

玩转“视”界杯 2018上半年广告数据分析及短视频分享

部分演讲嘉宾

金晓杰、范锦峰、李金霞、石秀川、李雪

2018.07.13 广州



ZingFront 智线



2018移动广告年中分析

ZingFront: 金晓杰

13590116981



关于这份数据

借助于全球最大的广告情报分析工具 SocialPeta，ZingFront 数据团队为你呈现 2018 上半年广告投放趋势。

默认情况下，市场份额对比时间跨度为 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 06 月 30 日。部分渠道数据由于数据采集时间不足半年，以真实的数据采集时间跨度为准，并会有相关说明。

方法论:广告情报分析

SocialPeta 在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经积累超过 5亿条广告数据，每天更新的广告数据多达百万。在如此庞大的数据基础上，我们可以通过 SocialPeta 洞察广告行业的大盘趋势。

SocialPeta 未与任何渠道、第三方平台有数据交换合作，所有广告数据均来自采样。

超过5亿广告创意

广告主覆盖量超过500万

近百渠道及地区全球渠道覆盖



目录

1

热门渠道

2

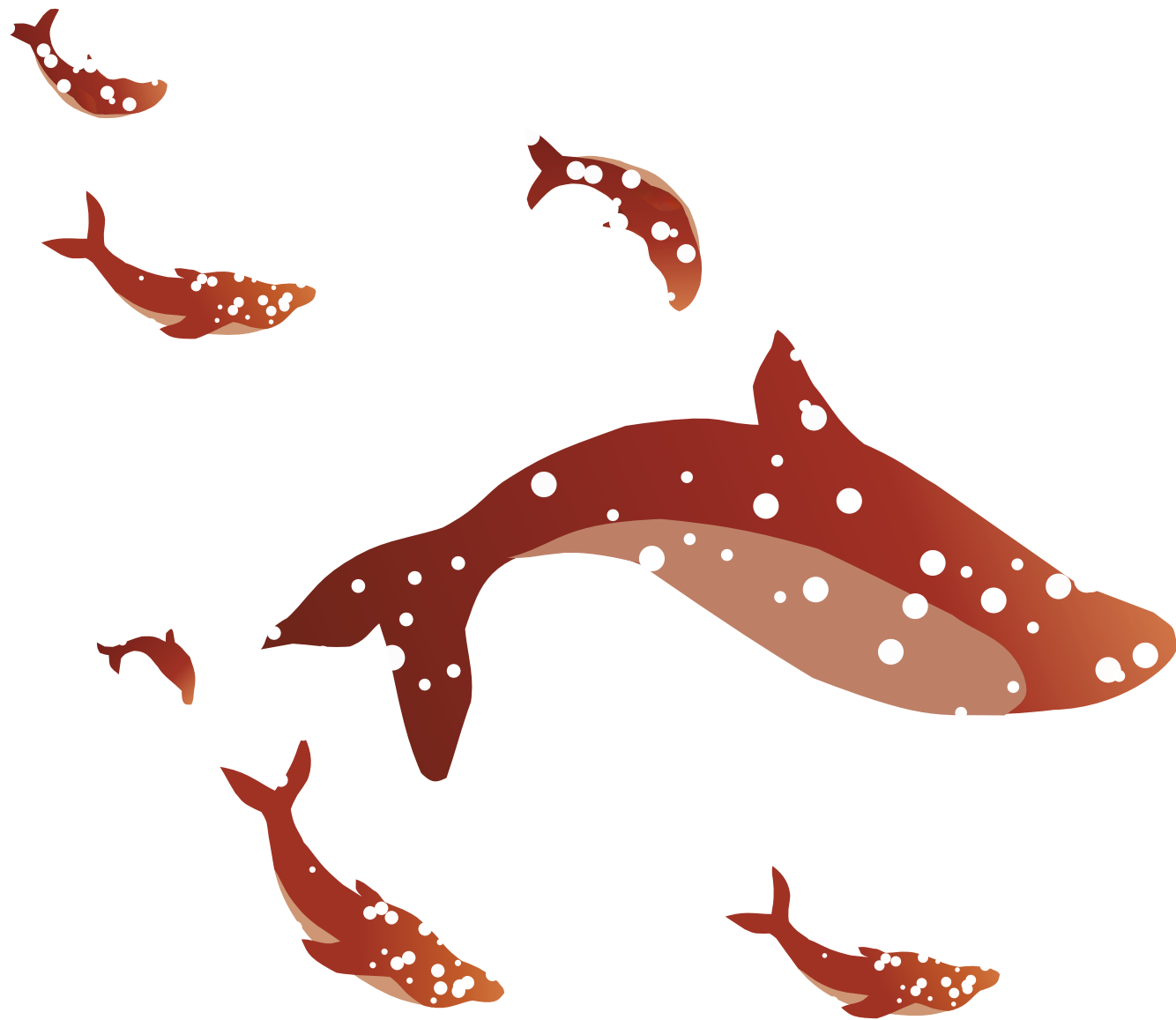
热门广告主

3

创意广告素材

4

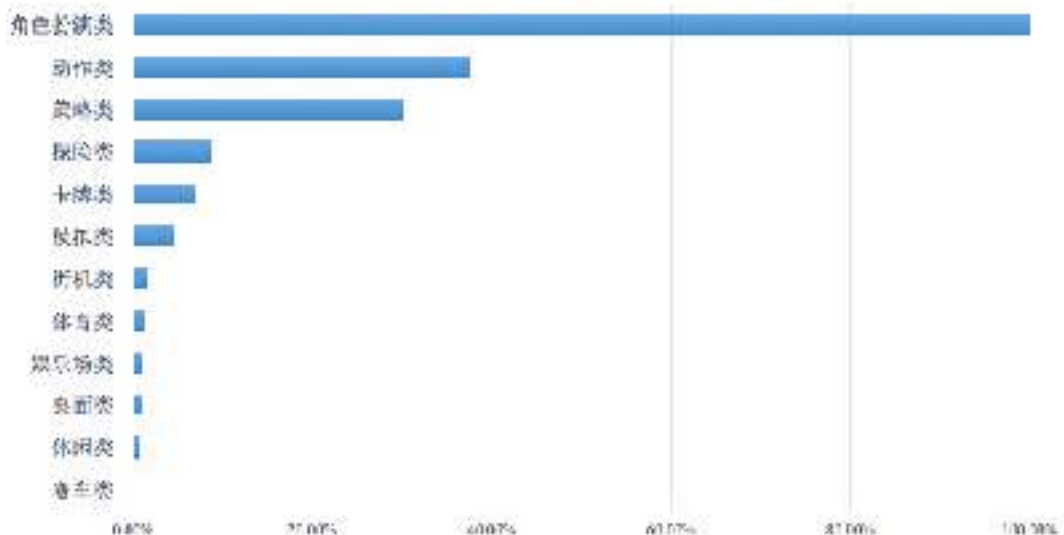
创意素材展现趋势



PART. 1 | 热门渠道

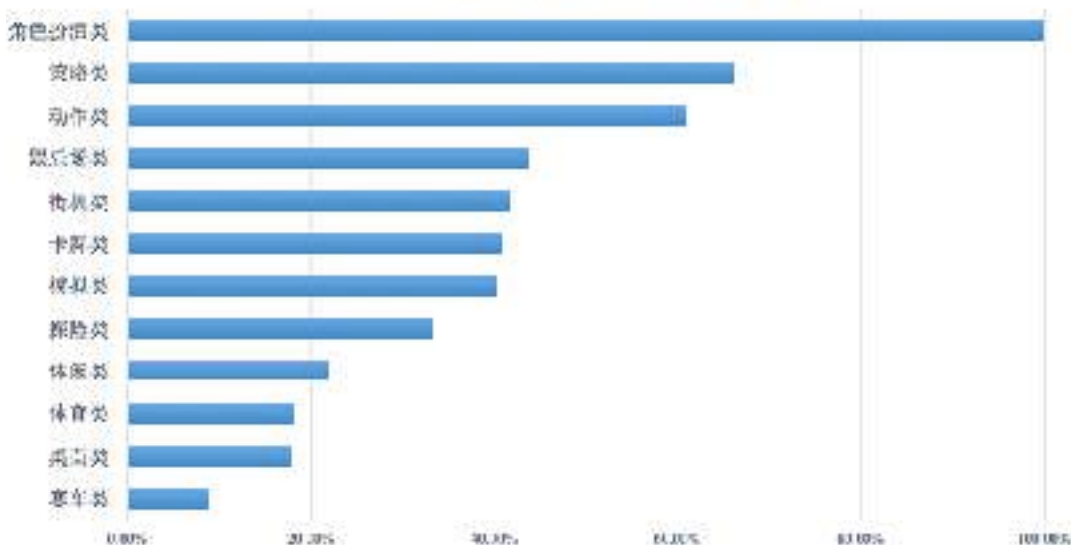


今日头条 游戏广告主类型分布



左侧数据为2018上半年今日头条和Facebook游戏类型分布，可以看出角色扮演类游戏独领风骚，占据主导地位，紧跟着的是策略类和动作类。

Facebook 游戏广告主类型分布



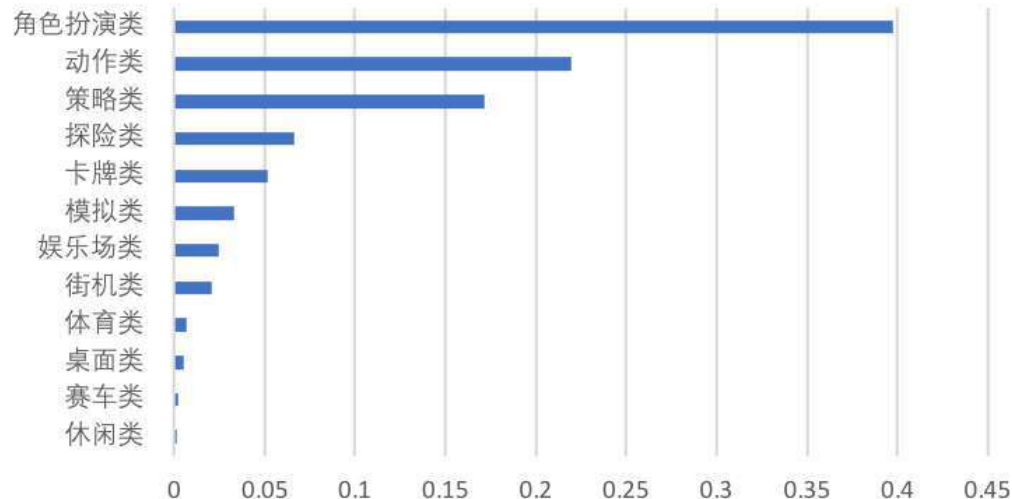
相对于国内渠道，国外渠道的游戏类型分布更为多元化，角色扮演游戏虽然占据第一位，但是后面策略类、动作类、以及其他类型并没有落后太多。

赛车类、桌面类、休闲益智类、体育类是相对较少的题材，说明这些类型的游戏市场表现有待提升，从另外一个角度看，这些题材的游戏的竞争对手比较少。



广点通

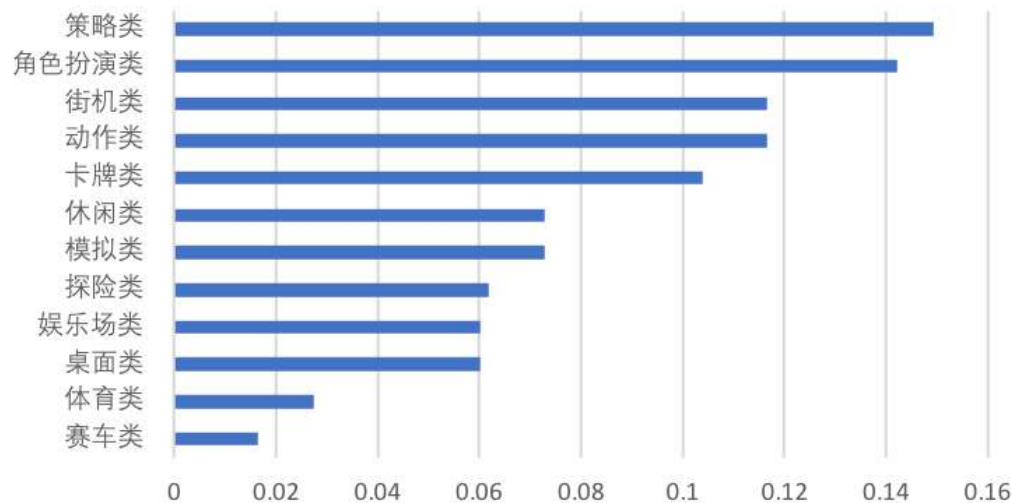
游戏广告主类型分布



左侧数据为2018上半年广点通和Admob上的游戏类型分布，可看出角色扮演类、动作类、策略类游戏稳居前三，但海外的游戏分布相对更均匀，是否可以理解2018年大部分在加大海外的投放力度？

Admob

游戏广告主类型分布



从广点通渠道数据分析：赛车类、桌面类、休闲类是相对较少的题材，而在Admob上今年推出的可玩广告，着实带来不少轻度的转化。



PART. 2

热门广告主

全球主流广告主投放分析



广告主透视--游戏类案例

Advertisers analysis



Rolling Sky

开发商：Cheetah Games

投放广告数超过10,000个

广告创意总展现量超过6,000,000

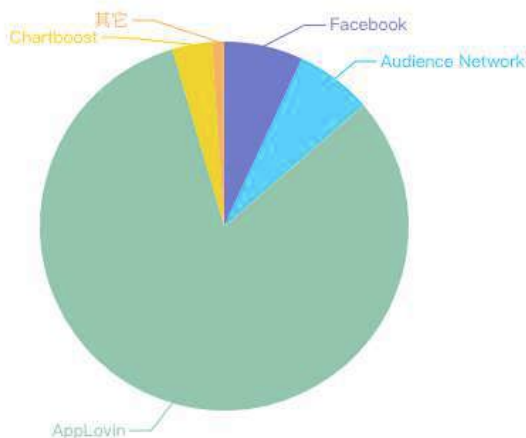
投放时间超过400天

投放区域：美国, 英国, 加拿大, 澳大利亚, 等16个国家

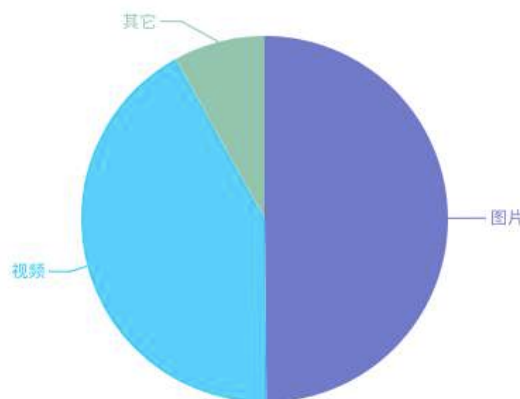
投放渠道上虽然以AppLovin为主，但是其他渠道也是有所涉猎的；在类型方面创意图片大体占了半数；同时其投放媒体分布较为丰富。



