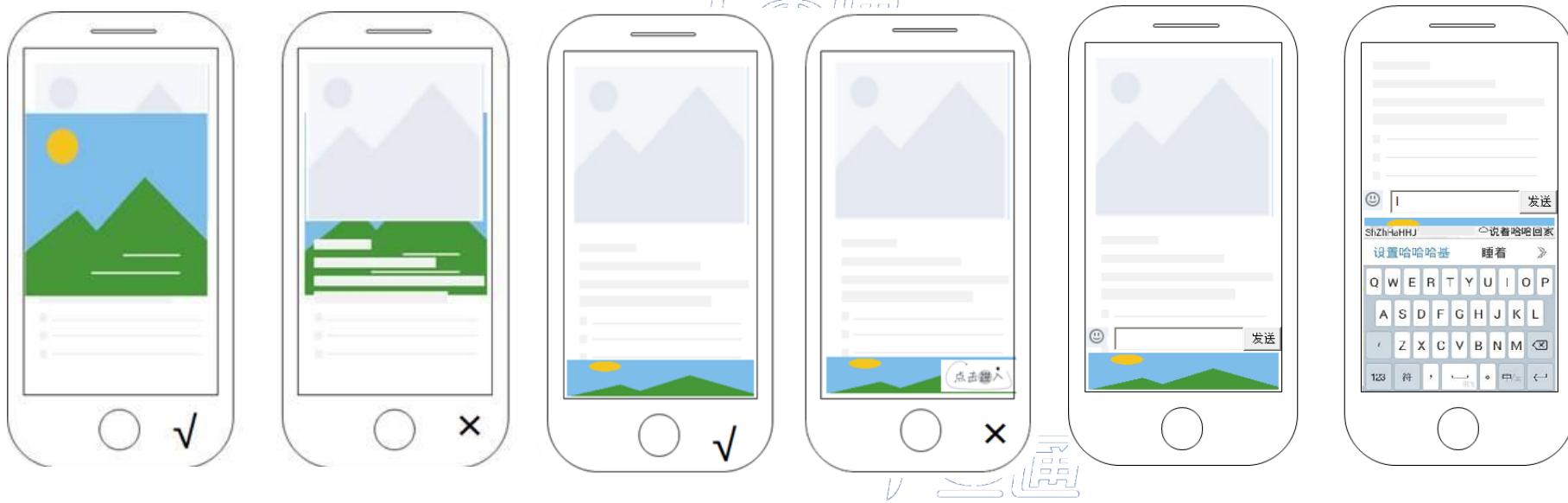
广告view在屏幕中所占的面积大小判断，需要能够将广告展示出来，可见且能够点击，如面积过小，将被视为无效曝光。



• 广告遮挡

明显遮挡是指以遮挡广告为目的在广告View上覆盖其他内容，影响广告展示的完整性。

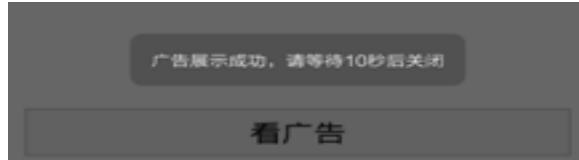
• 浮层/指引



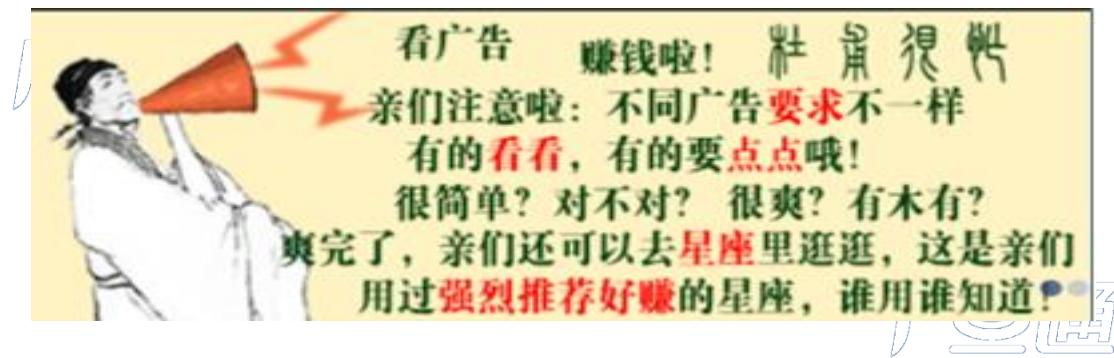
点击引导

4

- 流量方用户本人或者煽动他人进行反复手动点击，包括在页面上出现诱导、引导用户对任意广告条进行点击字样和词语（业务运营）



每隔一分钟点击一次按钮，待广告完全加载出来5秒之后
点击X关闭广告，数据将自动发送到服务器验证，如果合
法，则奖励用户5金币！



广点通
总结回顾

Contents



广告曝光的概念

大家对广告曝光怎么看

广点通是怎么做的



THANKYOU



<http://e.qq.com>

