

行動廣告簡介

蔡宗憲 (Andrew Tsai)

廣告是什麼

廣告的組成

傳遞訊息 / 特定目的



廣告主



公開的頻道



受眾





我服用您寄來的鐵牛運功散



柯文哲





搜尋



首頁

尋找朋友



動態消息

Messenger

捷徑

Taiwan Spark Us... 3

Taiwan Hadoop U...

Python Taiwan 17

Backend 台灣 (Ba... 9

查看更多.....

探索

粉絲專頁

活動

社團

朋友名單

查看更多.....

建立

廣告 · 粉絲專頁 · 社團 · 活動



H5生存探險遊戲《地宮探險》 限定百元鑽石福利來就送！

贊助 ·

- 今日全次元開測，來玩就送超人氣時裝卡！
- 創新戰術回合，全服實時互動；
- 50+角色親密養成，百變時裝隨心配！



■ SSR超幻想冒險造物遊戲 限定百元福利來就送！

遊戲

馬上玩

3



贊助

刊登廣告



PREMIUM BANDAI Taiwan

p-bandai.tw

日本萬代台灣直營，多款機動戰士鋼彈、聖鬥士星矢、航海王、美少女戰士、七龍珠等琳瑯滿目限定品，等粉絲們來完整收藏！

中文(台灣) · English (US) · Español · Português (Brasil) · Français (France)



隱私政策 · 使用條款 · 廣告 · Ad Choices · Cookie · 更多 · Facebook © 2017



沒有廣告的世界

受眾的角度

- 優點

- 看電視不用進廣告
- 玩遊戲、用 App 不用看廣告
- 公車、捷運變乾淨了
- 音樂 ??

- 缺點

- 使用者付費
- 完全不知道某樣優質商品的存在

廣告主的角度

- 一般商人
 - 我有好的商品卻沒有辦法銷售出去
 - 因為沒有足夠客源, 無法專注在開發新產品或是照顧產品的品質
- 政府
 - 無法進行政令宣導

理想的廣告世界

- 受眾
 - 廣告只具備“剛好”的訊息
 - 只收到感興趣的廣告
- 廣告主
 - 只針對有興趣的受眾進行廣告投遞

廣告能吃嗎

威朋大數據股份有限公司

Vpon 威朋



沛星互動科技股份有限公司



[Appier再獲10億資金挹注 聚焦企業應用 拓展亞洲AI研發版圖](#)

August 30, 2017

專精於人工智慧與跨螢技術的新創公司沛星互動科技(以下簡稱Appier)，今(30)日宣佈獲多家國際企業共同挹注3,300萬美元C輪資金(約10億新台幣)，主要投資人包括日本軟體銀行集團(SoftBank Group)、LINE、NAVER、新加坡經濟發展局投資私人有限公司(EDBI)與香港尚乘集團(AMTD Group)。Appier在種子與A、B、C輪募資後，已共獲得超過8,200萬美元(約24.8億新台幣)資金挹注。

[Appier 攜手全台大專院校 500 萬獎勵金培育台灣新興 AI 人才](#)

March 15, 2017

為因應亞洲跨螢市場需求及延攬更多全球頂尖人才，專精於人工智慧 (Artificial Intelligence, AI) 與跨螢技術的新創公司沛星互動科技 (以下簡稱Appier) 於今 (15) 日新春喬遷記者會中宣佈將攜手全台大專院校，透過「Appier人工智慧與資訊科技頂尖研究獎勵計畫」提供新台幣 500 萬獎學金助台灣學子躍上國際 AI 舞台；同時，Appier 也將啟動新一波人才招聘計畫，號召逾百位新血，匯聚頂尖 AI 人才與技術能量，讓全世界看見台灣的軟體實力。

通用移動電訊股份有限公司



行動藍海商機旺，GMobi搶下新興市場

2015-03-06

在全球手機出貨量與年激增之際，幾個主要市場如中國、美國已陷入紅海之爭，相較之下新興市場的成長卻才正要起飛，手機應用內容服務商機也更加旺盛。而台灣新創公司通用移動

(GMobi) 早在2011年，就以手機軟體服務切入印度、中東、東南亞、俄羅斯等新興市場，協助當地廠商手機、行動裝置、IOT裝置軟體更新，並提供金流系統建置、廣告推播行銷等服務，目前累積全球終端用戶已有一億人。