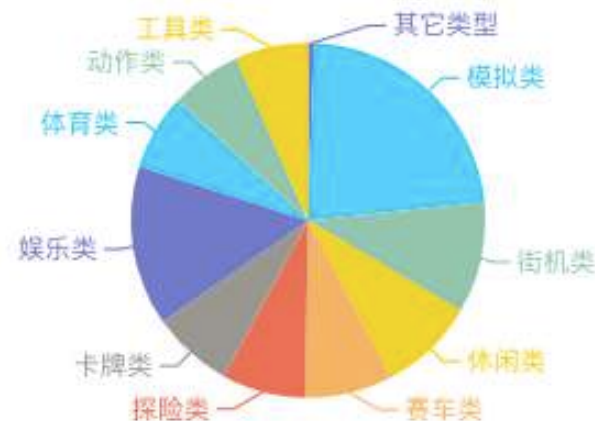
投放渠道分布



创意类型分布



投放媒体分布



广告主透视—应用类案例

Advertisers analysis



Wish - Shopping Made Fun

开发商：Wish.inc

投放广告数超过1,800,000

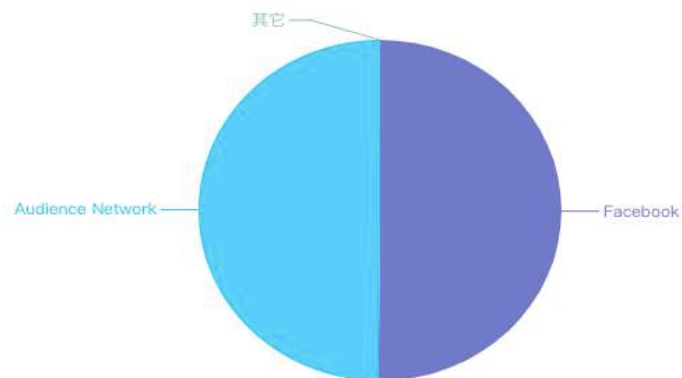
广告创意总展现超过90亿

投放区域：全球

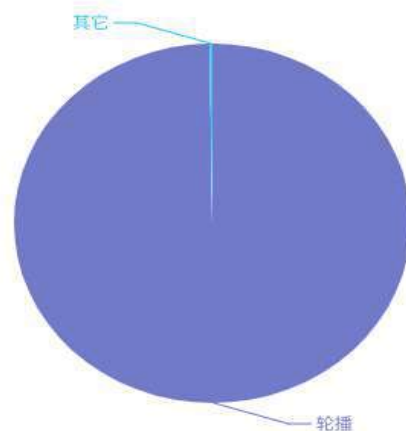
投放渠道以Facebook、Audience Network为主；创意类型主要依靠轮播；媒体主要覆盖在工具类别。



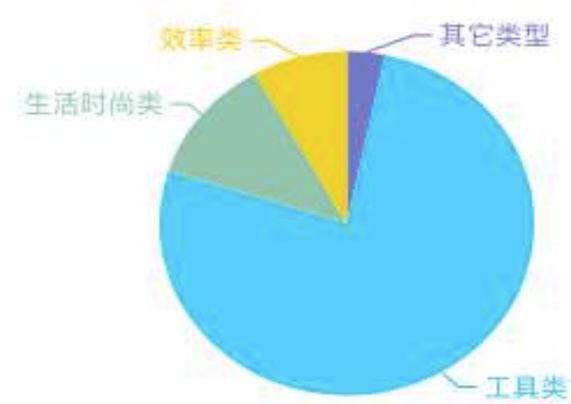
投放渠道分布



创意类型分布



投放媒体分布



广告主透视--游戏类案例



广告主详情



Mobile Legends: Bang Bang

开发商: Moonson

平台: Android

行业类型: 游戏

投放天数: 353

创意总数: 1021

总展现: 3.8B

投放媒体



创意素材

投放分析

深度追踪

最近30天

总下载量(Downloads)

2.7M

+1.7%

总收入(Total Revenue)

\$617.1K

+5.2%

平均收入(ARPU)

\$0.3

-5%

日活跃用户(DAU)

7.8M

+1%

月活跃用户(MAU)

12.1M

+2.3%

参与度(Engagement)

64.07%

+0.8%

总下载量(Downloads)

总收入(Total Revenue)

日活跃用户(DAU)

最近30天

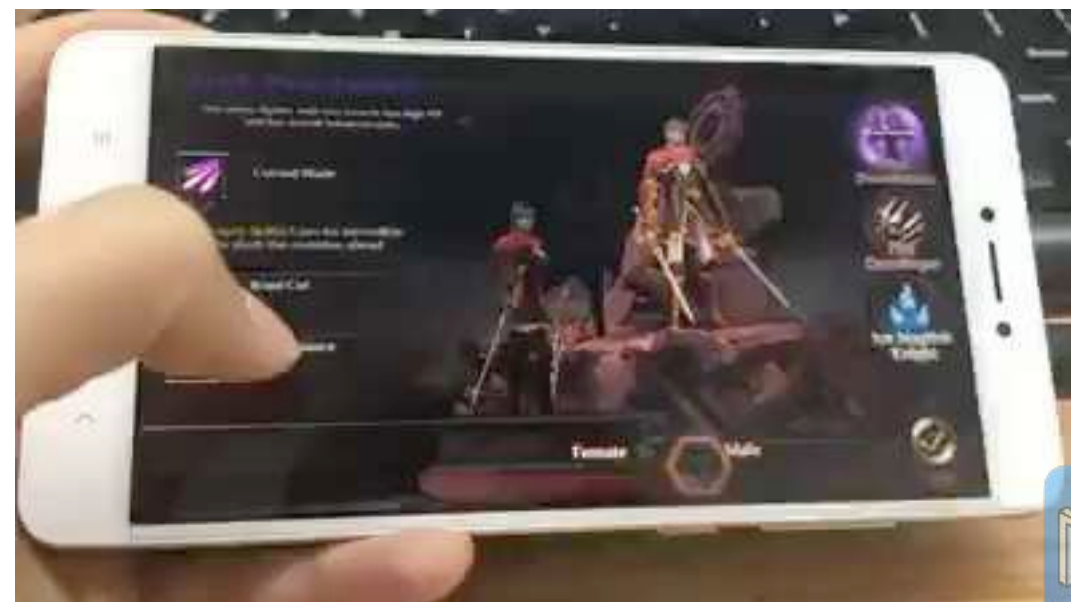
国家	总量	占比
菲律宾	+1.4% 437K	14.93%
印度尼西亚	+0.9% 286.5K	9.65%
泰国	+7% 247.5K	8.45%
马来西亚	+3.4% 224.7K	7.67%
越南	+7.8% 203.8K	6.96%
土耳其	+11.2% 156.5K	5.34%

PART. 3

创意广告素材



Facebook广告案例



mobile strike (策略类)



clash of clans(动作类)

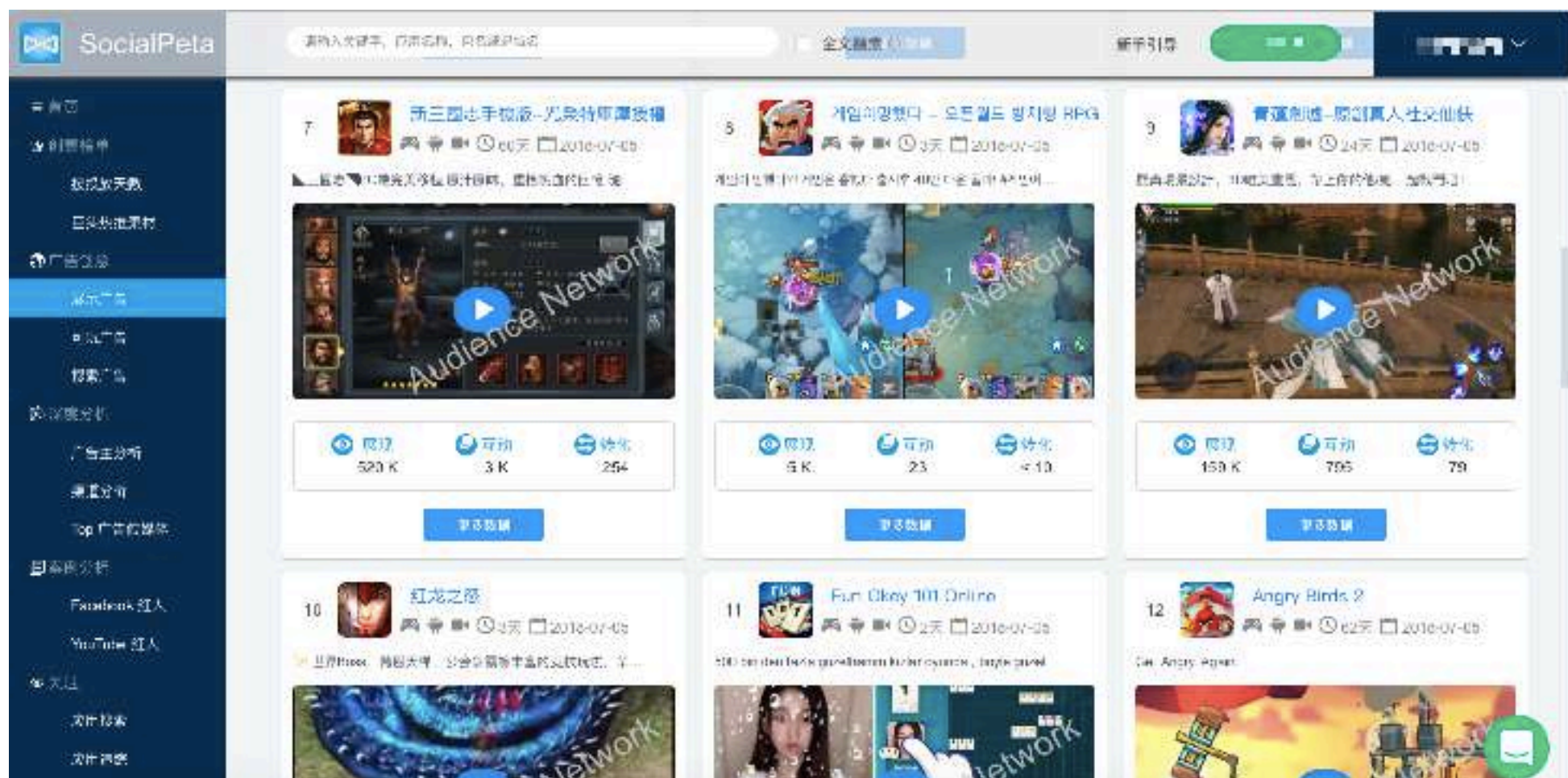


mobile strike (策略类)



cok列王的纷争 (角色扮演类)





