



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight



# 全流程数字广告效果评估方案

央视市场研究股份有限公司 媒介与消费行为研究部

2020年3月

# 目录

## CONTENT

- 01 公司介绍
- 02 CTR广告效果评估与营销优化体系
- 03 广告效果评估与营销优化实现方案
- 04 报价

# 01 CTR是谁

Who is CTR



央视市场研究



P 3

国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight



# 02

## 业务特色

Business Feature

### 提供高附加值的信息和洞察

提供连续性市场信息、全方位高附加值的趋势分析和市场洞察，旨在帮助客户深入理解商业环境，解读前瞻性趋势，为企业营销决策提供依据。研究覆盖了媒介经营与管理、品牌与广告传播及消费者研究等诸多领域。



# 我们的客户



# 目录

## CONTENT

- 01 公司介绍
- 02 CTR广告效果评估与营销优化体系
- 03 广告效果评估与营销优化实现方案
- 04 报价

# 广告效果评估业内服务现状——割裂断层

- 广告从投放到最终的效果评估，有四个方向的问题需要解决，但目前业内服务参差，断层割裂。



# CTR推出全流程数字广告效果评估方案，提供更多选择

2018年6月，秒针系统（Miaozhen Systems）和 AdMaster（精硕科技）合并，加码监测服务可选择范围缩小。

## 定位目标人群，精准种草

- 社交媒体聆听与洞察  
捕捉目标客户全平台社交习惯
- 去水去噪模型  
准确还原用户真实讨论
- 舆情实时搜索与负面预警  
第一时间发现舆情
- 目标人群画像  
找到潜在用户特性
- KOL去水后前选前测后测  
还原KOL真实数据与投放效果
- 精准推进兴趣人群到购买人群  
社交个人属性与电商数据打通



## 全链路数据打通 营销自动化

- CDP+DMP+SCRM  
品牌数据中台 打破数据孤岛
- 微信社群运营与小程序营销  
群管理 群聆听 群裂变
- CEM  
多触点打通为统一用户识别

## 测量广告有效流量

- 广告效果测量  
权威媒体认可的第三方数据结算
- 异常流量排查  
避免无效流量 节约成本
- 多屏预算分配  
提高目标用户覆盖率
- 竞品/行业广告策略洞察  
知己知彼 打破封闭数据认知
- 线下屏广告测量  
打通线上线下用户生活轨迹

