



## 案例研究

# SPOTAD的数据驱动技术助力问道实现更高的投资回报率和用户均收入

### 目标:

- 产生下载和注册行为
- 激励应用内的购买行为, 增加产品收入
- 提高投资回报率(ROI)
- 提高用户留存率, 打造一批忠实玩家

### 步骤:

- 探索——首先, 从所有广告交易平台购买媒体, 在目标用户市场获取最大数量的潜在用户群, 并收集相关数据
- 优化——利用所收集的数据和客户的反馈优化广告推广活动
- 建模——建立人工智能算法模型持续搜寻新的媒体资源, 同时充分利用预算, 保持推广活动的良好表现。

### 途径:

- 使用特制的游戏用户列表进行精确定向投放
- 充分利用客户和广告交易平台提供的大数据
- 用户再营销

### 策略:

- 根据不同城市特制素材, 定向投放
- 在不同网站上测试多种广告位, 优化广告投放效果
- 投放横幅广告, 激励有效付费行为
- 根据尺寸, 内容和形式 优化素材
- 每周召开一次优化会议

### 效果



超过 **1.8** 亿次  
展示量



超过 **5** 万  
新用户注册  
(仅IOS)

超出客户预期的高投资回报率

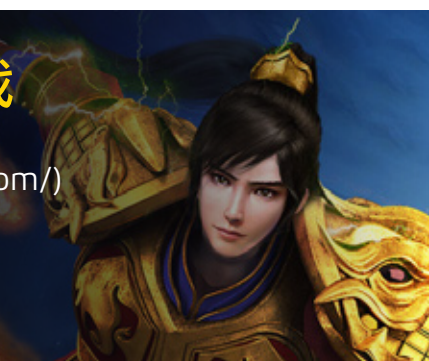
### 推广活动信息

#### 客户: 雷霆游戏

游戏: 问道 (wd.leiting.com/)

时间: 2016.09-2016.12

目标市场: 中国



### 关于spotad

以色列的移动广告公司spotad, 将自身的机器学习系统与累积的用户市场数据相结合, 创造出能够实时、程序化地购买所有移动广告位的DSP (需求方平台)。spotad有着利用人工智能投放移动广告的先进广告科技。除位于以色列的总部之外, spotad在旧金山, 纽约, 伦敦和北京均设有办公室。spotad现已与所有全球顶尖广告交易平台对接, 包括中国的百度, 阿里巴巴, 新浪和微博等。

### 客户评价

“从合作开始我们就感到十分惊喜, spotad的人工智能科技成功地扩大了品牌宣传规模, 投资回报率和用户均收入整体提高, 这正是促使我们优先与spotad合作的理由。spotad通过优化推广活动成功降低KPI, 帮助我们实现了营销目标。除了必然保证企业满意度以外, spotad团队还非常专业。我们期待继续发展双方的合作关系, 继续与其共事。spotad, 太棒了!”

Lin Shan  
市场营销经理