Socialpeta提供亿级游戏广告创意素材搜索，覆盖全球40+主流广告渠道。



PART. 4

创意素材展现趋势

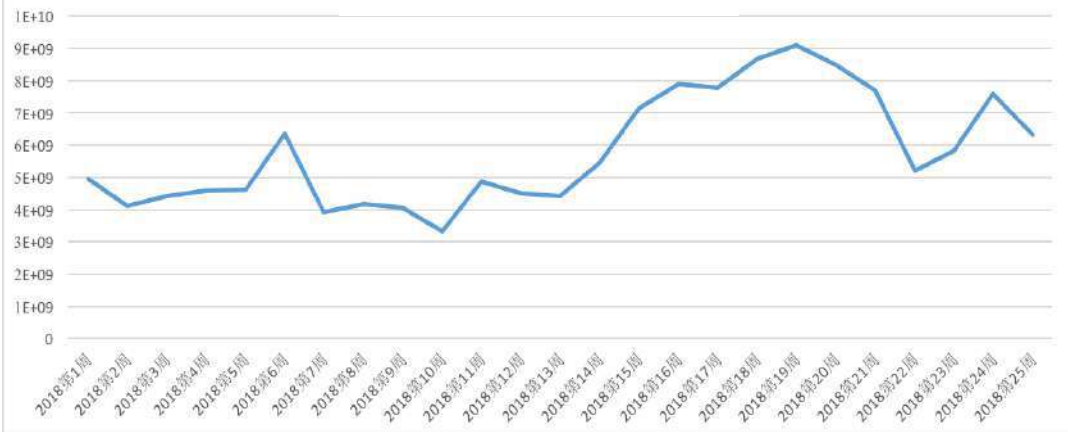


创意素材展现趋势

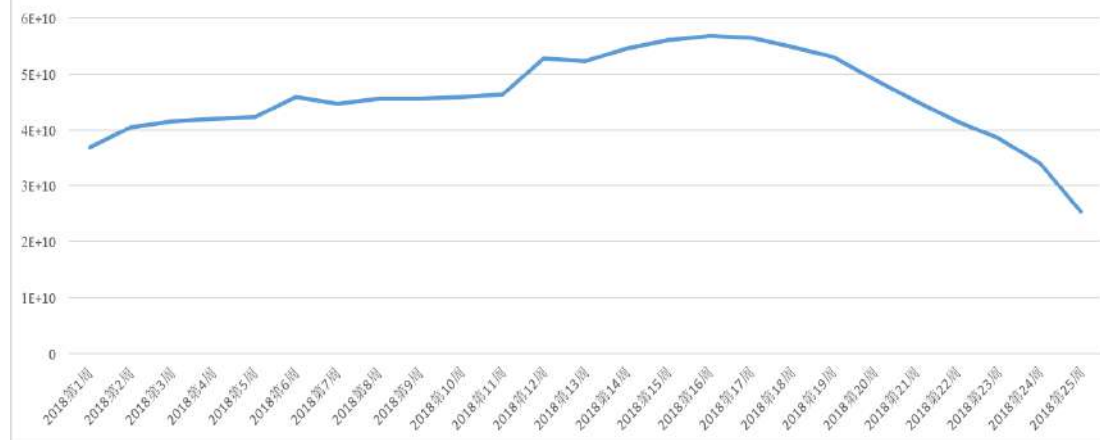
Creative Materials Show Trends



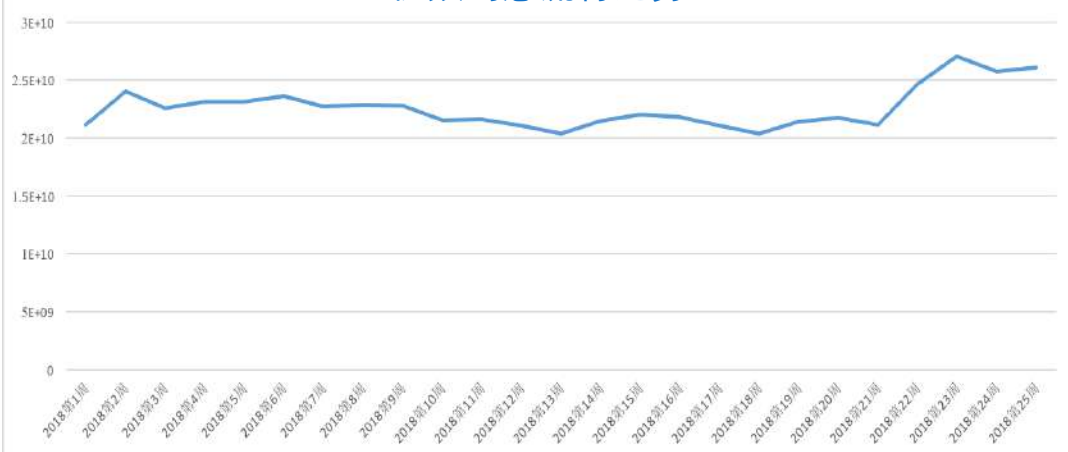
轮播创意流行趋势



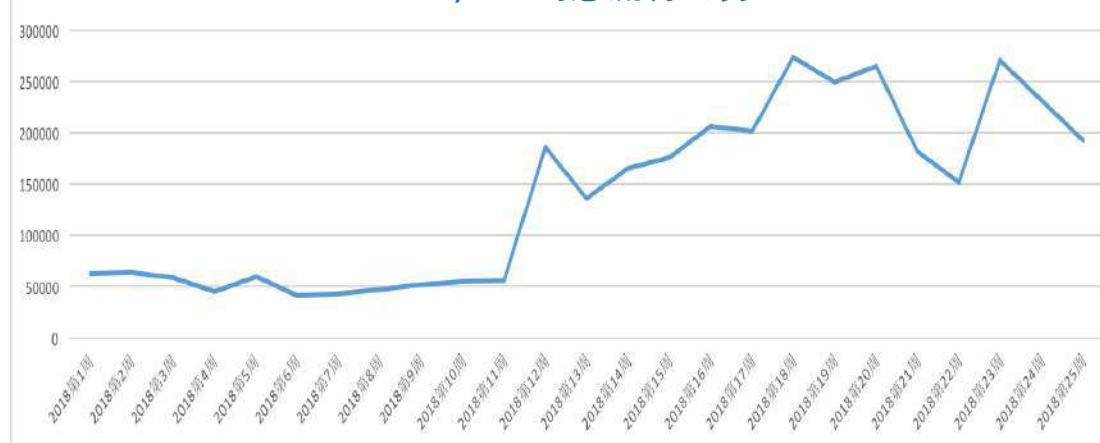
图片创意流行趋势



视频创意流行趋势



Playable创意流行趋势



整体来看轮播、图片以及视频趋势均相对平稳。而Playable增长速度强劲，从本年度第11周起一直保持增势明显趋势。



所谓“可玩广告”（playable ads）简单来说，它可以称为“微型游戏”，用户在看到广告时，能够轻松体验游戏玩法，用户试玩时间一般在30秒到1分钟。据调查，71%的广告商认为可玩广告是有效的，55%的表示可玩广告是他们2017年最感兴趣的。预计2018年，可玩广告的收入将高达2亿美元。



SocialPeta提供大量可玩广告案例





Applovin :



Word Connect

素材投放时间20天，累计展现量100万，转化1万
可玩广告，更吸引人，转化率更高





鲲的迅速蹿红只是一个阶段性的成功案例，但是带给我们的思考是，下一个火起来的广告题材是什么，能否快速跟上市场流行趋势？Socialoeta不久就会推出广告创意快速上升榜单，以及APP推广快速上升榜单，帮助客户对市场快速反馈，不落下任何一个热点！



智线云科技(北京)有限公司

商业合作 / 咨询/ 服务

咨询 : 010-65000819

邮箱 : hello@zingfront.com

官网 : ZingFront.com



THANKS!

数据思维与渠道评估

神策数据数据分析师

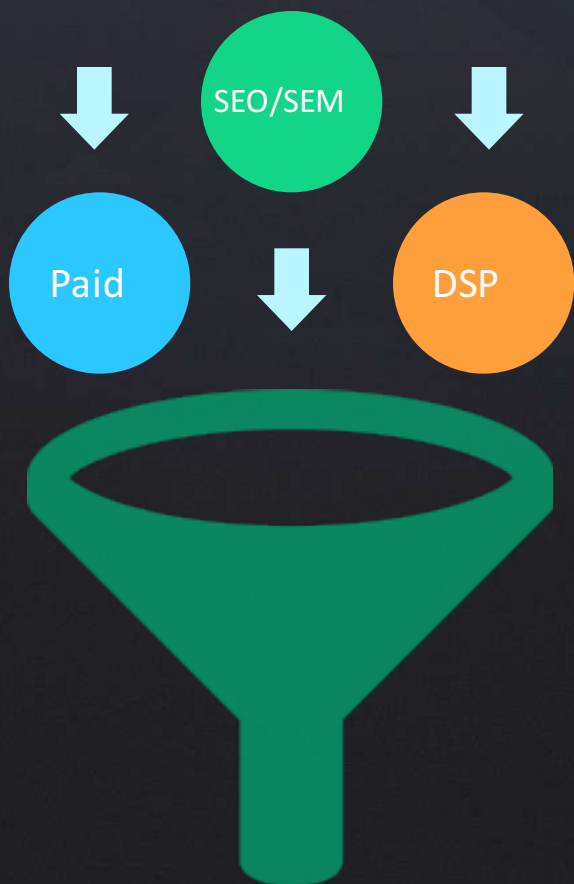
李金霞

渠道效果评估



1. 数据驱动营销闭环理论
2. 如何对渠道数据进行采集和追踪
3. 渠道选择和指标体系的评估构建
4. SEM 推广渠道评估案例
5. App 推广渠道评估案例

数据分析对渠道评估的意义



不是简单的曝光和 UV ，而是端到端分析外部推广，
确定营销活动的实际效果，从而全面降低**获客成本**

深入分析营销活动后续的**留存**情况，不是简单的访客，
而是实质的核心用户，告别粗放的流量经济时代

数据分析对渠道评估的意义

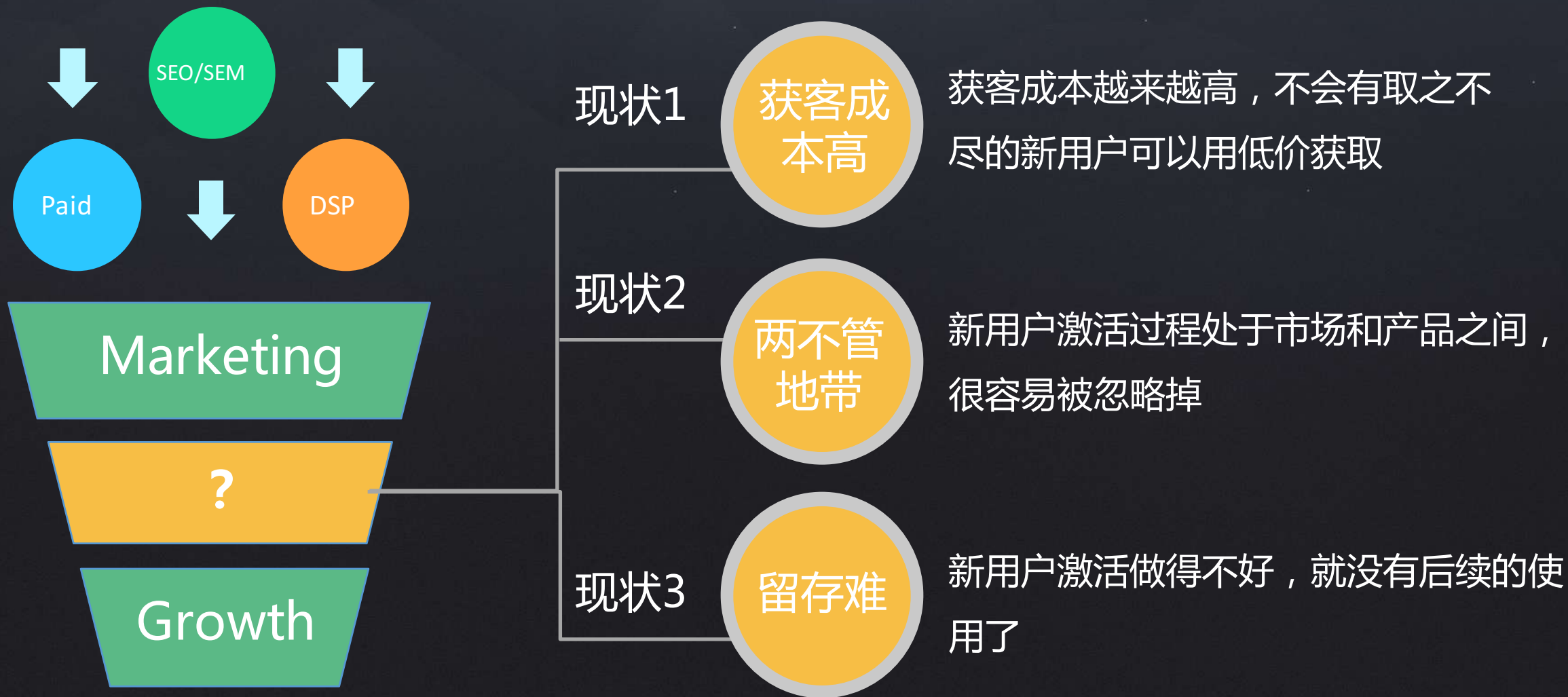
每1万用户，可多转化82个人，按照人均7万投资额，首投成本300来算，带来560万新增投资额价值，及2.46万的投放成本节约!

价值

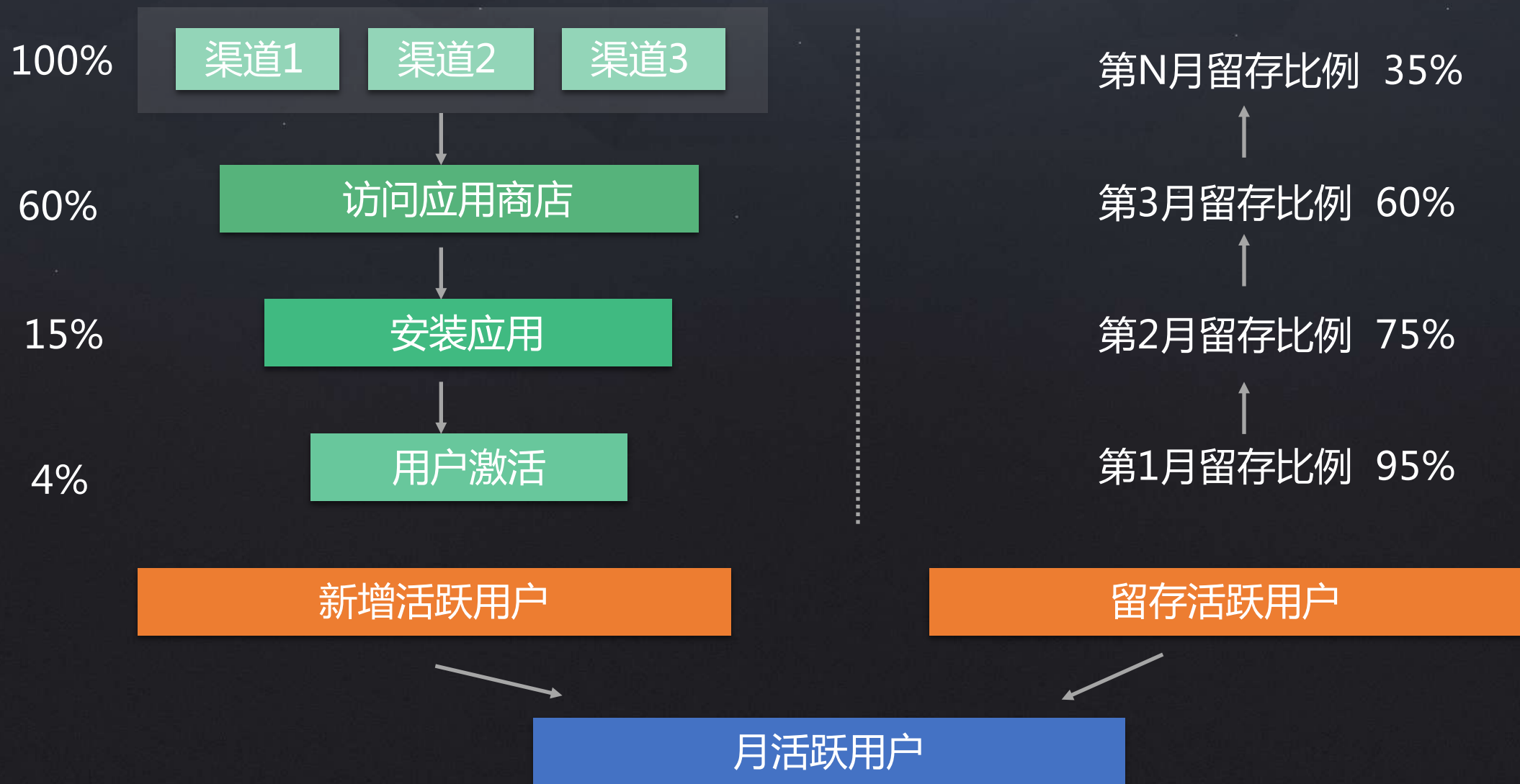
$$\text{成本效率} = \frac{\text{产出}}{\text{投入}}$$