歡迎認識通用移動-將全球應用程式導入數百萬支新興市場智慧型手機的公司

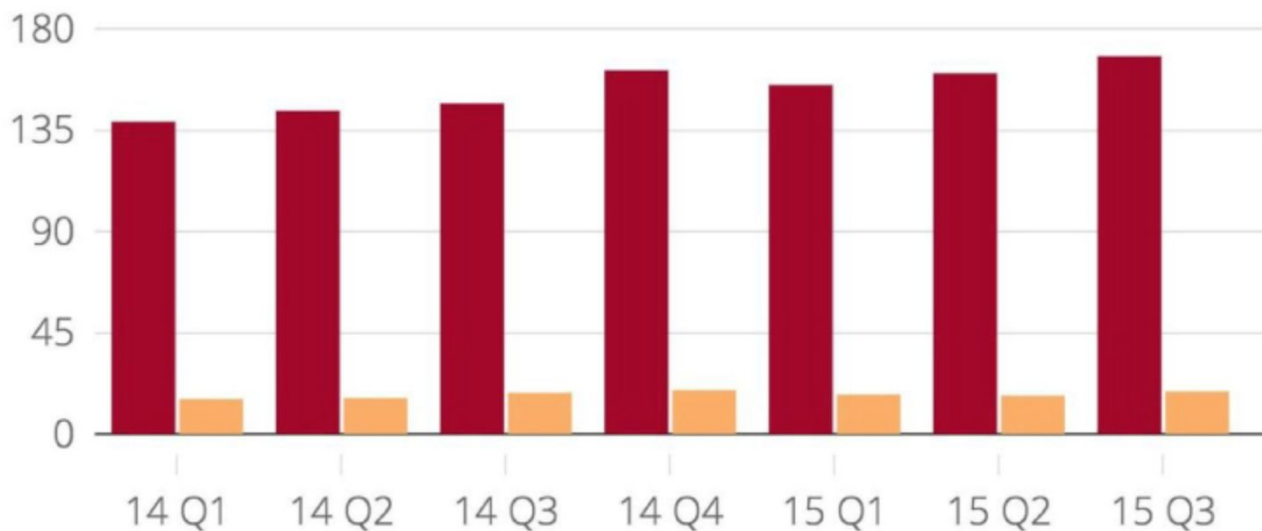
2015-02-02

通用移動CEO, Paul Wu很榮幸接受TechinAsia的訪問，成為部分能夠走出台灣，在世界各地創造營收的台灣公司, 如同報導所說“台灣社會普遍認為大部份的台灣新創公司，無法在行動通訊時代走出台灣，創造世界級的成功; 或許通用移動沒有響亮的名聲，但它的影響力遍佈全球且不容小覷。”

Google 營收分布

近兩年Google廣告收入來源分布 (億/美元)

■ 廣告收入 ■ 其他收入



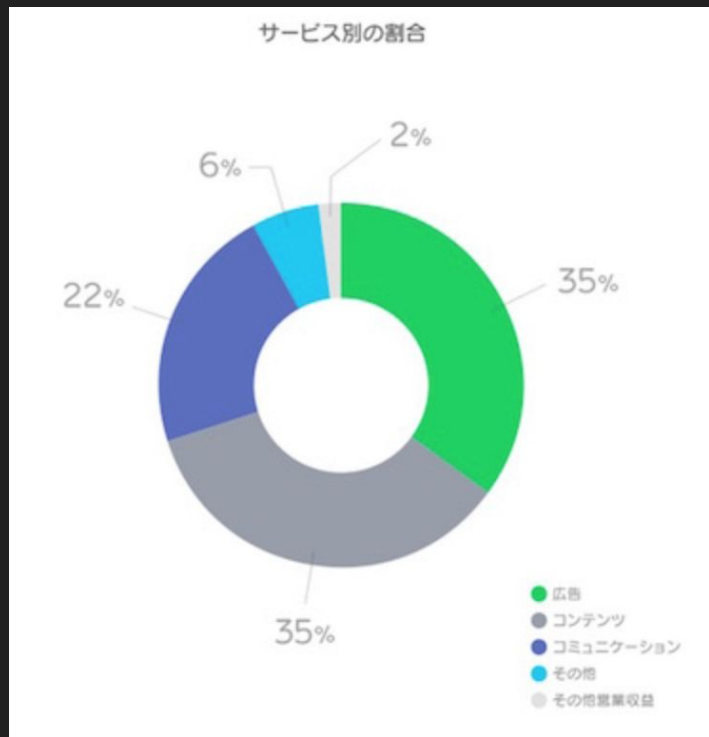
Facebook 營收分布



行動廣告營收 67 億美元

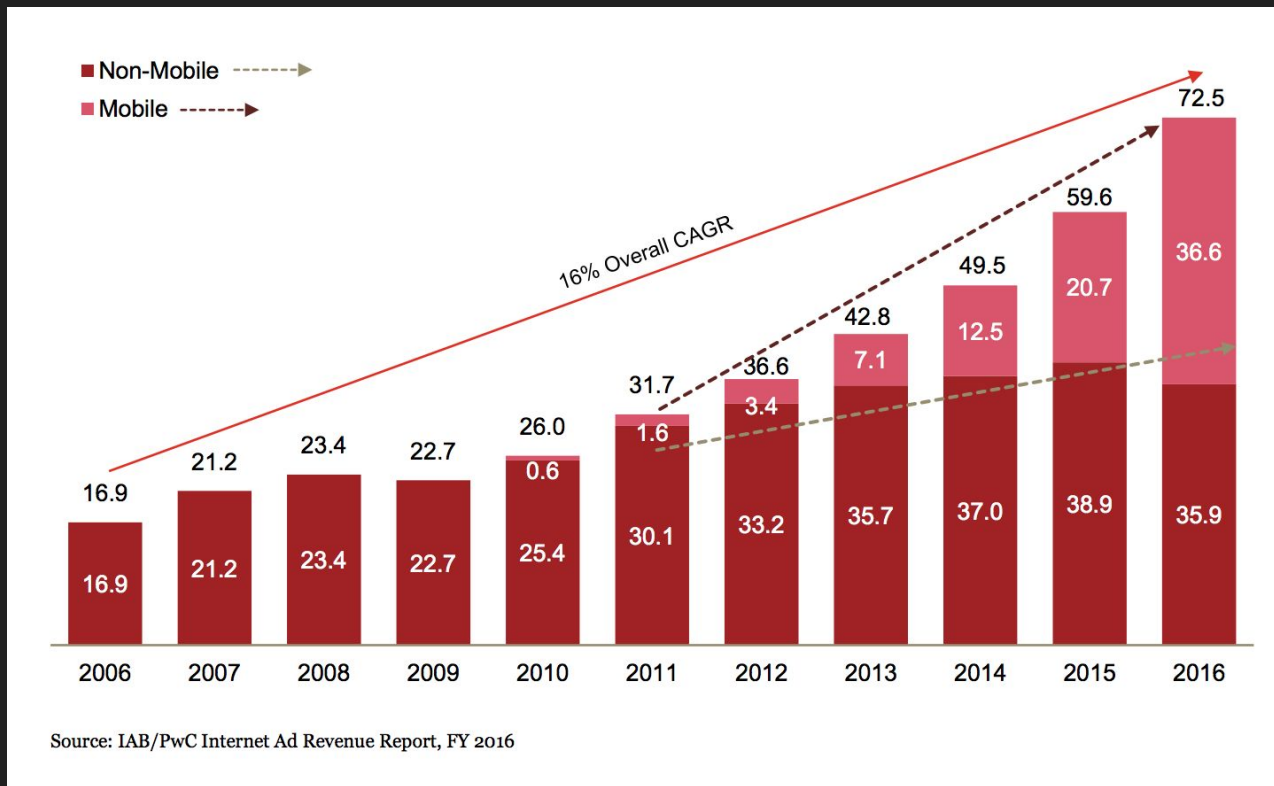
占整體廣告收入高達 85%

Line 營收分布



- 35% 來自於廣告收入
- 35% 來自於內容銷售, 包括 LINE GAME、LINE TV、LINE Music、LINE Manga
- 22% 來自於通訊收入, 即是常見的貼圖、主題
- 6% 來自於其他方式如 LINE FRIENDS 周邊、LINE Pay