CTR是电视、户外等主流媒体的监测数据供应商。现推出全流程数字广告效果评估方案，为客户提供更多选择。

## 丰富的研究经验

- 广告监测  
-始于1995年
- 植入广告效果评估  
-主流综艺植入监测
- 融合媒体研究院  
-融媒体网络传播力

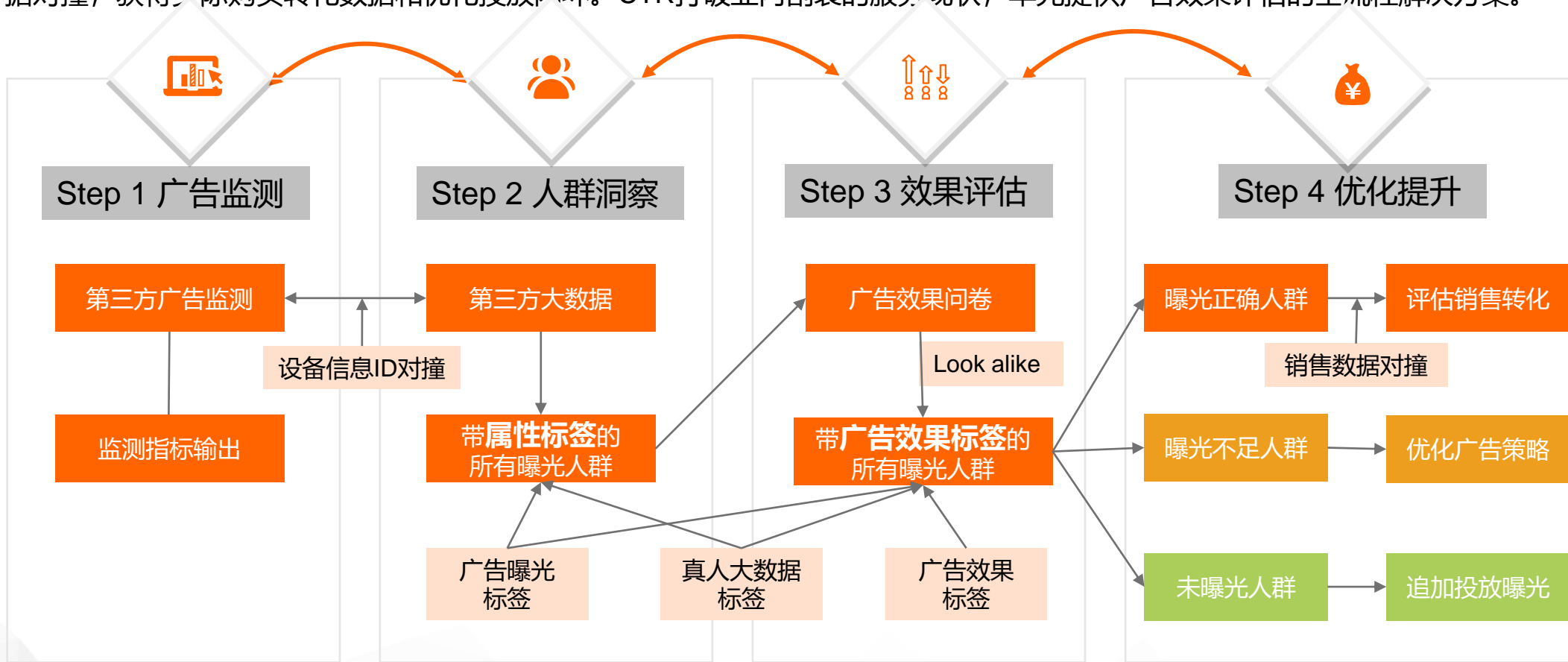
## 技术能力



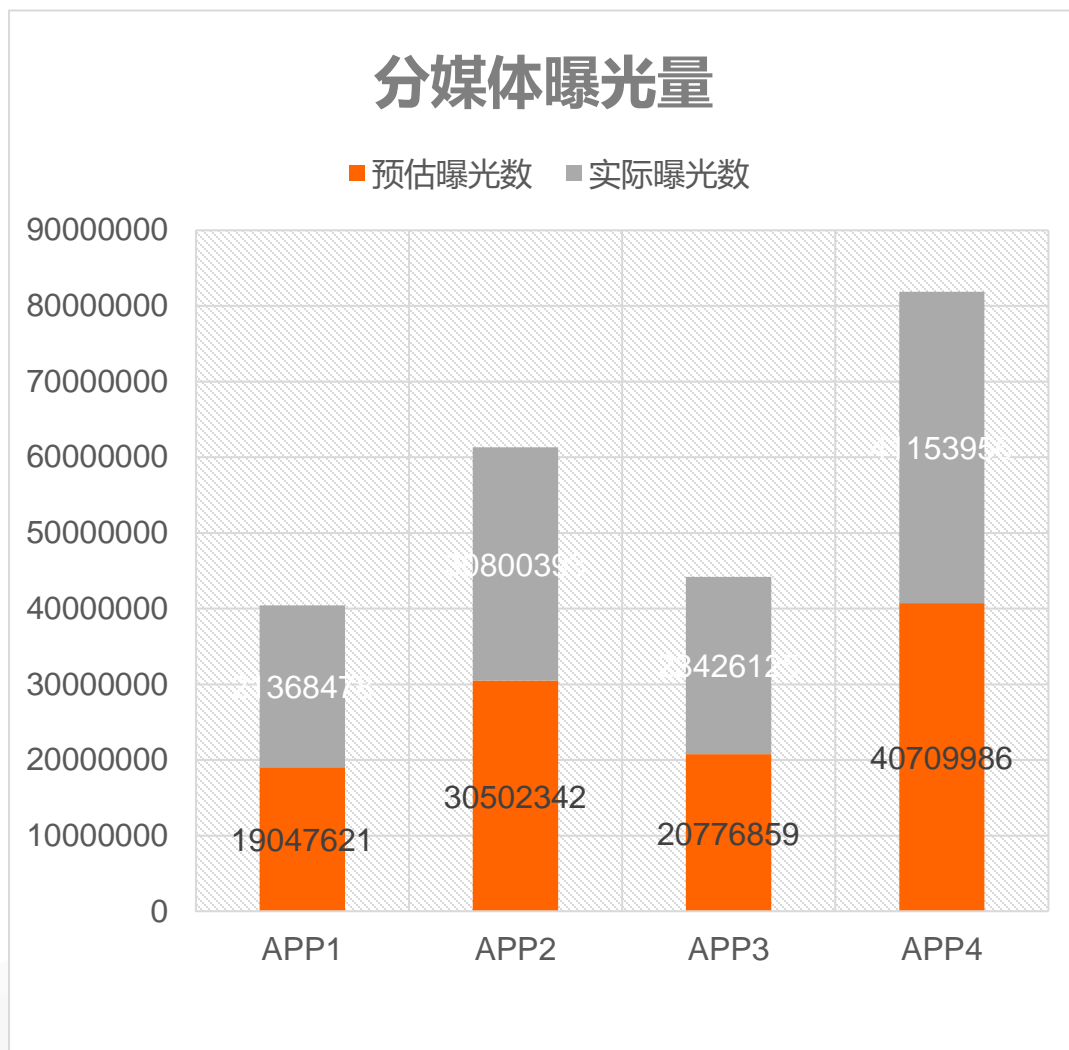
- 20年+连续数据库  
始于1995年
- 5个数据平台  
广告监测数据统计分析软件（AdEx Power）  
电视广告串播查询系统（AD Search）  
广告版本素材库（Ad Bank）  
户外视频媒体收视测量体系（Infosys OOH）  
客户在线服务平台（ctrmi.com）
- 6大监测技术  
MTR图像识别  
ARS声音识别  
众拍平台