效率

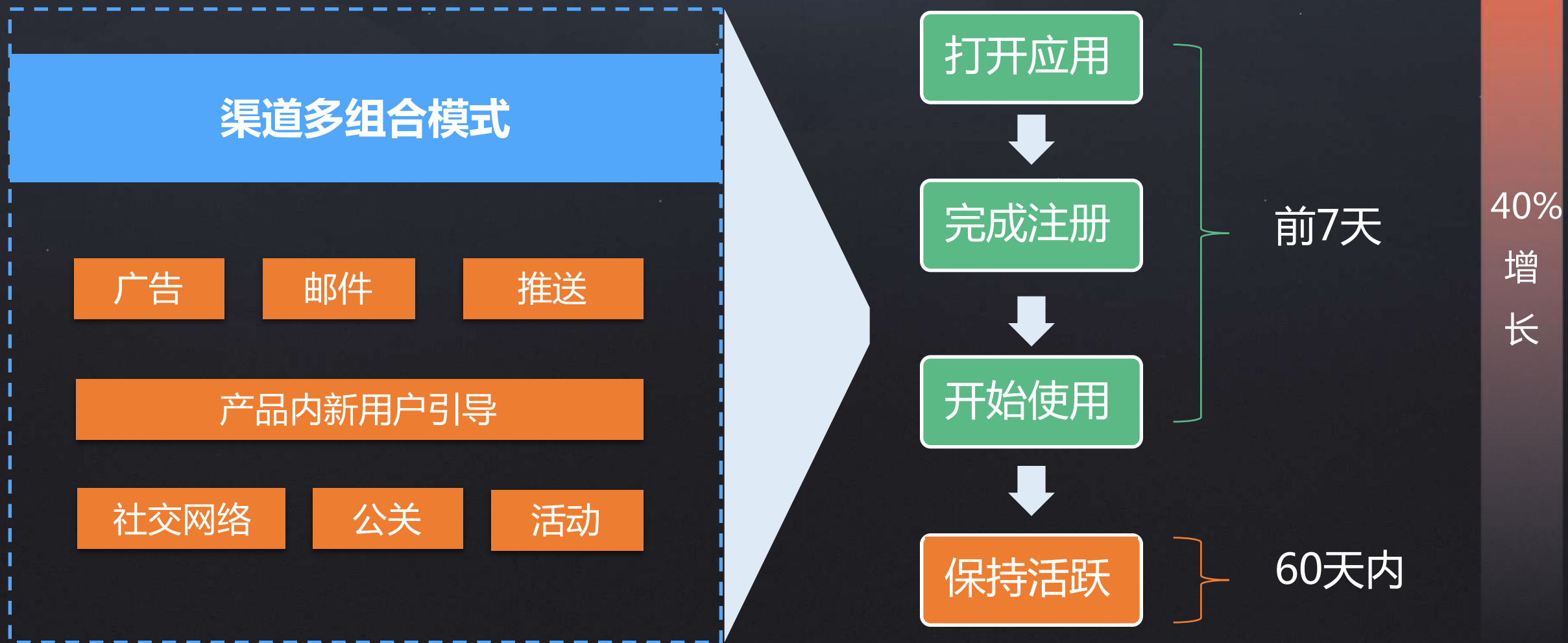
市场营销的终极目的-业务增长



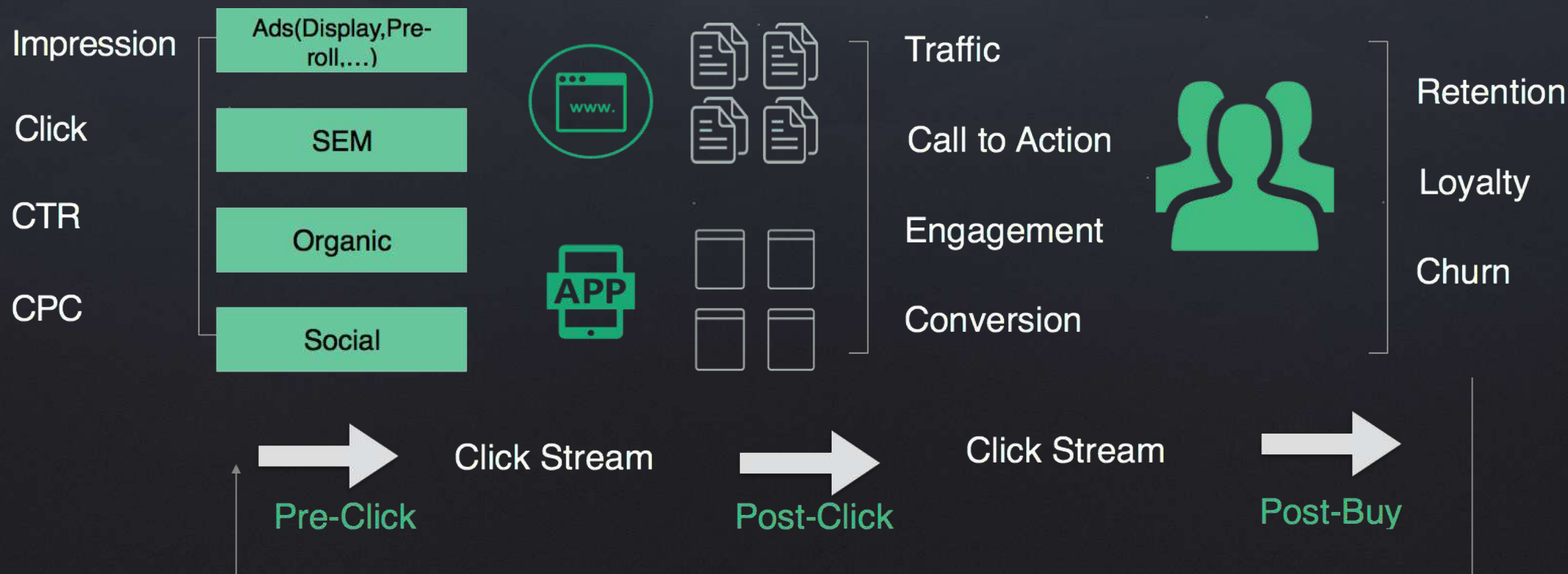
数据驱动渠道评估实例



数据驱动渠道评估实例



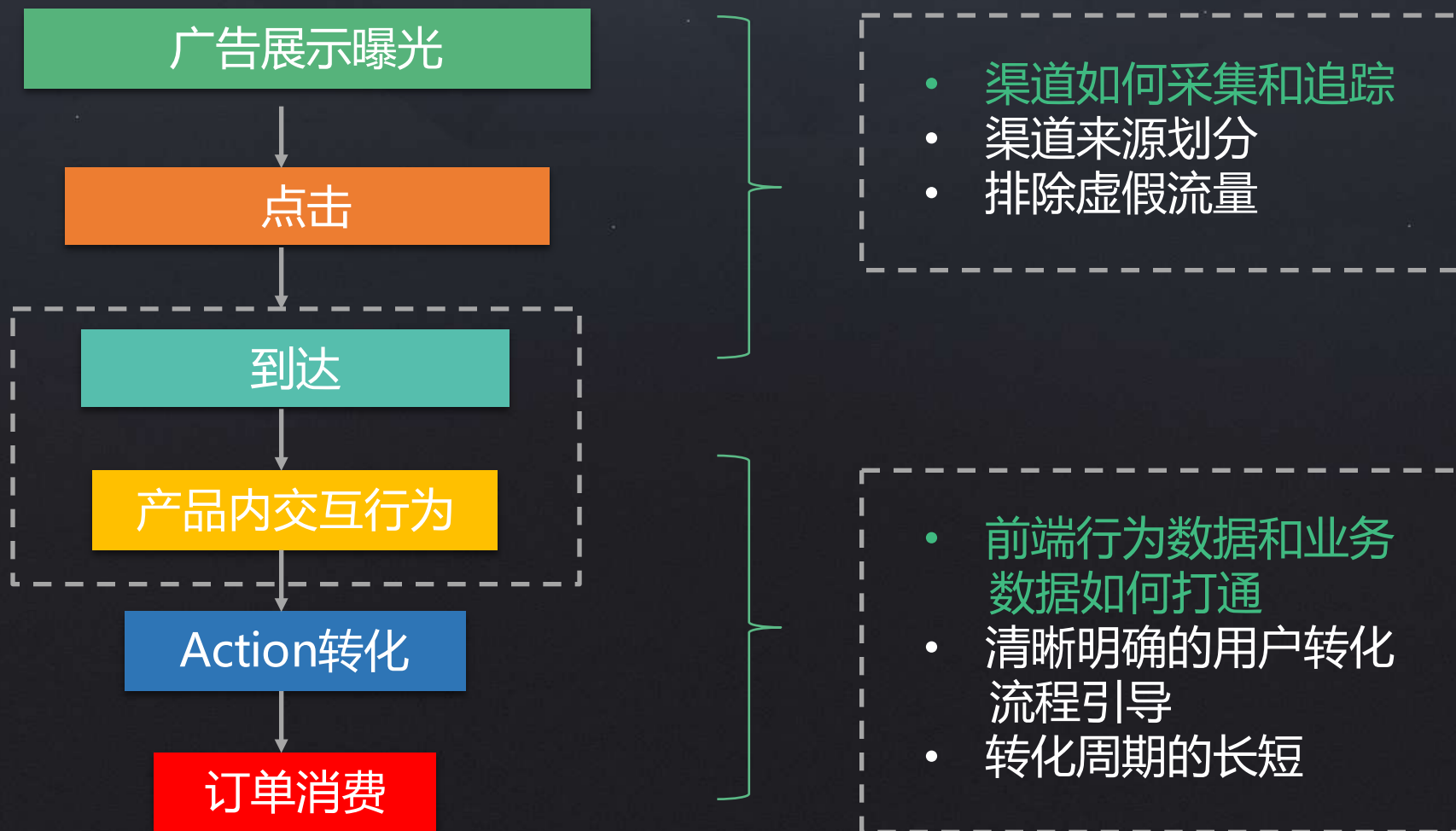
数据驱动营销闭环理论



建立用户容器，个性化推荐

参考：<https://zhuanlan.zhihu.com/p/26849339> 一张图读懂大数据市场营销分析

互联网营销全流程监控



渠道效果评估



1. 数据驱动营销闭环理论
2. 如何对渠道数据进行采集和追踪
3. 渠道选择和指标体系的评估构建
4. SEM 推广渠道评估案例
5. App 推广渠道评估案例

渠道数据采集和追踪

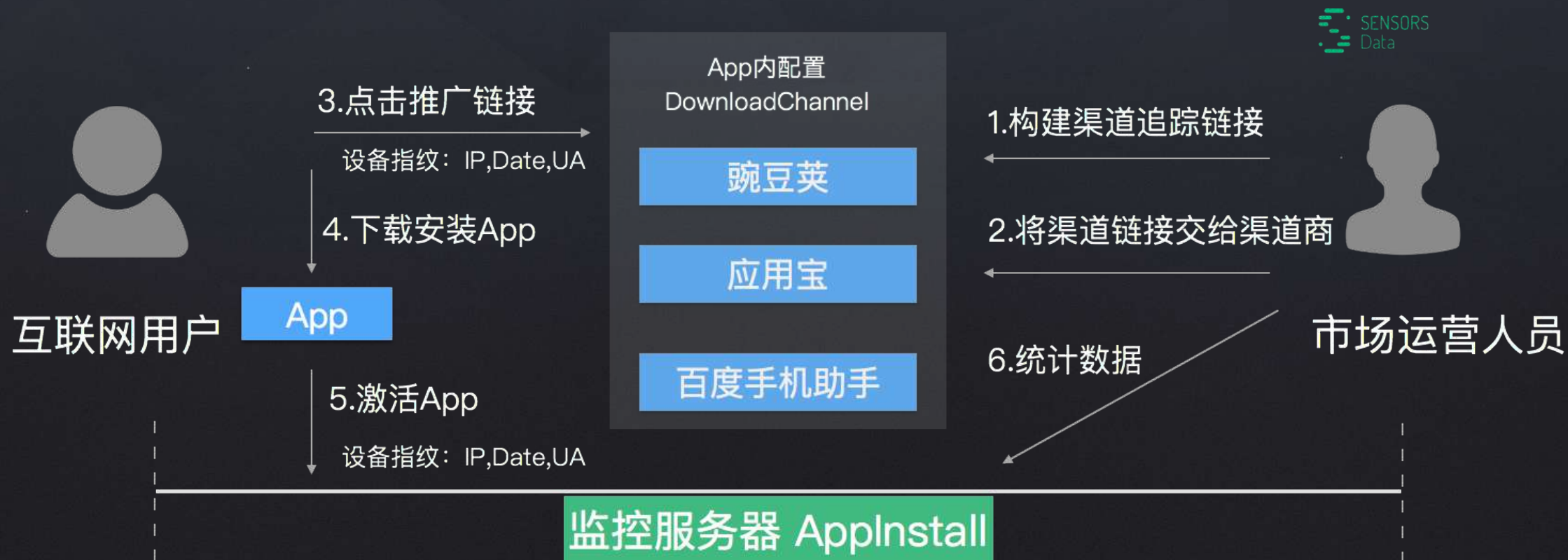


中文名	英文名	含义	示例
广告系列来源	utm_source	标记网站、邮箱、应用等来源	utm_source=baidu
广告系列媒介	utm_medium	标记Banner、CPC、EDM等广告形式	utm_medium=cpc
广告系列字词	utm_term	付费搜索，标明此广告的关键字	utm_term=shoes
广告系列内容	utm_content	主要用于A/B测试和按内容定位的广告。用于区分指向同一网址的广告或链接	utm_content=logo link;utm_content=t extlink
广告系列名称	utm_campaign	标记特定的产品推广活动或战略性广告系列	utm_campaign=spring

渠道数据采集和追踪



渠道数据采集和追踪



渠道数据采集和追踪

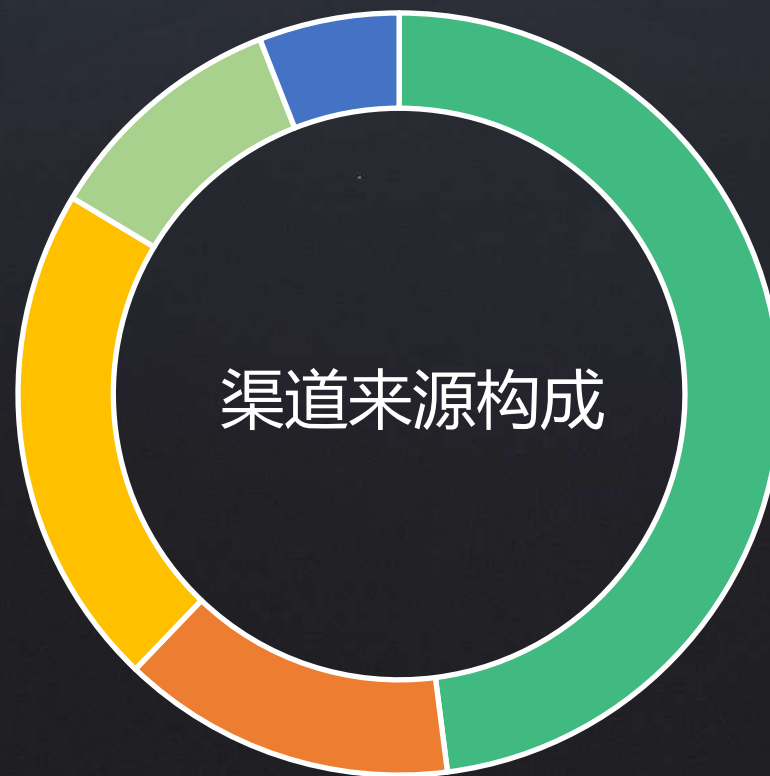


渠道效果评估



1. 数据驱动营销闭环理论
2. 如何对渠道数据进行采集和追踪
3. 渠道选择和指标体系的评估构建
4. SEM 推广渠道评估案例
5. App 推广渠道评估案例