美國網路廣告營收



行動廣告有什麼特別？

傳遞訊息 / 特定目的

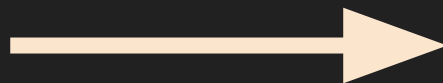


廣告主



網頁

App



公開的頻道



受眾

行動廣告的特點

- 隨身 (黏著度)
- 使用者導向
 - GPS
 - 性別、年齡、...
 - IMEI, GAID, IDFA, ...
 - Phone number
- 手機軟硬體的限制
 - 作業系統
 - 螢幕尺寸

行動廣告目的

名單收集

4.0%

促銷活動

8.0%

品牌形象

13.0%

引導到店

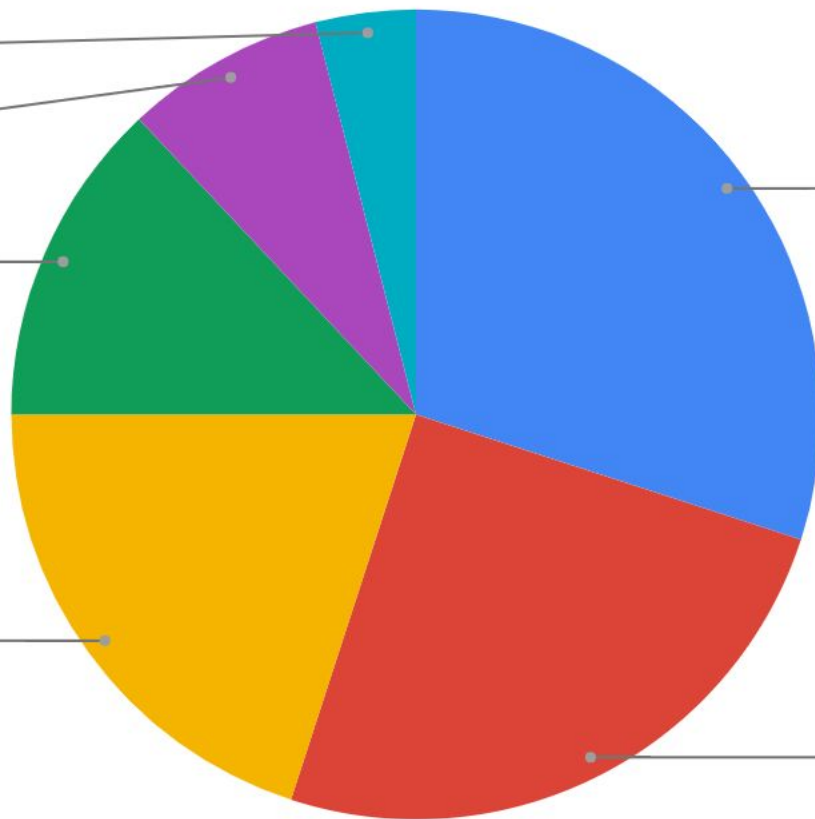
20.0%

APP下載

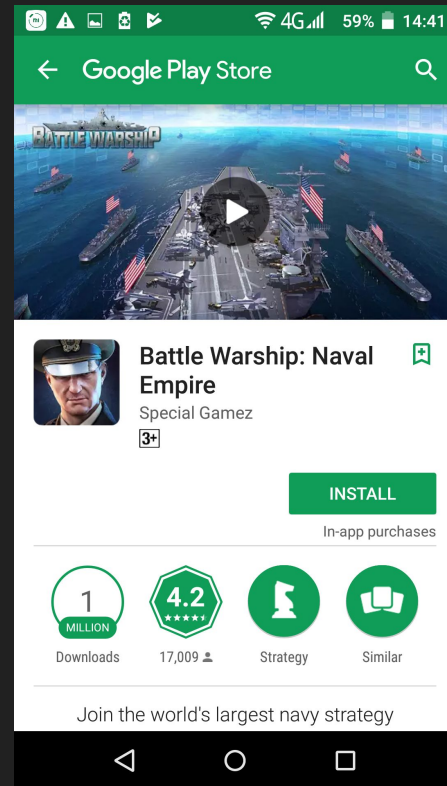
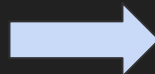
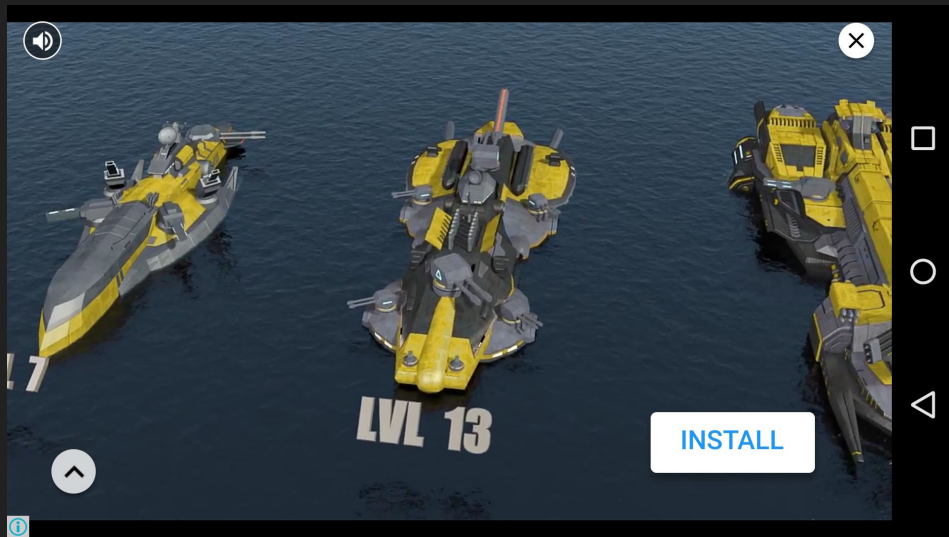
30.0%

