# DSP 广告系统

DSP概念

DSP全称“Demand Side Platform”，意为需求方平台，是面向广告主的广告投放管理平台。DSP通过对数据的整合及分析，实现基于受众的精准投放，以程序化购买的方式，接入众多媒体资源，帮助广告主进行供跨媒介、跨平台、跨终端的的广告投放，并对广告投放效果进行实时监测及优化。

DSP特点

DSP必须要满足（1）拥有数据整合及分析能力；（2）能够实现受众购买；（3）能够进行程序化购买这三方面条件。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 拥有数据整合及分析能力 | 能够实现受众购买 | 能够进行程序化购买 |
| 拥有用户数据并能对其进  行整合及清洗；  •具备对用户数据的分析能  力，拥有算法支持；  •可接入数据管理平台  （DMP）；  •具备对广告投放效果的监  测、分析和优化能力。 | •具备人群属性定向、地域  定向、兴趣定向、行为定  向、语义定向、重定向等  精准定向技术；  •能够支持受众购买方式。 | •支持实时竞价购买  （RTB）；  •能够接入多家广告交易平  台（AdExchange)；  •能够针对不同媒体进行预  算分配和资源规划。 |