如何选择合适的用户获取渠道



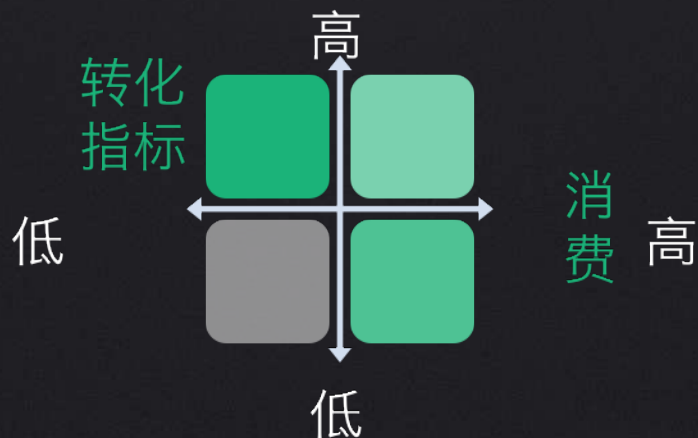
- 广告流量
- 自然搜索流量
- 直接流量
- 引荐流量
- 社交流量

如何选择合适的用户获取渠道

新用户获取的永恒公式：
 $LTV > CAC$



增长渠道选择受到 LTV 限制



渠道
选择

产品特点

面向对象，产品形态，所在行业，盈利模式

用户群体

用户画像，可能活跃在哪些渠道上

备选渠道

列出可能的备选渠道列表，广告流量、自然流量

筛选渠道

筛选最初的渠道，如大体量、免费或便宜、精准定位目标客群

优化渠道

不断优化已有渠道、拓展新渠道

如何选择合适的用户获取渠道

广告流量

- ✓ 展示类广告
- ✓ 视频广告
- ✓ SEM
- ✓ 信息流媒体
- ✓ 积分墙
- ✓ In-app 媒体
- ✓ 安卓应用商店 & App Store

自然流量

- ✓ SEO
- ✓ 内容营销
- ✓ 邮件营销
- ✓ 论坛、贴吧
- ✓ 微博、微信等社区
- ✓ 病毒营销
- ✓ PR 传播

其它流量

- ✓ 应用推荐
- ✓ 买量换量
- ✓ 海报
- ✓ 商务拓展
- ✓ 线下活动
- ✓ 地推
- ✓ 会议

如何选择合适的用户获取渠道



构建渠道评估指标体系

渠道规模指标

- ✓ 曝光量
- ✓ 点击量
- ✓ CTR
- ✓ 下载量/安装量
- ✓ PV/UV
- ✓ 新用户数
- ✓ 新用户占比

渠道质量指标

- ✓ 跳出率
- ✓ 平均停留时间
- ✓ 有效新增量
- ✓ 活跃用户数
- ✓ 核心事件转化率/量
- ✓ 转化时长
- ✓ 新用户留存率/复购率

渠道收益指标

- ✓ CPC/CPA
- ✓ 消费金额
- ✓ ROI
- ✓ 销售额
- ✓ 激活用户购买成本
- ✓ 付费用户购买成本
- ✓ 平均新增收入

渠道效果评估



1. 数据驱动营销闭环理论
2. 如何对渠道数据进行采集和追踪
3. 渠道选择和指标体系的评估构建
4. SEM 推广渠道评估案例
5. App 推广渠道评估案例

SEM推广评估实际案例——神策数据

SEM投放的关键因素



广告主愿意支付的最高费用

• 点击价格 (CPC)

- 广告主为网民的每次点击访问所支付的实际推广费用。

$$\text{点击价格(CPC)} = \frac{\text{下一名的综合排名指数}}{\text{自身质量度}} + 0.01$$

百度搜索推广排名由**综合排名指数**决定

$$\text{综合排名指数} = \text{质量度} \times \text{出价}$$

SEM推广评估实际案例——营销全过程追踪



解决方案

UTM
标记渠道

追踪网站
用户行为

追踪用户
注册试用

标记线索
渠道来源

神策分析

中文名	英文名	含义
广告系列来源	utm_source	标记网站、邮箱、应用等来源
广告系列媒介	utm_medium	标记Banner、CPC、EDM等广告形式
广告系列字词	utm_term	付费搜索，标明此广告的关键字
广告系列内容	utm_content	主要用于A/B测试和按内容定位的广告。用于区分指向同一网址的广告或链接
广告系列名称	utm_campaign	标记特定的产品推广活动或战略性广告系列

分析不同渠道

-UV / PV

-跳出率

-访问深度

分析不同渠道

-注册转化率

-试用体验深度

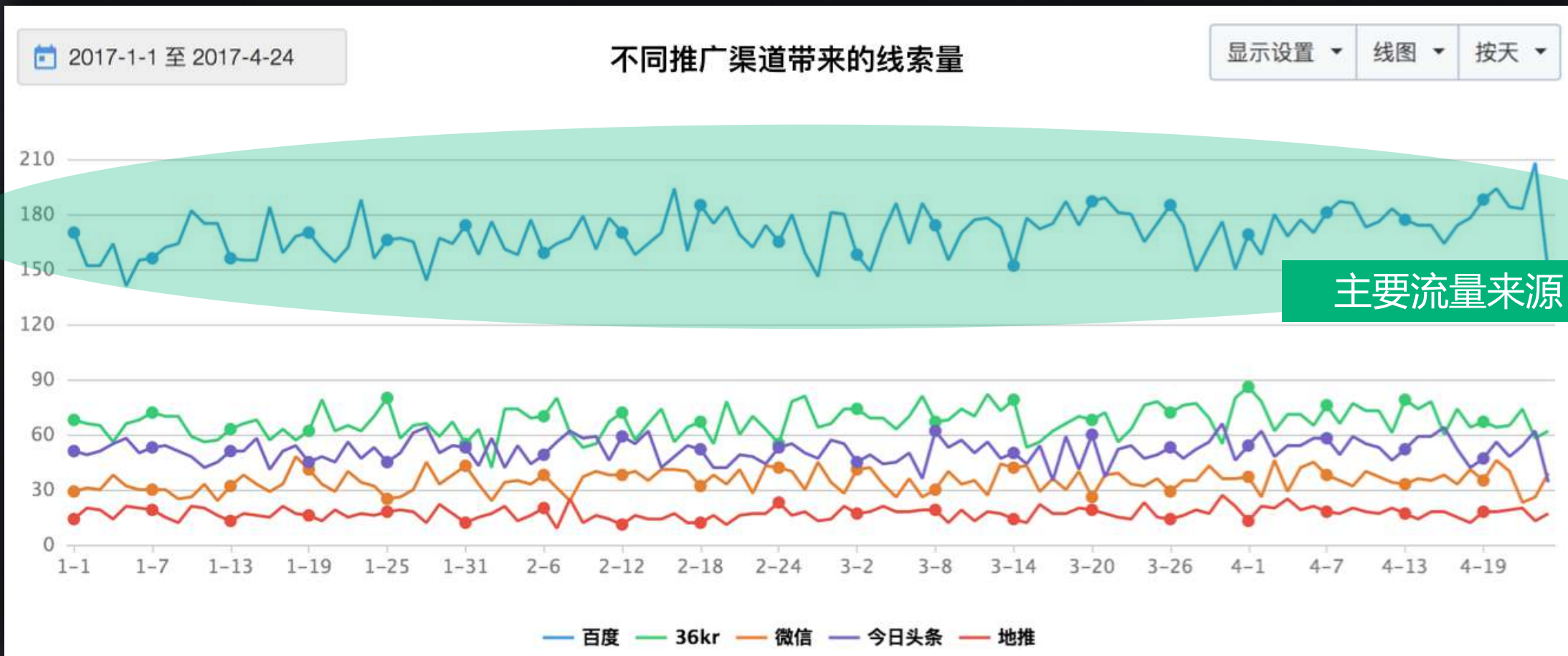
分析不同渠道

-线索转化率

-客户转化率

SEM推广评估实际案例——流量拉新，渠道投放评估

- 实时监测并整合对比分析，整合不同推广渠道带来的流量



SEM推广评估实际案例——渠道流量转化对比分析

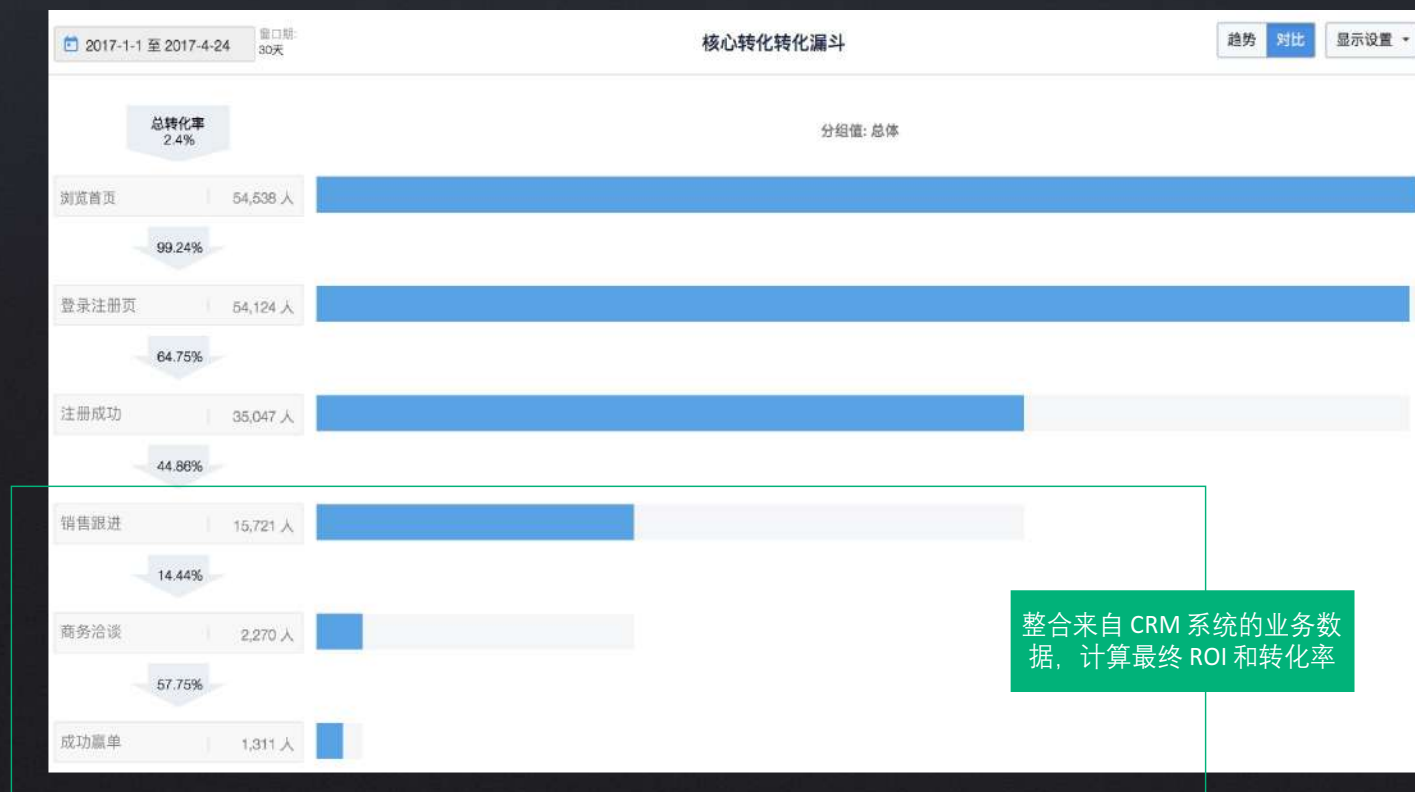
➤ 从百度和搜狗渠道来的流量，营销全漏斗最终转化对比分析，甄别最有推广渠道进行拓量