產品宣傳

25.0%



App 下載



引導到店



產品宣傳、促銷

Vpon 威朋

解決方案 技術優勢 成功案例 數據洞察 關於威朋 加入我們 聯絡我們 繁體中文

手機廣告遊戲機制

步驟一

推送富媒體互動插頁手機廣告至目標受眾。

步驟二

目標受眾透過廣告內建功能，使用常用通訊軟體邀請朋友連線加入遊戲。

步驟三

受邀的朋友點選訊息中的邀請連結後，兩個裝置即可連線進行模擬乾杯的手勢。

步驟四

成功乾杯後，系統立即發送附近合作餐廳店家的可口可樂優惠券。



立即掃描 QR code
體驗手機乾杯的樂趣



小周末就要
Coke x 麻吉

step 1 請先分享給一位Line好友
立即分享

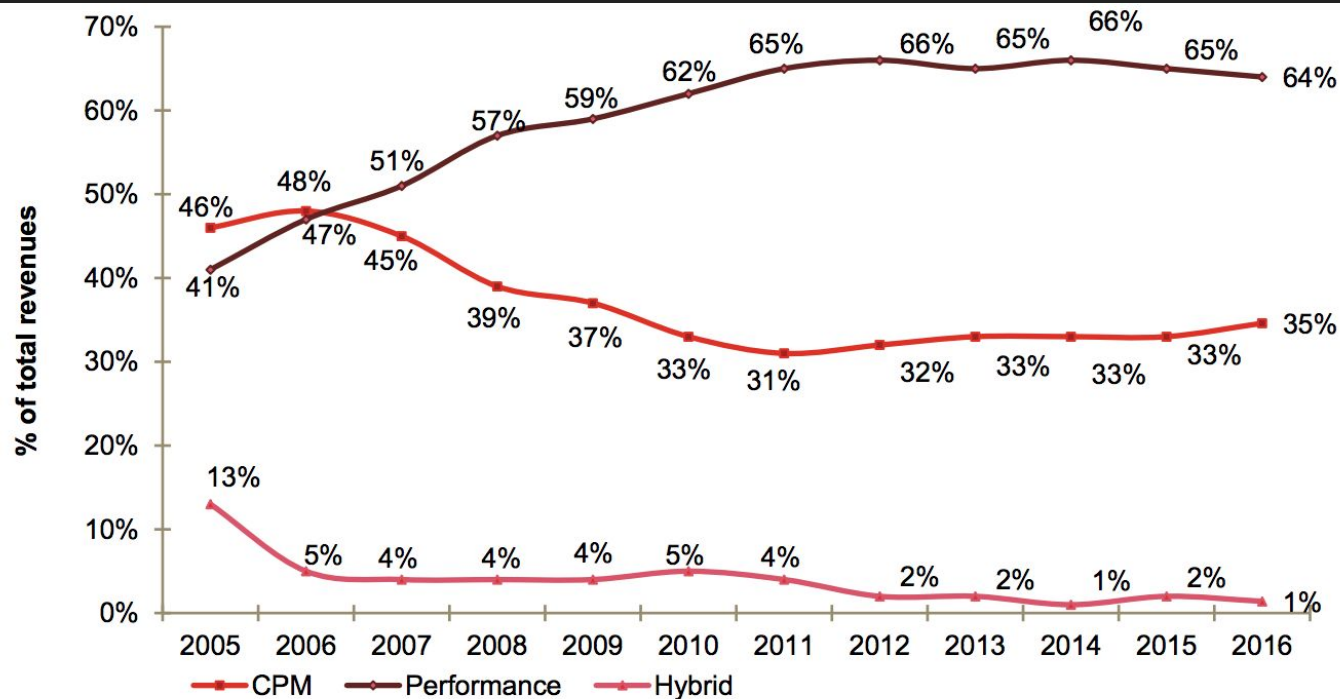
step 2 參加活動
GO

與麻吉同時開啟頁面，用手機對碰Cheers! 即可獲得優惠

計價方式

- CPM: cost per thousand impressions
- CPC: cost per click
- CPV: cost per video
- CPI: cost per install
- CPA: cost per action

