Golden Traffic

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

开发背景：

移动互联网进入下半场，人口红利消失，移动营销继续高速发展，日趋增加的流量需求必然导致流量供应的紧张，流量尤其是优质流量的争夺进入白热化阶段；
中国互联网市场的流量向头部类媒体转移，而这些流量也在快速进行流量变现。几乎所有的主流媒体都有自己投放广告的平台，客户是选择“官方平台”还是用第三方聚合平台。
Golden Traffic 平台在搭建之初就确定专注投放优化全智能、数据价值最大化的效果投放平台的定位，致力于聚焦头部优质媒体，利用领先技术和创意实现质量和量级双保证。通过整合国内多样优质流量资源打造灵活可控的高性价比流量池、丰富的创新推广形式、多维度运维优化方式等为效果保驾护航，更有专业团队提供 7*24 小时管家式服务，全面服务于效果。

开发时间：

2018 年 3 月

年度表现：

基于摩邑诚洞察 TA，全链营销的品牌理念，Golden Traffic 在搭建之初就确定专注投放优化全智能、数据价值最大化的效果投放平台的定位，致力于聚焦头部优质媒体，利用领先技术和创意实现质量和量级双保证。

Golden Traffic 通过整合国内多样优质流量资源打造灵活可控的高性价比流量池、丰富的创新推广形式、多维度运维优化方式等为效果保驾护航，更有专业团队提供 7*24 小时管家式服务，全面服务于效果。

Golden Traffic 已成功助力《风之大陆》、《烈火如歌》、《大掌门 2》、《武林外传》等游戏实现精准营销，力求高性价比触达真实用户，用效果说话，与广告主携手共赢。
经过近一年的开发、运营 Golden Traffic 已接入市场上大多数主流移动流量交易所，日均请求 50 亿+。依托于流量、技术、数据及服务优势，Golden Traffic 专注产品优质用户导量需求，注重效果，自主研发智能投放引擎 oCPC 成为业界标杆，领跑游戏等行业。

荣获第五届“TMA 移动营销大奖年度最佳移动广告投放平台“称号；另外，摩邑诚凭借 Golden Traffic 的强力表现荣获 2018 年“天府奖最佳移动游戏营销平台”称号。

使用说明

准备期：

流量策略-梳理待推广产品核心卖点，积累数据，优先大量级流量导入等；

执行策略-基于平台大数据定向捕捉价值受众，智选真实高转化用户等；

测试期（一般 1-2 周）：

流量策略-聚合各类型量大而质优的头部效果流量，达到量-价-效最优配比等；

执行策略-根据目标用户设置定向，并测试素材效果；根据目标结果调整投放策略，优化素材和定向等；

爆发期（一般 20-30 天）：

流量策略-精细化运营，增大量级导入优质流量等；

执行策略-结合多广告形式，不断伤心素材测试，结合定向组合做 A/B test 等；

稳定期（趋于长期投放）：

流量策略-稳定维护，提升 ROI，实现高转化等；

执行策略-结合 lookalike、号码包、OCPA 等，保持素材新鲜度，勇于尝试新的广告形态及资源投放等。

应用实例

案例及效果

《风之大陆》— 二次元治愈系游戏

推广背景↓

二次元设定+MMORPG玩法，台湾端游IP，同类型竞品有《苍之纪元》、《幻想计划》，客户iOS端要求成本较同类产品偏低。

推广策略↓

精准定位人群，多类型素材同时上线，涵盖品宣、端游IP、人物/萌宠、玩法视频等，多角度吸引不同类人群，投放当日就达到成本要求，并不断更替新素材，达成稳定投放。

推广效果↓

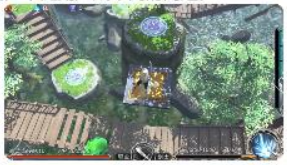
√ ROI良好　√ 前期iOS投放成本70元/A　√ 稳定期成本 80-100元/A　√付费率高于平均水平

案例及效果

《幻想计划》——攻克推广难点

推广背景↓

1.6G包体，上线前期面临二次元市场受众有限，常规媒体难以发掘核心客户，泛用户成本高的问题。



推广策略↓

洞察目标受众，精准定位产品卖点，找到市场上少有出现的休闲+格斗玩法，克服投放难点，快速起量。

推广效果↓

√原创素材CTR提升1.5%　√保持高转化率　√成本最低到达30+

案例及效果

《武林外传》

推广背景↓

武林外传包体1G，虽有超强IP，但面临多代理多账户同时瓜分市场造成的频控及抢量问题。

推广策略↓

深度挖掘《武林外传》，借助影视及端游积累的口碑及影响力，从用户属性细分入手精准选择符合人群标签的素材（原画、影视、端游以及混剪视频）；配合对媒体投放独有的思路，在投放前期，冲出重围；以较低的成本获取了大量新增。

推广效果↓

√次留41%　√七留20%　√初期快速暴量　√中期稳定ROI投放