SEM推广评估实际案例——结合 CRM 的营销全漏斗分析

- 将营销推广数据与企业订单系统/ CRM 系统打通，了解最终真正完成付费转化，筛选出最优质、ROI 最高的推广渠道

TO B 营销全漏斗分析



SEM推广评估实际案例——关键词优化

优化效果

1

渠道追踪深入到 CRM 的客户阶段，深度评估渠道和词汇优劣

2

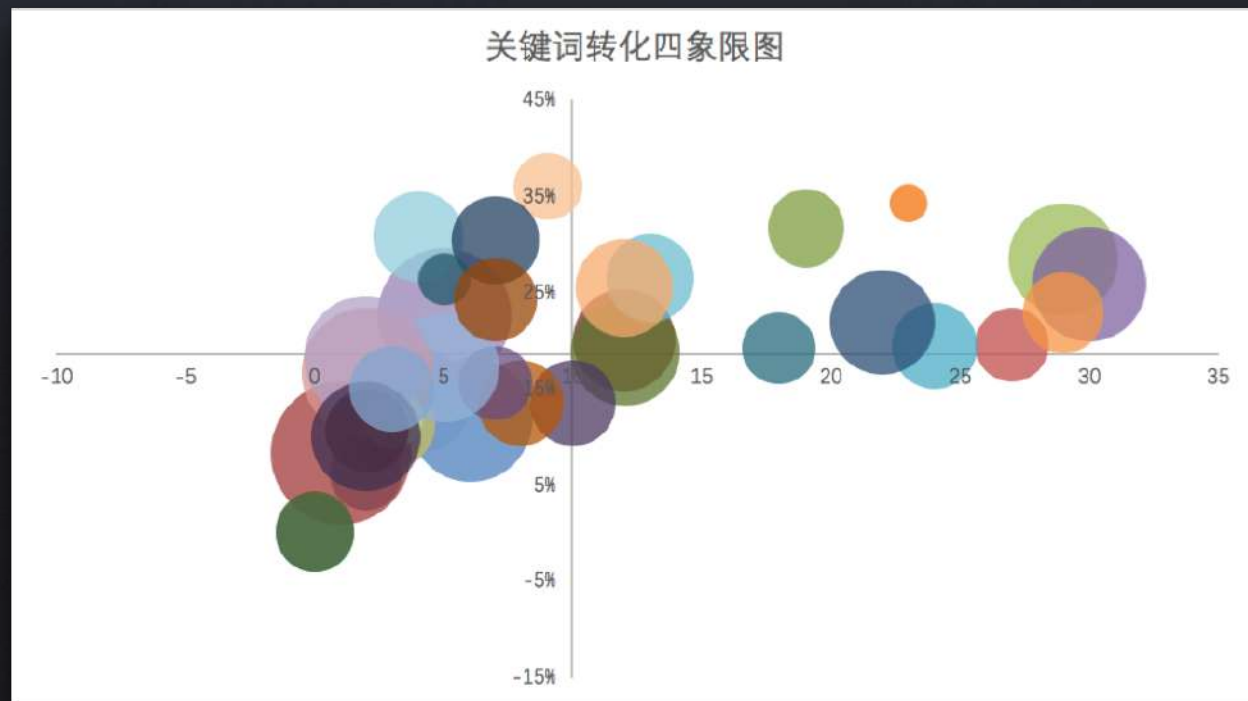
砍掉如**数据、用户**、客户**等大量无效行业词

3

加大如网站**、App**、**行为等核心词

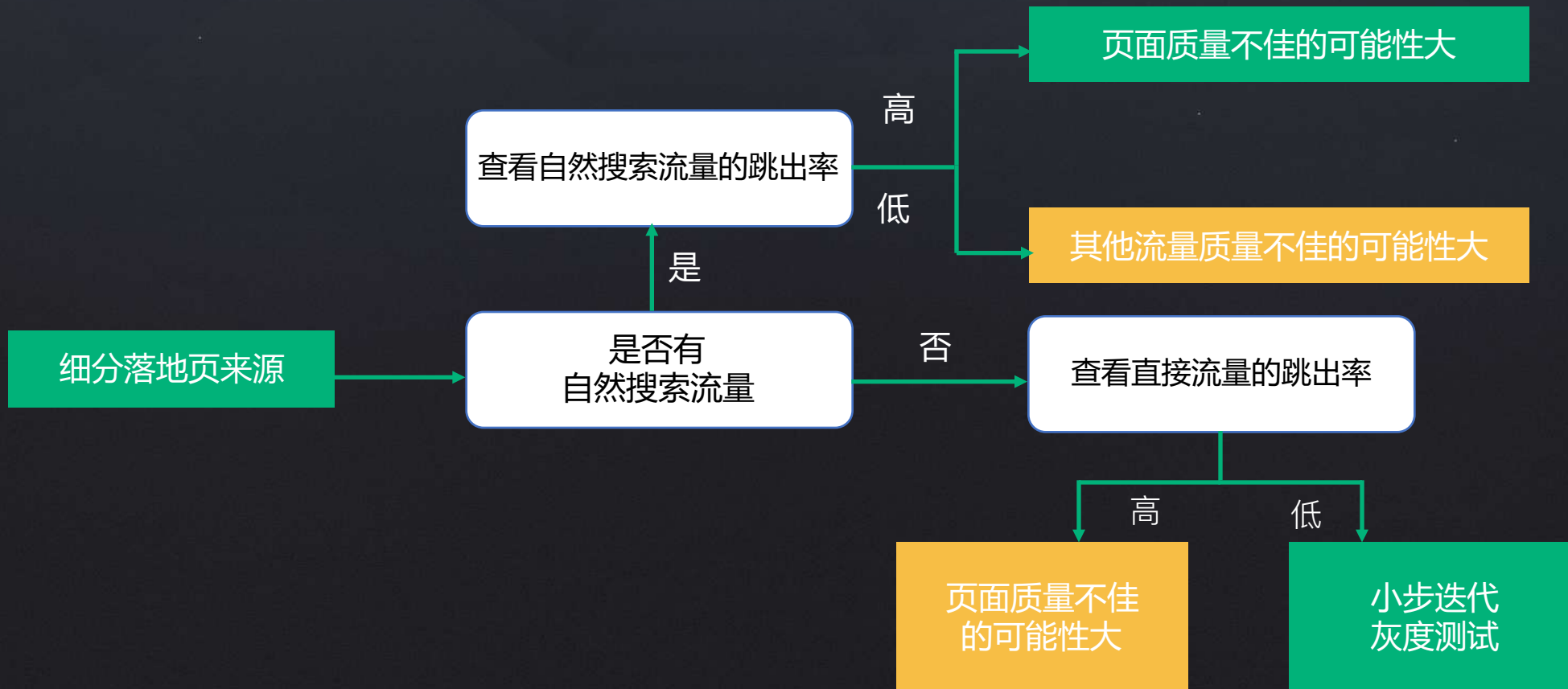
4

两个月，SEM 投放注册线索转化提升24%，客户转化提升18%



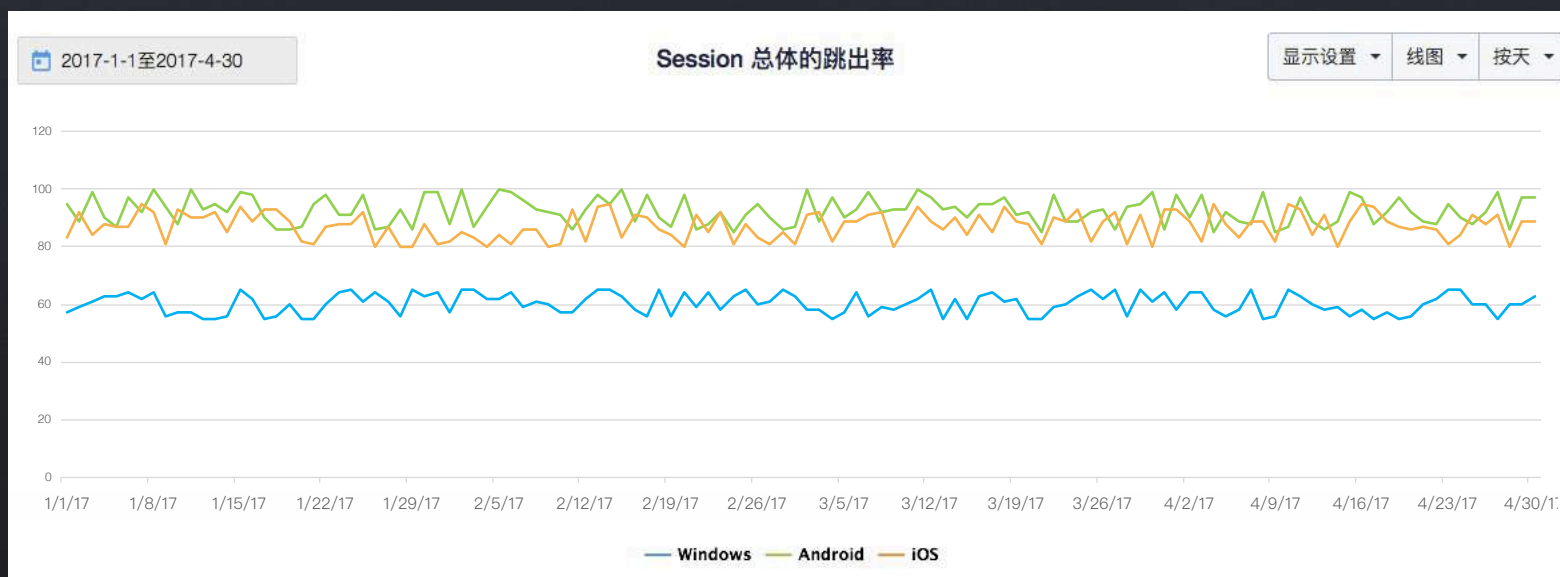
SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进

流量的问题还是落地页的问题？



SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进

1. 用户从“投放关键词——落地页——付费转化路径/指引/CTA/内容”设计不清晰，转化率较低
2. 付费投放页面，访客跳出率高、且移动端跳出率较 Web 端高出30%以上



核心量化
改进指标

提升访客转化率

优化转化路径和关键点设计

改进移动端跳出率

提升注册到 Demo 试用转化率

增加流量入口和 CTA

不同 CTA 转化率优化

SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进



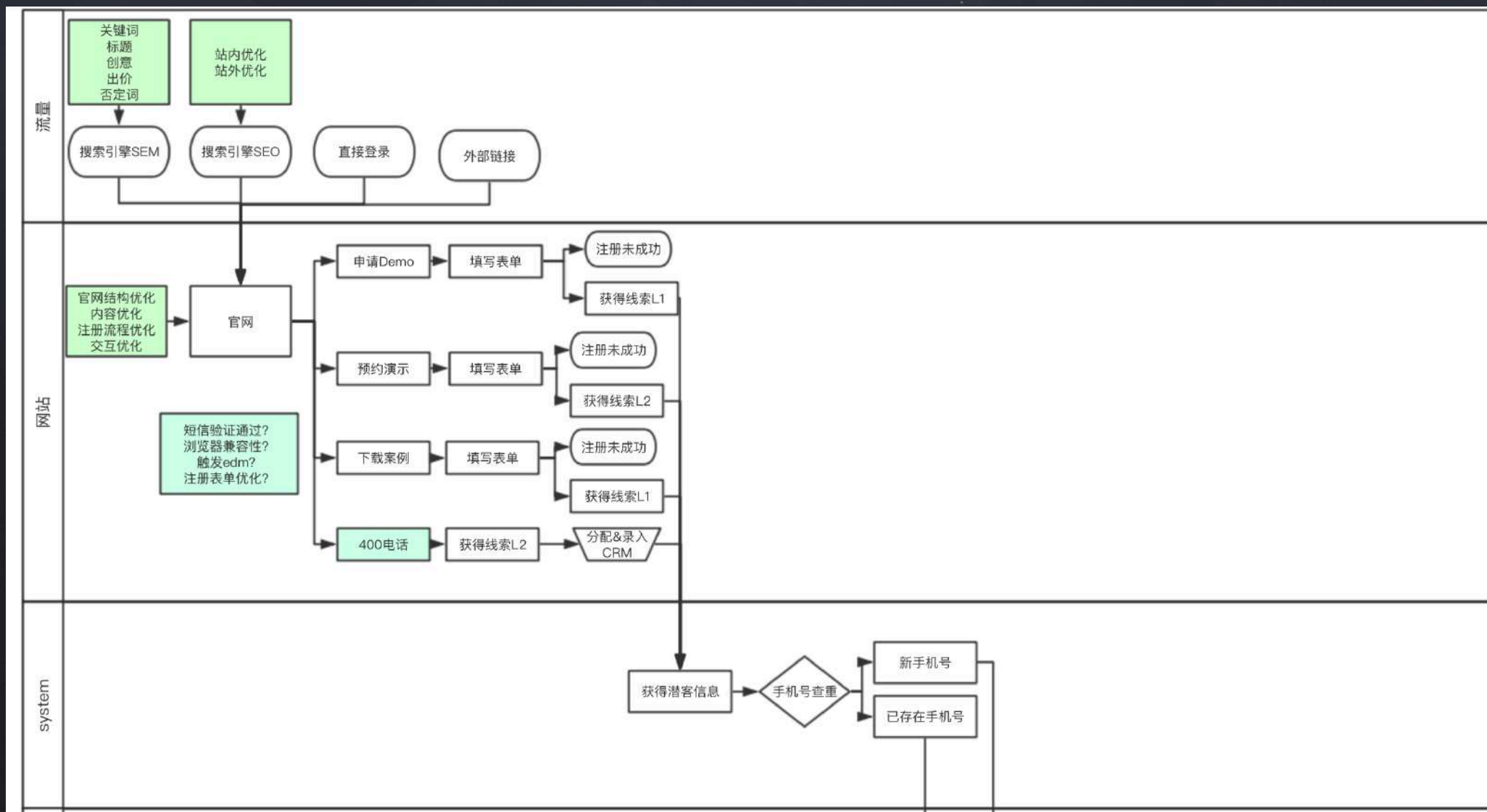
触达图



点击图



SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进



SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进

神策数据
SENORS Data

产品特点 解决方案 客户服务 用户中心 关于我们

申请试用 体验 Demo

轻松上手八大分析模型，多维交叉分析，深度了解你的用户行为，评估营销效果，优化产品体验，提升运营效率，在探索不同业务的关键行为中，洞察指标背后隐藏的故事。

勾勒用户画像

打通用户行为和业务数据，还原用户全貌。

提升营销转化

分析拉新流量和付费转化，甄别优质投放渠道。

精细化运营

分群筛选特定用户群，精准运营，提升留存。

优化产品

数据指引核心流程优化，版本迭代验证最佳效果。

了解更多

立即试用

神策数据
SENORS Data

产品特点 解决方案 客户服务 用户中心 关于我们

申请试用 体验 Demo

事件分析

最近三个月来自哪个渠道的用户付费最多？营销投放哪个更有效？

漏斗分析

从浏览商品，到点击支付时转化率流失情况如何？

留存分析

了解新用户产品的使用留存，复购率如何？

分布分析

揭示多个用户的产品使用偏好，营销策略如何？

用户路径分析

用户访问浏览过哪些产品？最佳路径是什么？

用户分群

过去 30 天购买过母婴商品的用户都有哪些？定向推送优惠精准营销。

点击分析

用户都点了哪个页面元素？哪个页面转化率最高？

用户属性分析

不同时间，住居用户的变化趋势如何？用户属性分布有哪些特征？

用户行为序列

用户未支付即流失，查看用户的行为行为记录，快速精准流失原因。

自定义查询

自定义数据看板，自定义数据分析和报表，满足客户个性化数据需求。

书签和数据概览

常用分析看板，保存书签，基于看板概览，实时查看消费数据概览。

App 消息推送

分析用户偏好，精准人群，定向推送消息，提升 App 使用率和转化率。

神策数据
SENORS Data

产品特点 解决方案 客户服务 用户中心 关于我们

申请试用 体验 Demo

注：Demo 数据为真实业务数据，仅为企业提供可适用的业务场景参考。

电商类产品 Demo

该案例是综合数十家电商类客户真实应用场景，而形成典型的使用案例，案例涵盖从流量获取、行为追踪再到交易转化全流程，展示业务人员从市场指标体系和分析模型，通过用户流量和业务数据的打通，完整的用户行为数据帮助电商客户科学决策。

点击登录

互联网金融类 Demo

该案例通过对用户行为轨迹的全程追踪来展示此类产品的分析需求，从渠道获客，到后续活跃和留存，再到最终的复购，以 Sensors Analytics 强大的多维分析功能评估每一分钱的投入产出比，告别粗放运营，优化获客渠道，提升老用户体验，以精细化运营的姿态应对行业变化。

点击登录

企业服务类 Demo

该案例模拟企业级服务类企业的典型应用场景，帮助处于不同发展阶段企业，实现获客获取和管理、客户服务流程的持续优化，从而提升整体营收的提升，在客户整个生命周期中，知道如何增强客户粘性，提升客户满意度，从而让保障客户续约率和提升 NPS 成为企业业绩持续增长的关键意义。