計價方式趨勢



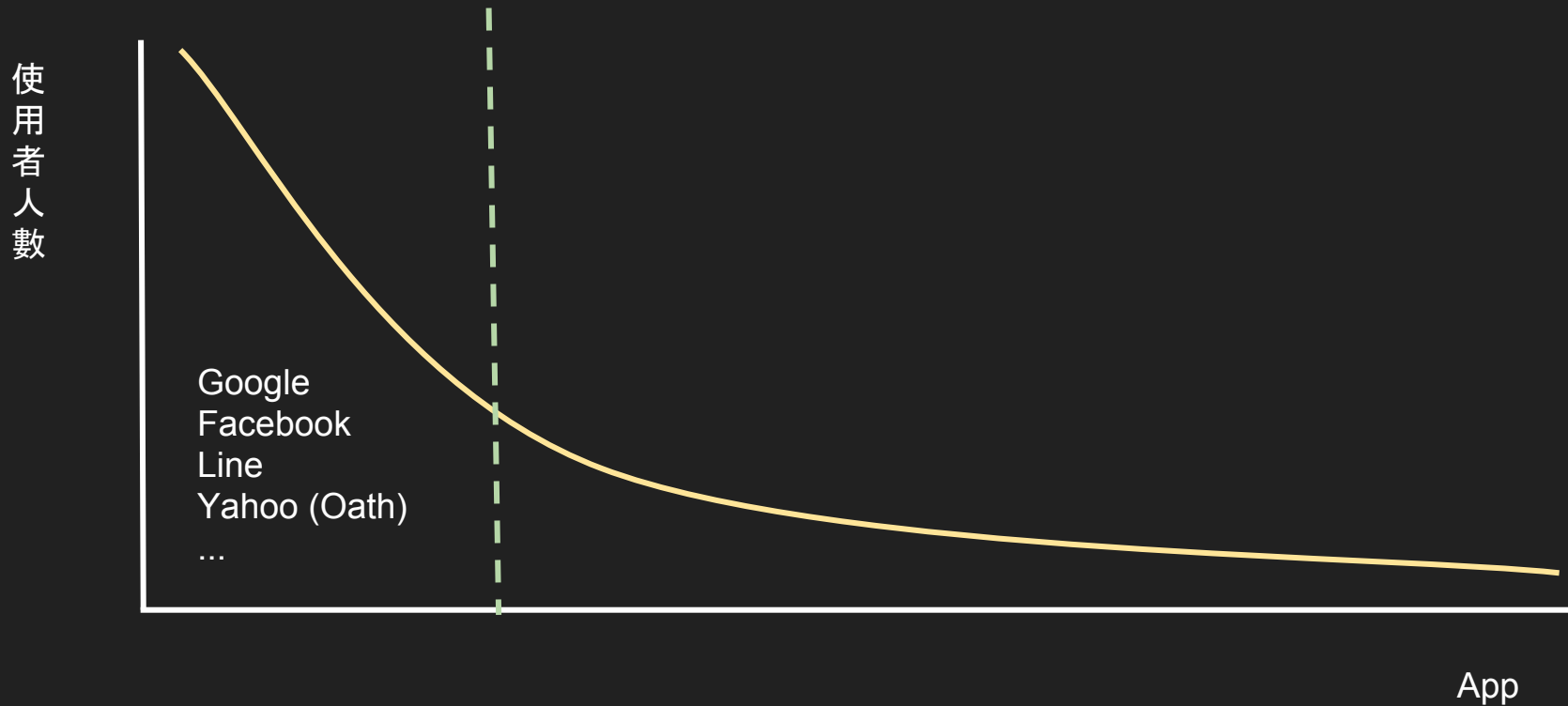
Chartboost Google Play Top 10 CPI by Country

Top 10 CPI by Country

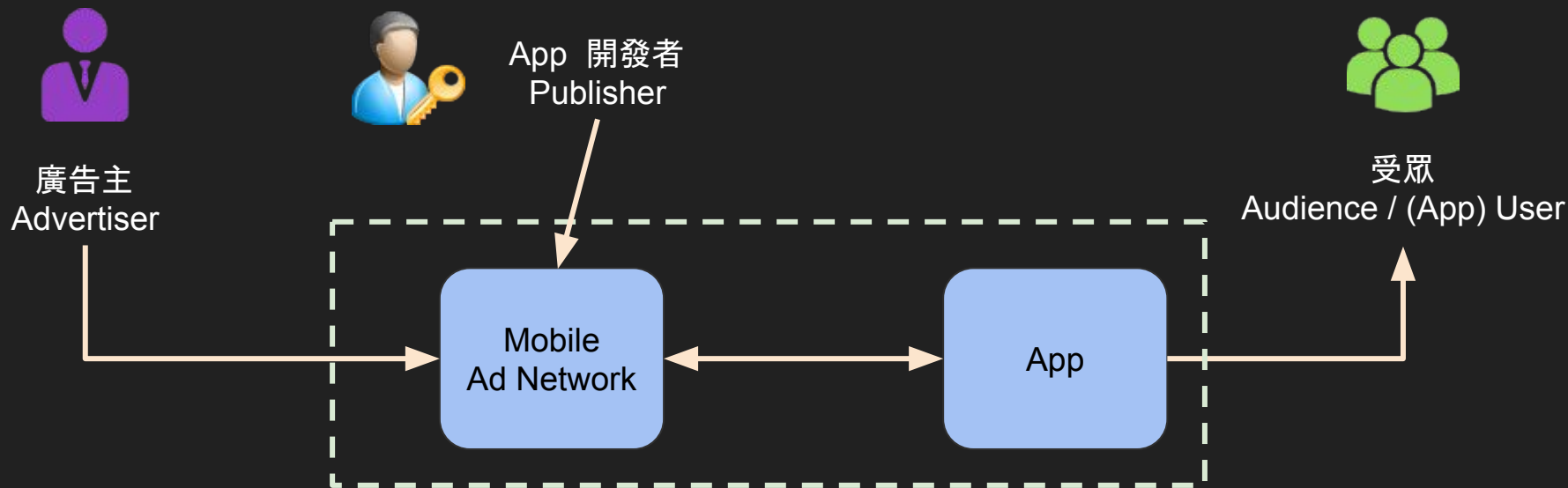
Country ▼	Google Play ◆
Macau	\$2.29
Japan	\$2.28
Bahrain	\$2.27
Australia	\$2.18
Canada	\$1.99
United States	\$1.97
Liechtenstein	\$1.96
Switzerland	\$1.75
Taiwan	\$1.72
New Zealand	\$1.66

行動廣告產業中的平台和挑戰

行動 App 的長尾



行動廣告聯播網 (Mobile Ad Network)



行動廣告聯播網 - 搭起廣告的橋樑 (Cont.)

