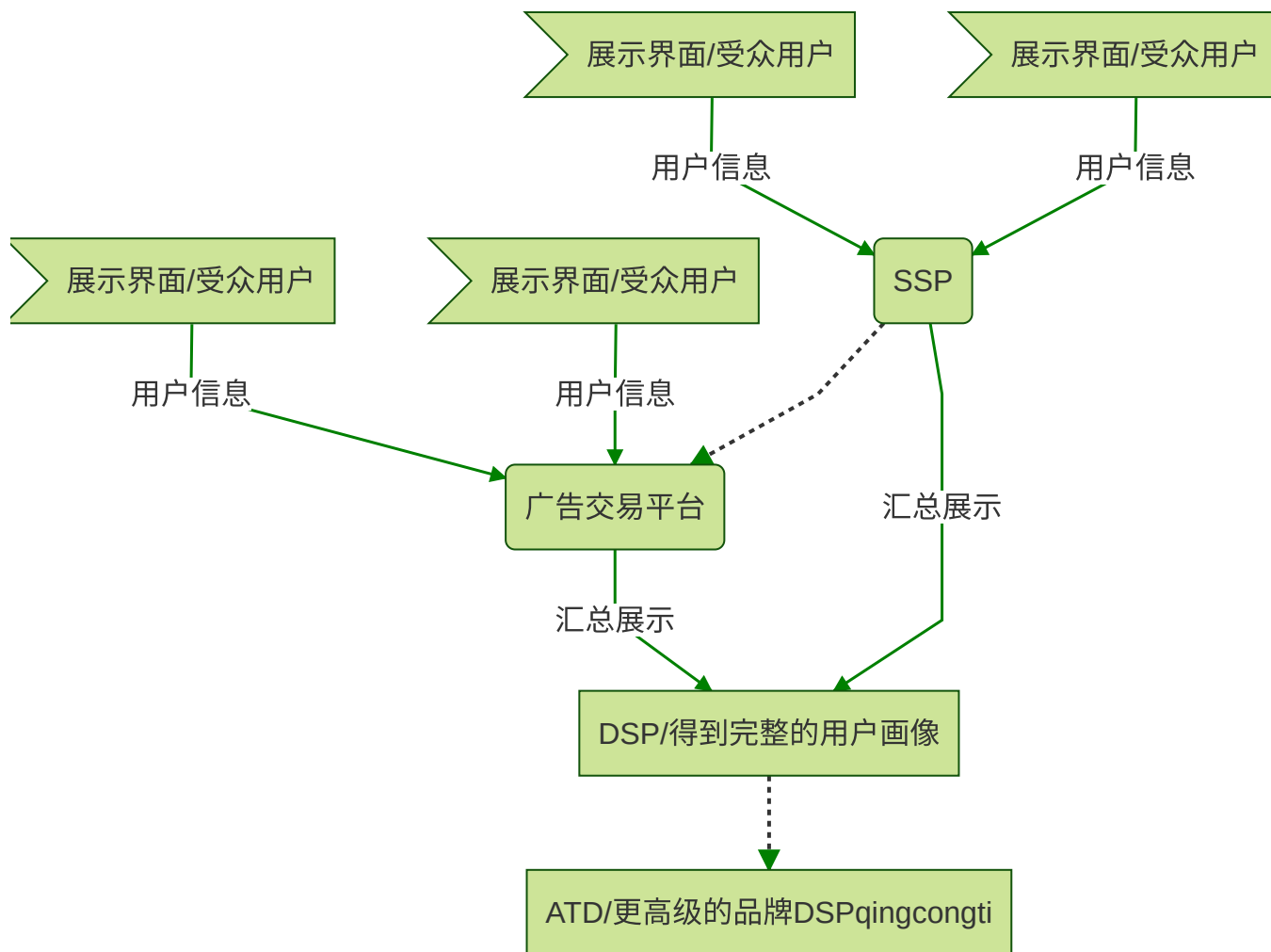


业务梳理

业务流



关键字解释

RTB: real time bidding, 实时竞价

DSP: Demand Side Platform, 需求方平台

- 从广告主买来offer, 按一定的竞价规则, 及卖给DSP, 当合适的机会出现, DSP平台对offer进行展示, 收取费用.
- 服务于甲方(广告主)或代理公司, 是集媒体资源购买, 投放策略制定, 投放实施优化, 出具分析报告等功能为一体的一站式广告需求方平台.

品类: 是指在顾客眼中, 一组相关联的或可相互替代的商品或服务.

广告交易平台AD Exchange:

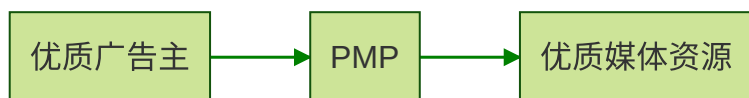
SSP: 供应方平台

Agency Trading Desk: ATD / TD, 代理交易平台, 更优质的DSP, 依托4A广告公司, 能够提供全面高端的服务,包括但不限于(DSP, DMP, SEM, BrandSafety, 传统方式这些全案能力)

* DMP: Data Management Platform, 数据管理平台.

* BrandSafety: 让客户广告不出现在垃圾媒体和负面媒体的能力.

PMP: Private Marketplace, 私有交易市场.



三种方式:

1. 广告位预留,价格固定
2. 使用空闲广告位,价格固定
3. 对空闲广告位竞争,价格不固定

因为下述原因, PMP未来会成为各个DSP标配功能, 要么作为公司旗下独立产品, 要么作为内置或隐藏功能.

1. 甲方爸爸对于品牌安全要求的合理性
2. 部分甲方传统观念短时间内难以扭转
3. DSP平台之间激烈竞争

AD Network: 广告网络, 由众多中小媒体组合组成.

与主流门户媒体的区别:

1. 媒体众多, 但是质量普遍不高, 大多数都是除了提供广告位没有其他变现渠道的中小网站.
2. 以CPM\CPC的形式售卖, 单价低, 但实际推广转化成本偏高
3. 定位人群的误差较大

部分广告网络转向了DSP, 部分广告网络因为价格低廉和垂直于某个行业, 一定历史时期内还会继续存在.

问题整理

1. AD Exchange和SSP的区别?