点击登录

零售类 Demo

该案例综合了几种典型业务形态的零售产品，用户行为包含有店主的线上订单，消费者在线上线下下的消费，案例帮助供应链或中间商客户了解需求用户行为的方式，订单流转，帮助店主了解消费者的消费方式，品牌与品类差异，为实现单品管理提供了可能。

点击登录

通用 Demo

该案例主要对内容和功能两个角度来描述此类产品的分析需求，内容上，通过数据点了解和分析内容偏好，从而为

点击登录

在线教育类 Demo

该案例是对在线教育类分析场景汇总后的典型示例，包含了这类产品的核心业务逻辑：固定-选课-付费-续费-续费-续费

点击登录

手游类 Demo

该案例是以一个典型的游戏类手游为分析模型，从推广和内容两个方面来描述手游类产品的分析需求，通过

点击登录

证券类 Demo

该案例是对证券类分析场景汇总后的典型示例，主要包含证券类 3 类核心业务：开户流程、股票交易、理财产品交易

点击登录

神策数据
SENORS Data

产品特点 解决方案 客户服务 用户中心 关于我们

申请试用 体验 Demo

基础数据采集

积累企业宝贵的数据资产

全面采集前端、后端和历史产生的所有数据，支持多种埋点方式，为企业建立完整数据仓库，深度挖掘数据价值。

全端采集

可采集客户端和服务端数据，不放过任何数据资产的价值。

多埋点方式

支持代码埋点，和全（无）埋点，按需选择，灵活组合。

历史数据导入

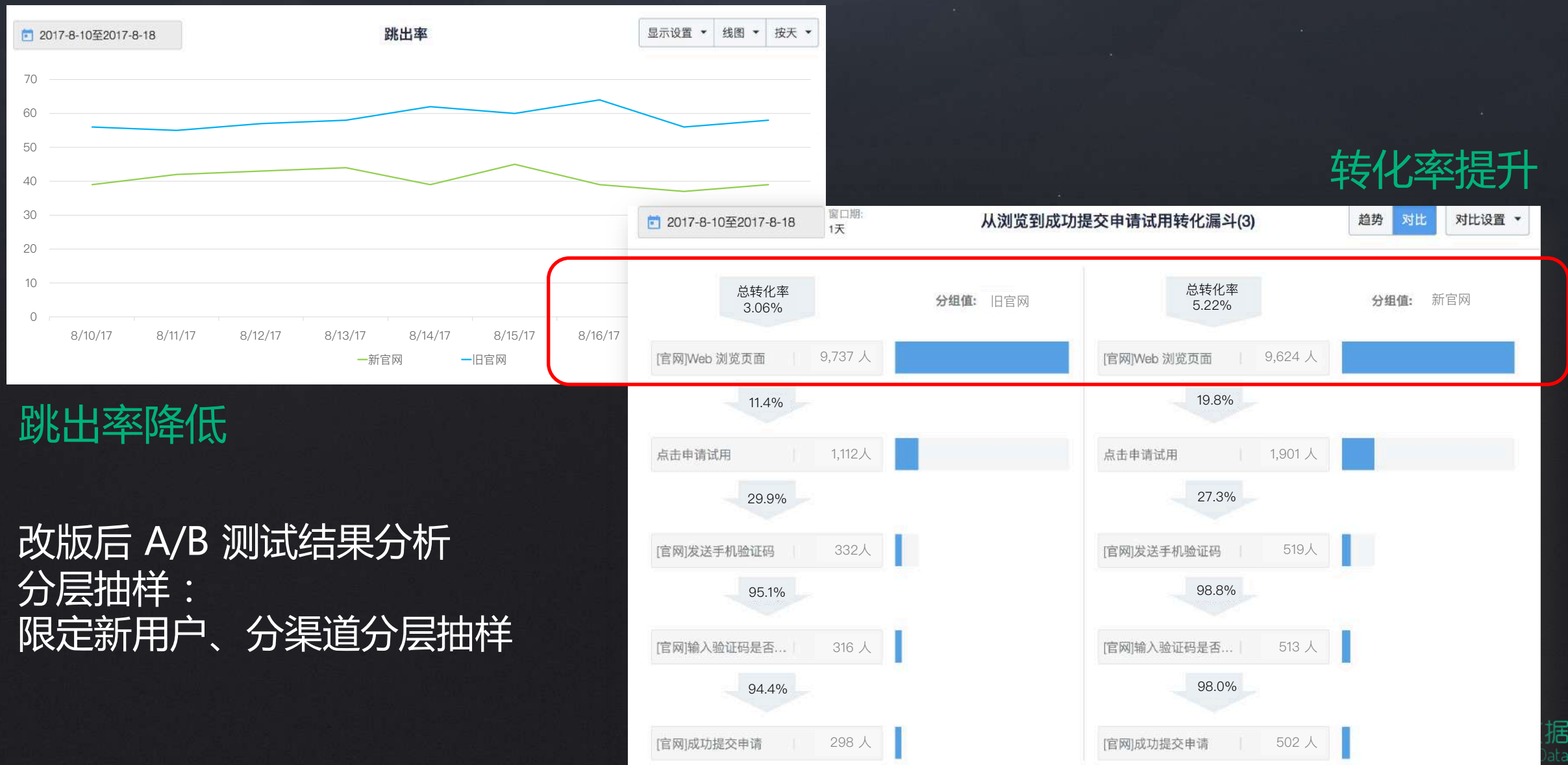
批量导入历史数据，让分析从有业务的第一天开始。

了解更多

立即试用

神策数据
SENORS Data

SEM专题分析——活动/H5营销落地页及优化与改进



跳出率降低

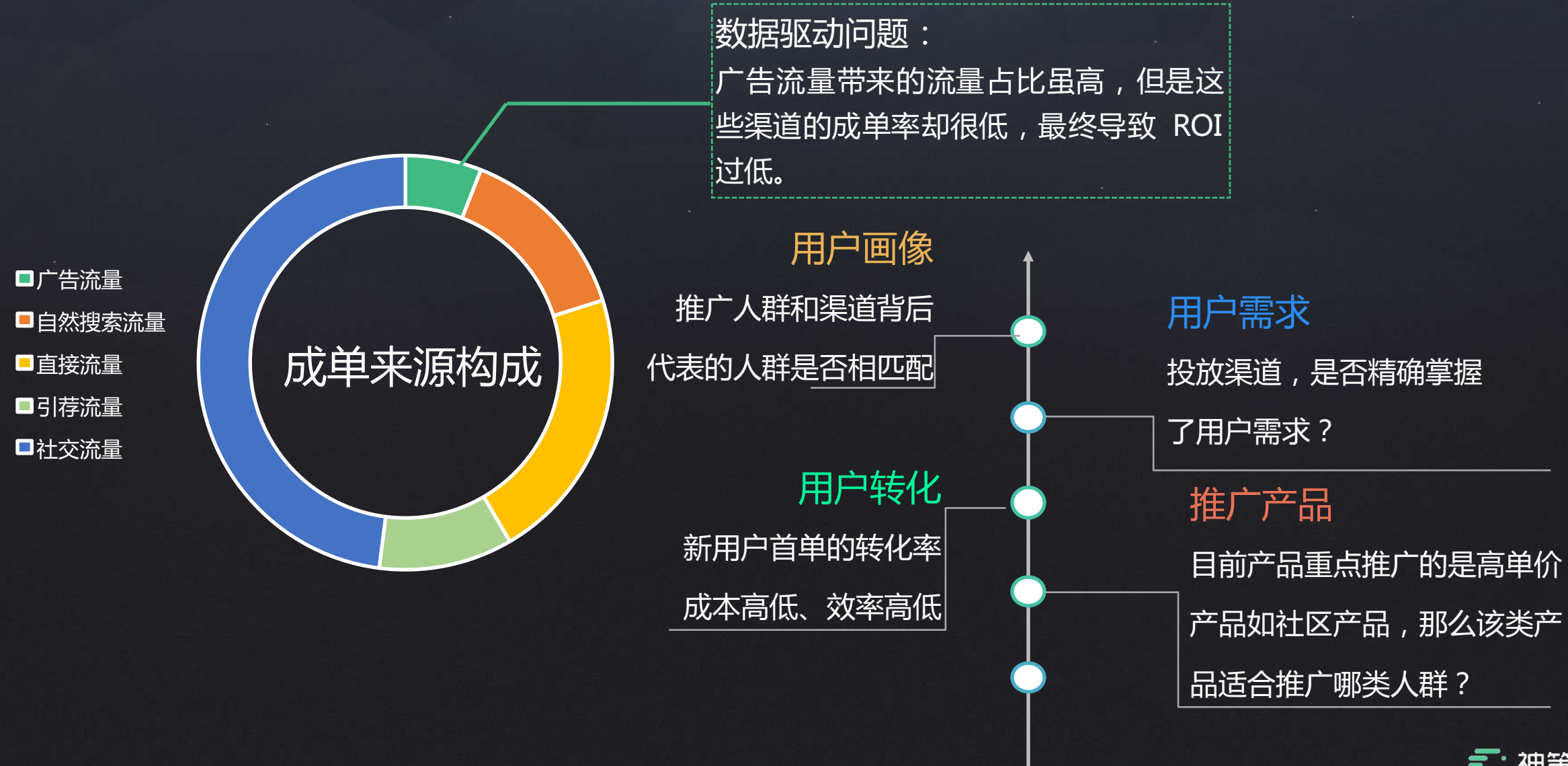
改版后 A/B 测试结果分析
分层抽样：
限定新用户、分渠道分层抽样

渠道效果评估



1. 数据驱动营销闭环理论
2. 如何对渠道数据进行采集和追踪
3. 渠道选择和指标体系的评估构建
4. SEM 推广渠道评估案例
5. App 推广渠道评估案例

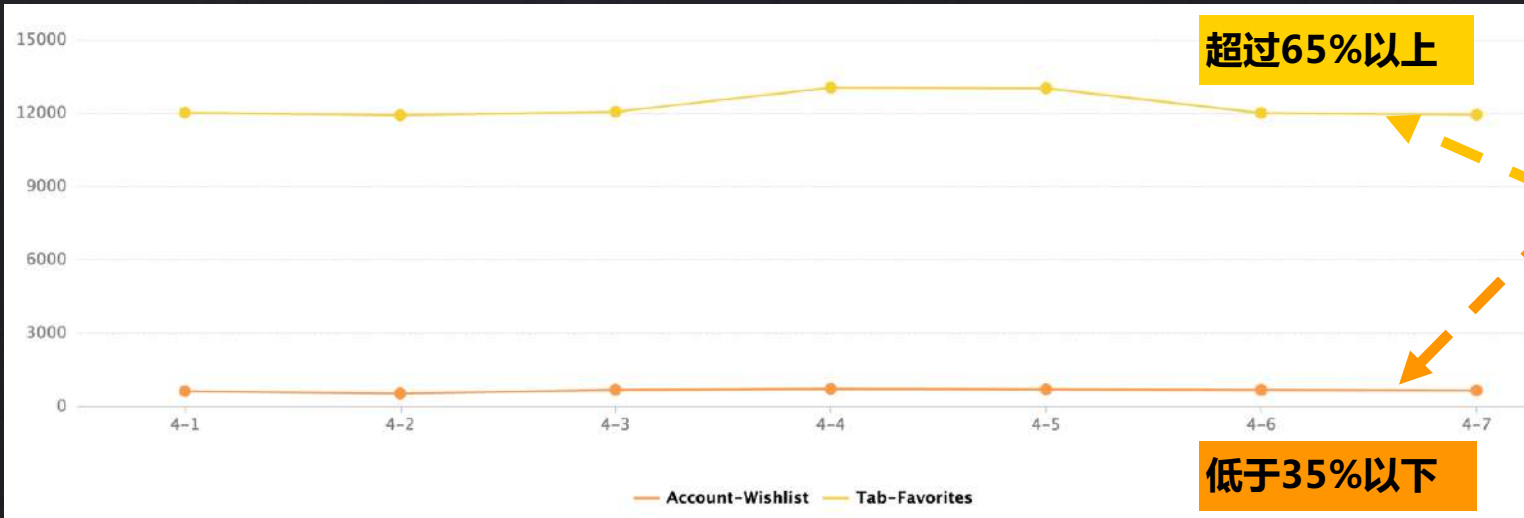
共享知识实际案例——某知识共享平台



共享知识实际案例——某知识共享平台

数据驱动问题：

渠道新用户从 Web/H5 投放页面进入产品，在购买页产生购买后，可以选择在 Web/H5 端继续使用，或者下载 App



共享知识实际案例——某知识共享平台

第一关键指标：App 首单转化率



解决两个问题：

渠道运营目标是增大用户下载 App 的比例，尽量将用户转移到 App 端

H5 落地页的渠道和下载激活 App 的渠道来源保持一致

H5 落地页上用户行为和 App 内用户行为保持一致

共享知识实际案例——某知识共享平台

优化思路

用户类型转化对比



产品类型转化对比



分析行为序列



发现共性问题

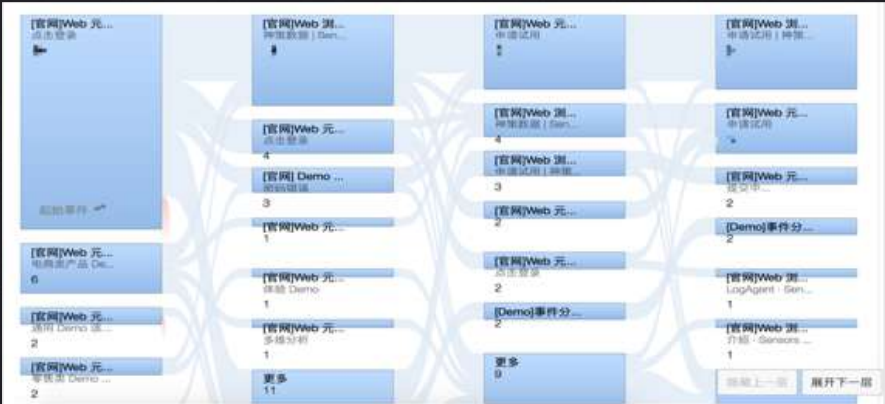


确定优化方案



验证优化效果

分析方法



关于神策数据



产品

神策分析（Sensors Analytics）针对企业用户的深度数据分析平台，提供从数据采集到分析应用的完整数据驱动解决方案。



团队

核心创始团队来自百度大数据部，从零到一构建了百度大数据日志平台，拥有十一年的数据分析实操经验。



成绩

神策数据（Sensors Data）荣获 2018 年大数据“星河 (Galaxy) 奖”最佳大数据产品奖。正式付费客户超过 500 家。



资本

完成 C 轮融资，华平资本领投，红杉资本、DCM等跟投。总融资额超 4 亿元。

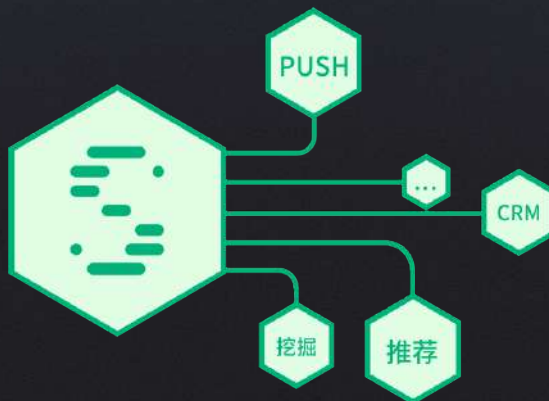
神策分析的特点

打造企业专属数据仓库
全面覆盖、统一管理、多维剖析



基础数据采集与建模

深度开发、灵活开放
整合打通三方系统



提供 PaaS 平台

数据安全、稳定可扩展
秒级导入与查询



可私有化部署

各行各业的客户认可



神策数据已服务 500+ 付费客户，为行业领导者实现数据驱动！

神策数据，帮助客户实现数据驱动！

THANKS

www.sensorsdata.cn

知乎专栏：数据分析方法与实践



更多案例及场景分析

广告投放“三板斧”