- 對於 App 開發者而言
 - 設定版位大小
 - 設定允許廣告內容
- 對於廣告主而言
 - 存放廣告素材
 - 設定投放條件 (時間, 地點, 性別, ...)
- SDK (software development kit) or API
 - 發出廣告請求 (包含使用者資訊)
 - 顯示廣告內容
 - 針對使用者點擊產生反應 (公司首頁, 安裝頁面, ...)
 - 送回使用者事件 (點擊)

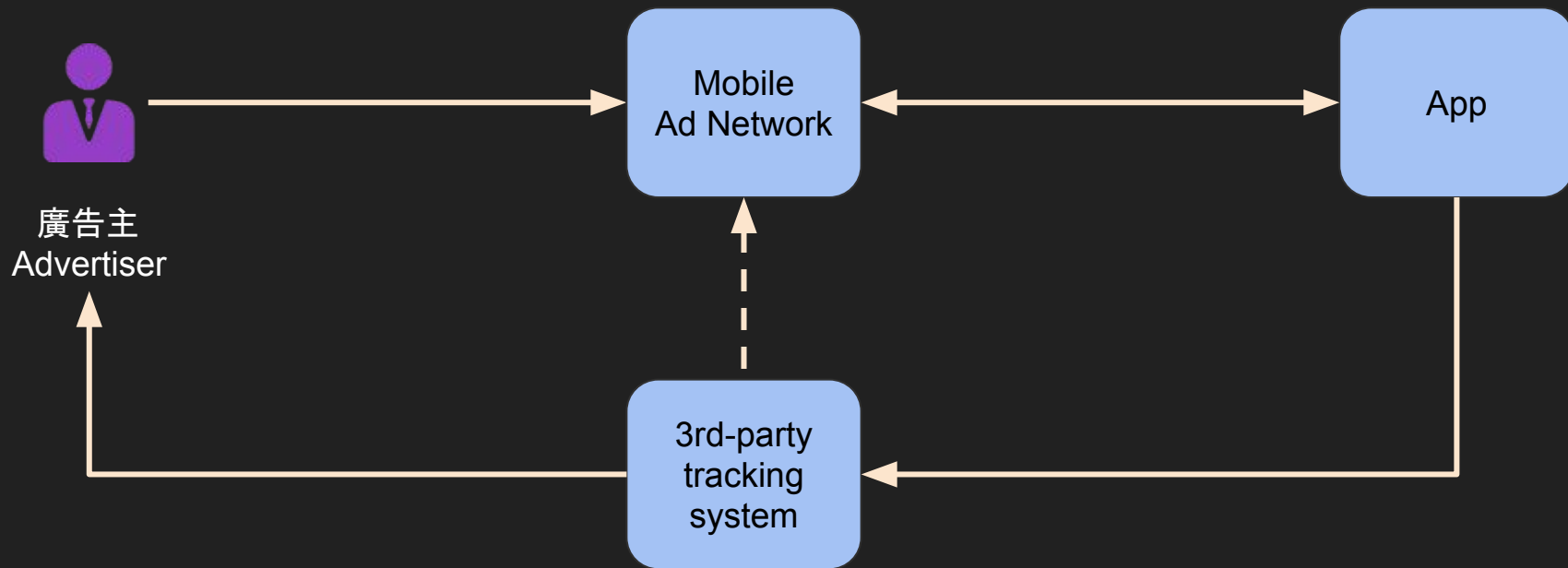
行動廣告聯播網 - 搭起廣告的橋樑

- 行動廣告聯播網
 - 針對廣告請求, 給予合適的廣告
 - 同一則廣告出現的頻率
 - 廣告類型出現的頻率
 - 符合投放條件
 - 詐欺偵測
 - 追蹤使用者行為 (點擊)
 - 收集使用者資料
 - 提供報表 (廣告主, App 開發者)

挑戰一：廣告主的疑慮

- 廣告平台球員兼裁判
 - 廣告的投遞
 - 報表
- 投資在行動廣告上的花費是不是真能有所回報？
- 那麼多家廣告平台，我要使用那一家？

第三方追蹤系統 (3rd-party tracking system)



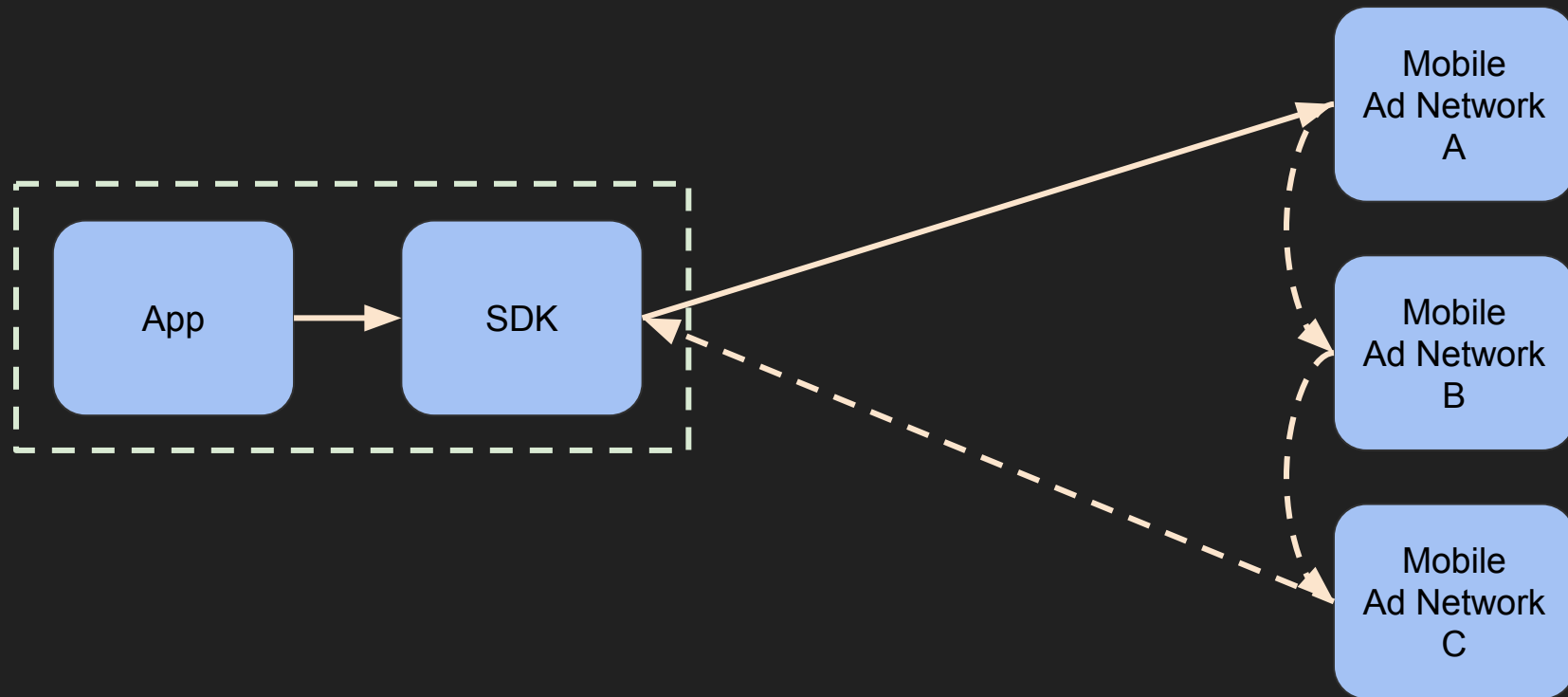
第三方追蹤系統 - 使用者的一舉一動都在掌握之中

- 廣告平台的工作
 - Impression (極少)
 - Click (極少)
 - Install
- App 開發者的工作
 - 程式內購買
 - 使用者點擊 (UI & UX 協助) ??
- 第三方追蹤系統 (數據整合)
 - 廣告成效
 - Fraud Detection (詐欺偵測)

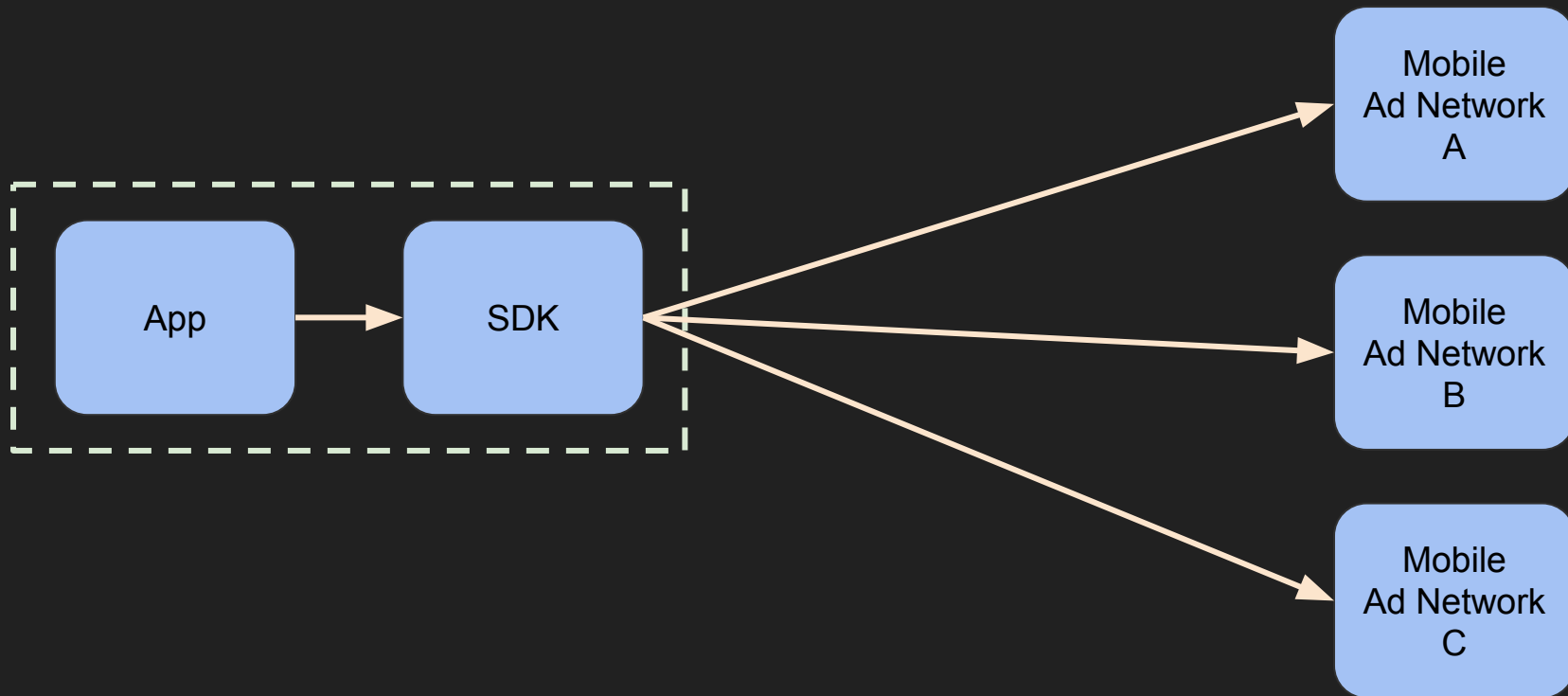
挑戰二：父子騎驢 (Sales 和 BD 之間的心結)

- 對廣告主而言 (Sales)
 - 廣告費愈便宜愈好
 - 廣告成效愈高愈好
 - 受眾愈廣愈好
- 對接受廣告的 App 開發者而言 (Business Development, BD)
 - 每個曝光 (impression) 的錢愈多愈好
 - 填充率 (fill rate) 愈高愈好
- 對 Mobile Ad Network 而言
 - 錢賺愈多愈好

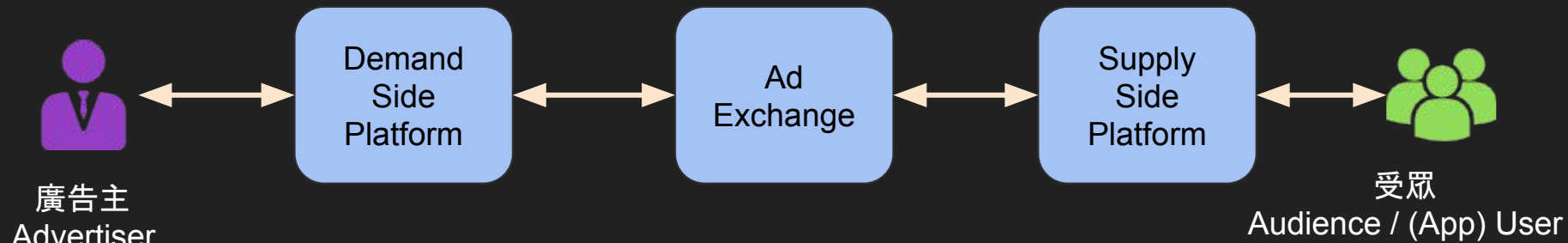
Mobile Ad Network 之間的合作 (賣出剩餘流量)