——流量、运营、创意

PROGRAMMATIC | AI | INTERACTIVE

Mintegral是移动营销领域领先的程序化互动广告平台，聚焦亚太，辐射全球，以AI技术为驱动，为全球游戏、电商、金融等行业广告主提供用户获取解决方案，帮助他们实现价值最大化。

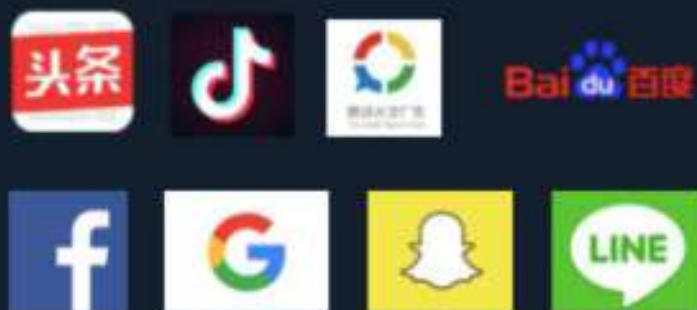
Mintegral平台通过创新的SDK技术对接了来自500+开发者超过1,500个顶级应用，为广告主提供最优质的视频、原生等互动广告资源。同时，Mintegral针对广告主的营销需求，利用量身定制的广告创意，基于先进的大数据分析和智能算法，通过程序化购买帮助广告主连接高价值用户，实现高效的精准营销，提高大规模用户获取的质量和效益。



第一板斧 “流量”

全球流量趋势

集中



下沉



Mintegral会做什么？

垂直化媒体接入 

新冒尖儿开发者快速接入 

高质量独立游戏扶持计划

.....



丰厚的合作
激励

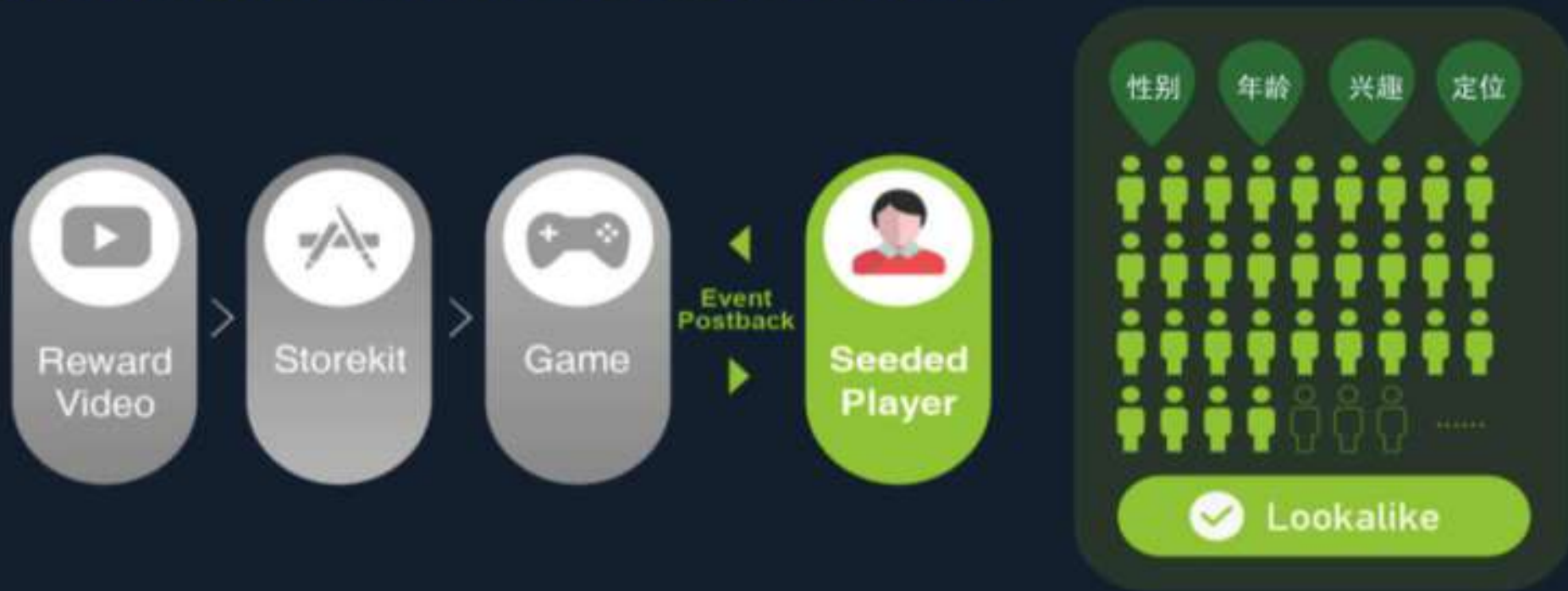
开发者扶持计划
变现奖励

第二板斧 “运营”

精准投放优化-支持多维度定向标签



质量优化策略-基于用户行为的验证及优化



1

与主流第三方对接Event Postback

2

开发者实时transperancy

第三板斧 “创意”



Creative Lab创意实验室

- 定制化创意支持提供个性化的广告体验
- 高效的创意生产提供丰富的A/B测试创意

激励视频/真人视频/小故事/试玩/仿VR/动态encard

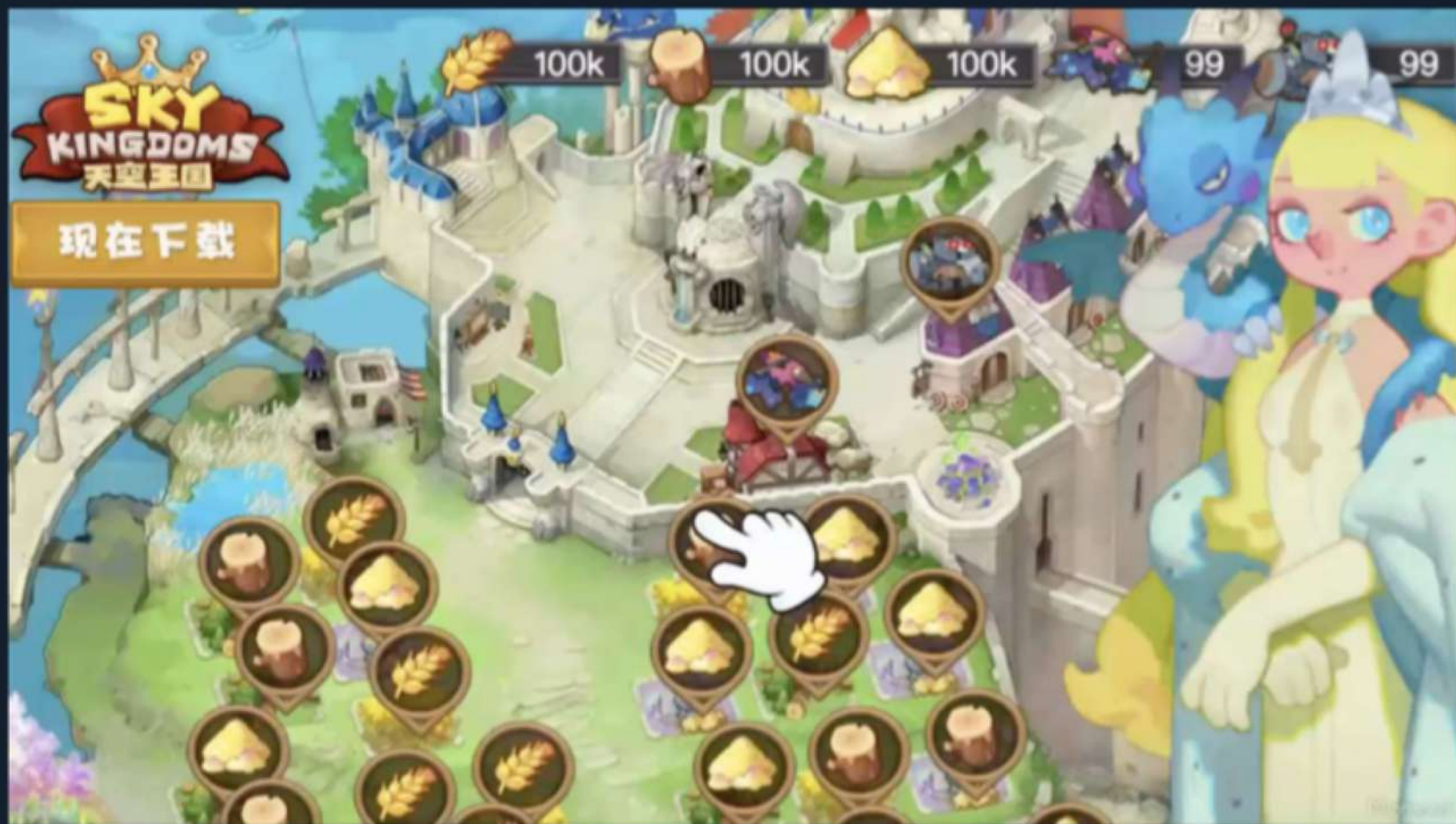
试玩素材-休闲小游戏-Splashy



试玩素材-剧情类-宫廷计



试玩素材-战略类-天空王国



试玩素材-场景类-星舰帝国



试玩素材-游戏情景-苍之纪元



试玩素材-卡牌类-克隆战争



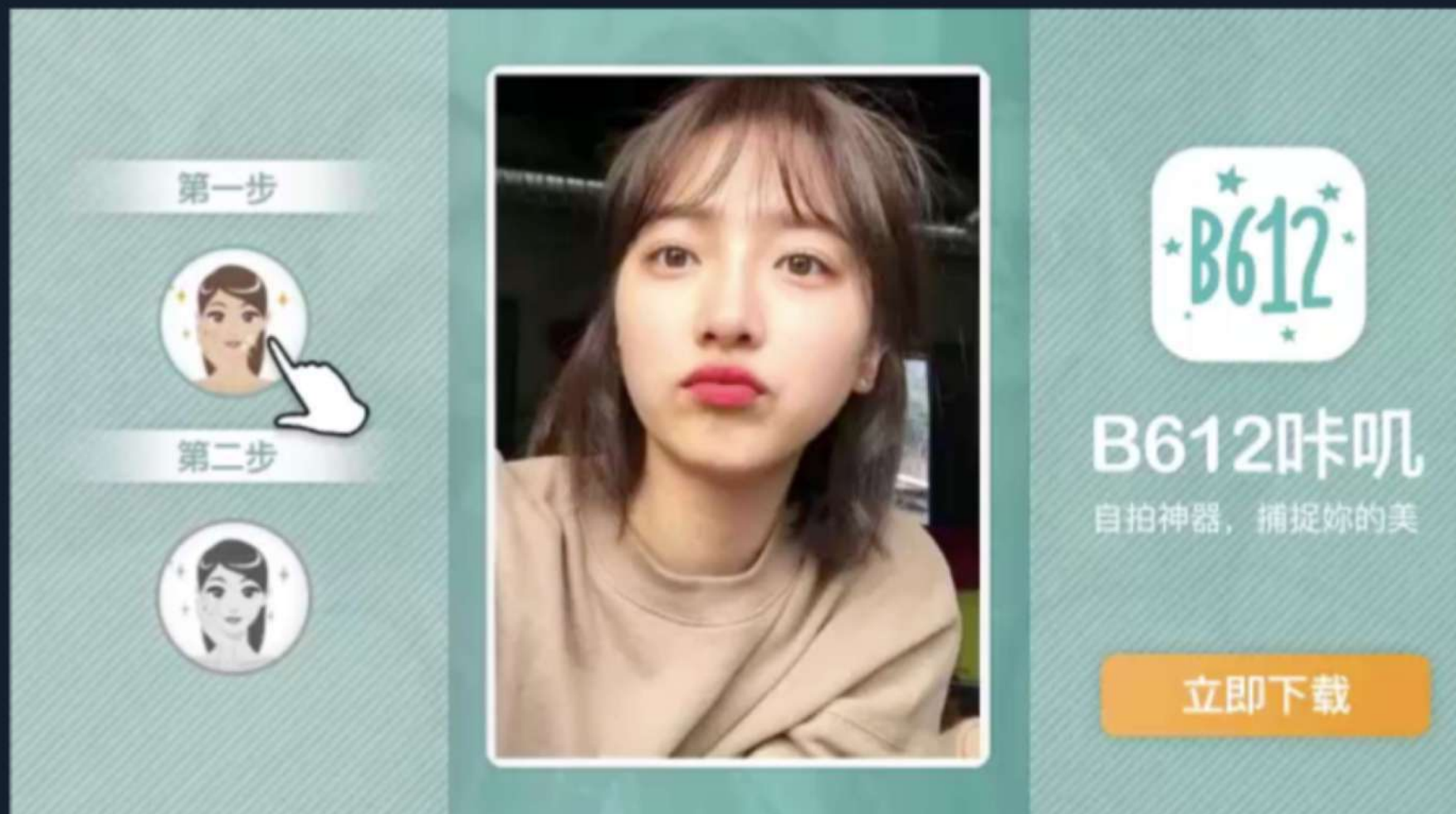
交互式encard-仿Vr素材-暗黑荣耀



交互式encard-仿Vr素材-agoda



交互式encard-体验产品-B612



谢谢大家！



范否vincentfan

北京 朝阳



扫一扫上面的二维码图案，加我微信

Thanks !

商业合作 / 咨询 / 服务 / 招聘:

Tel:010-65000819

Email: hello@zingfront.com

更多资讯请访问: ZingFront.com