對開發者而言，多找買家不吃虧 (Ad Mediation)



即時競價 RTB (real-time bidding)



即時競價 - 兄弟爬山各自努力

- Open RTB protocol: 使得需求方 (廣告主) 和供給方 (App 開發者) 可以被切開
- Supply side platform (供給方平台)
 - 設定底價
 - 設定願意接受的廣告
- Demand side platform (需求方平台)
 - 針對競價需求 (bid request) 進行競價, 價高者得
 - Second price auction: 以第二高價為結標價
- Ad Exchange (廣告交換平台)
 - 價高者得 (second price auction: 以第二高價為結標價)
 - 送回結標價給需求方平台

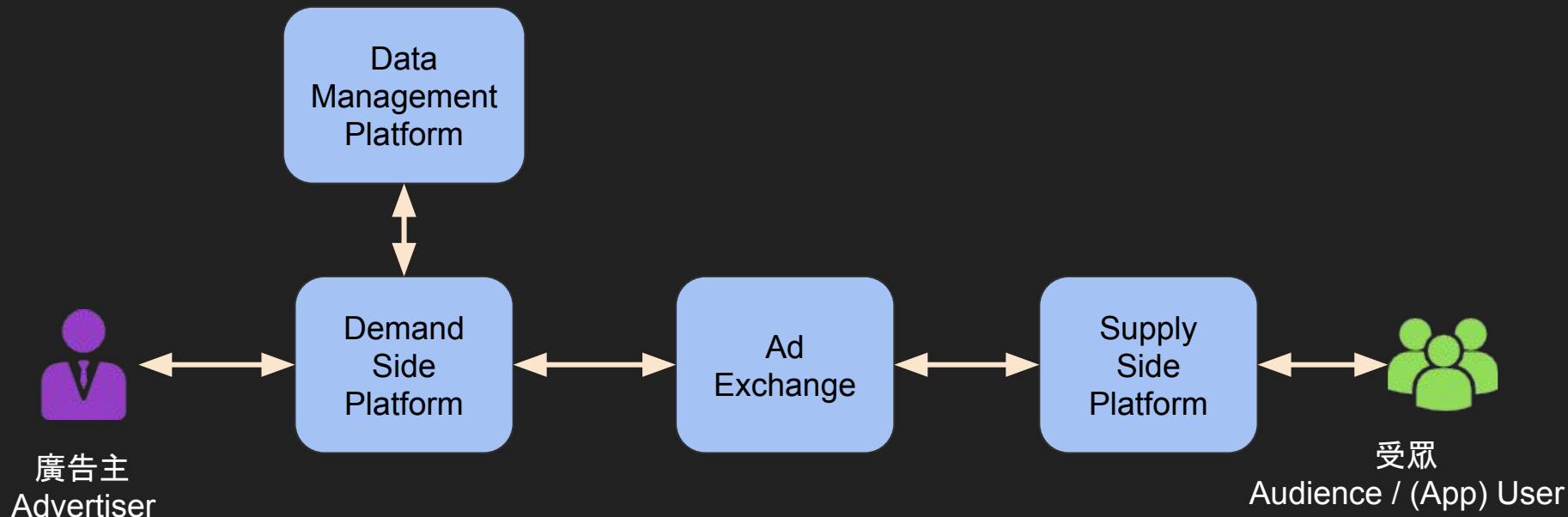
即時競價的潛在問題

- 得標 = 廣告被顯示出來？
- 廣告有被顯示正確嗎？別人家的 SDK 是否有 bug？
- 結標時間比競價時間點晚很多？
- 利益不同的問題
 - DSP: 成效
 - SSP: 流量賣出

挑戰三：廣告平台上的軍備競賽

- 資料！資料！資料！因為很重要所以說三次
- Ad Network
 - 直接從使用者端收集資料
 - 使用者對廣告的反應 (click)
 - 使用者的使用模式 (一直點廣告 -.-)
 - 第三方追蹤系統 (install, postinstall)
- DSP
 - 競標需求 (bid request)
 - 競標回復 (bid response)
 - 競標成功 (winnotice)
 - click, install, postinstall, ...

資料! 想要嗎? 爸爸賣給你!!



挑戰四：假的！廣告平台業障重啊！！

- 方式
 - 手動
 - 自動
- 型態
 - Impression
 - Click
 - Install
 - ...
- ~~天殺的 SSP~~

挑戰五：半路殺出的程咬金

- Ad Blocker
- Google 與 iOS 的隱私權修改

總結

- 四種廣告：定點廣告、電視廣告、數位廣告、行動廣告
- 行動廣告的三個特點及計價方式
- 廣告生態鏈：Ad Network, DSP, Ad Exchange, SSP, DMP, 3rd party tracking system
- 廣告平台的五大挑戰

參考資料 (1)

- [IAB 2016 Internet Advertising Revenue Full-Year Report](#)
- [Facebook第一季營收、獲利大增, 用戶上看20億人, 但投資人卻有點緊張了](#)
- [google-能擺脫路徑依賴, 不只做一個廣告公司嗎?](#)
- [LINE Q1 財報公布, 廣告收入與內容銷售合佔營收七成](#)
- [我愛你派報](#)
- [強力鐵牛運功散 親情篇](#)
- [Vpon 公司簡介](#)
- [Appier 公司簡介](#)
- [Gmobi 公司簡介](#)
- [行動廣告簡介 - Vpon](#)

參考資料 (2)

- [Ad Mediation, SSP and Ad Server – What's the Difference?](#)
- [Chartboost google play insight](#)