# CTR数字广告评估全流程解决方案：监测—洞察—评估—优化

- 基于实时监测设备信息ID，对接真人大数据标签系统，完成对实际曝光人群精准投放问卷并评估广告效果，并进一步与品牌销售数据对撞，获得实际购买转化数据和优化投放闭环。CTR打破业内割裂的服务现状，率先提供广告效果评估的全流程解决方案。

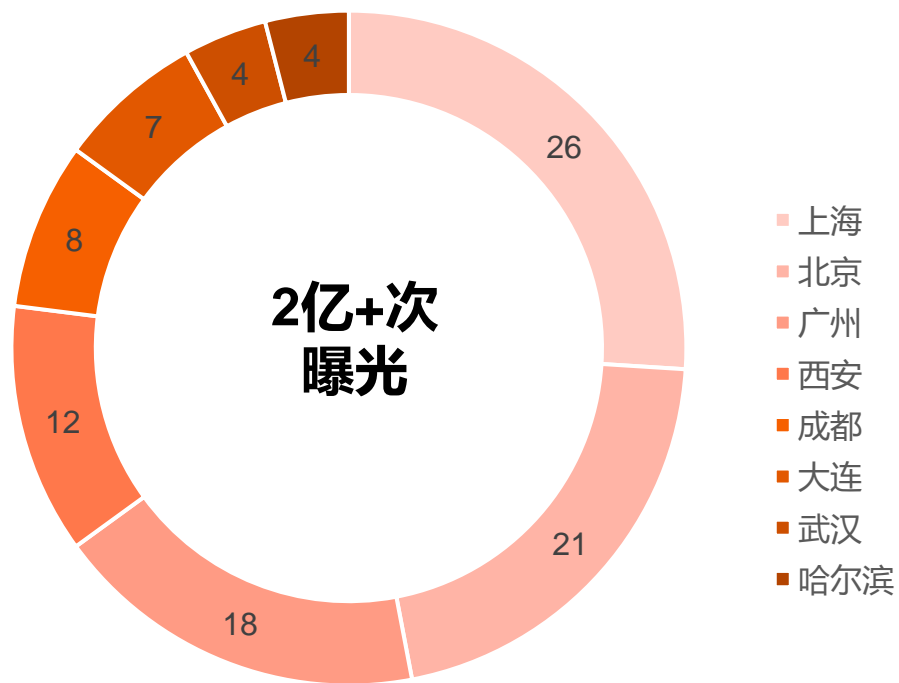


# CTR广告效果评估与营销优化系统输出——监测结果

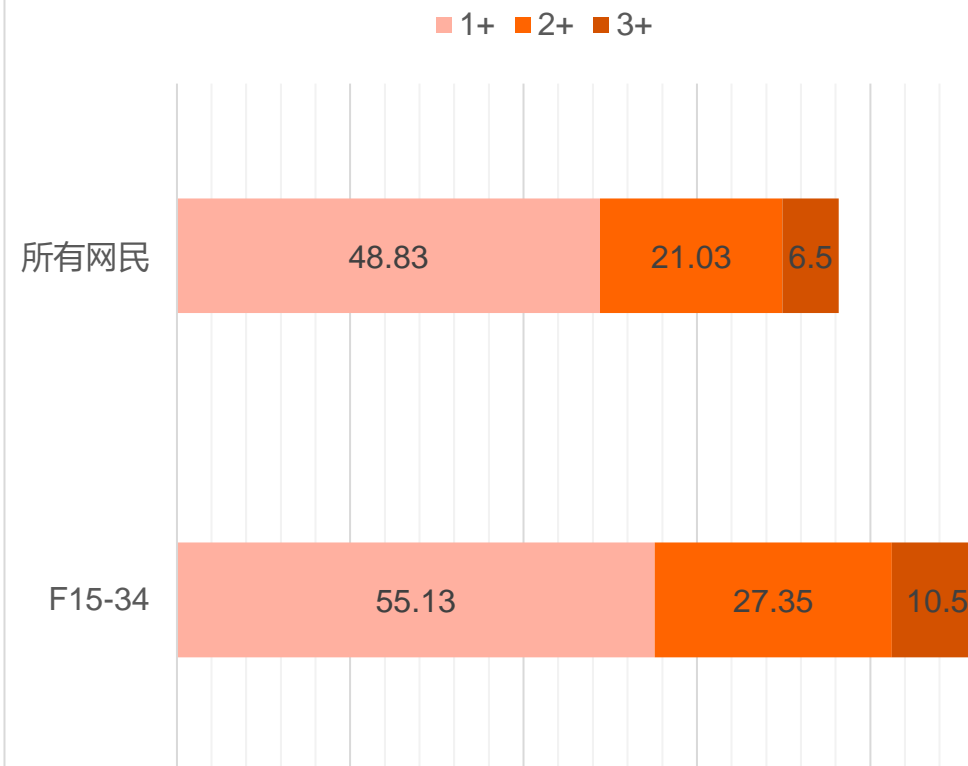


# CTR广告效果评估与营销优化系统输出——人群洞察

## 分地区曝光量对总体的贡献%

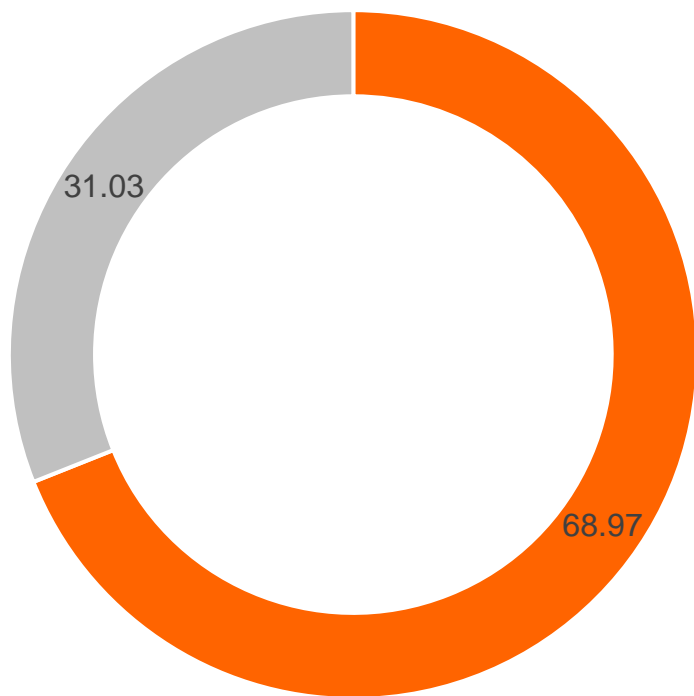


## 分人群到达对比%



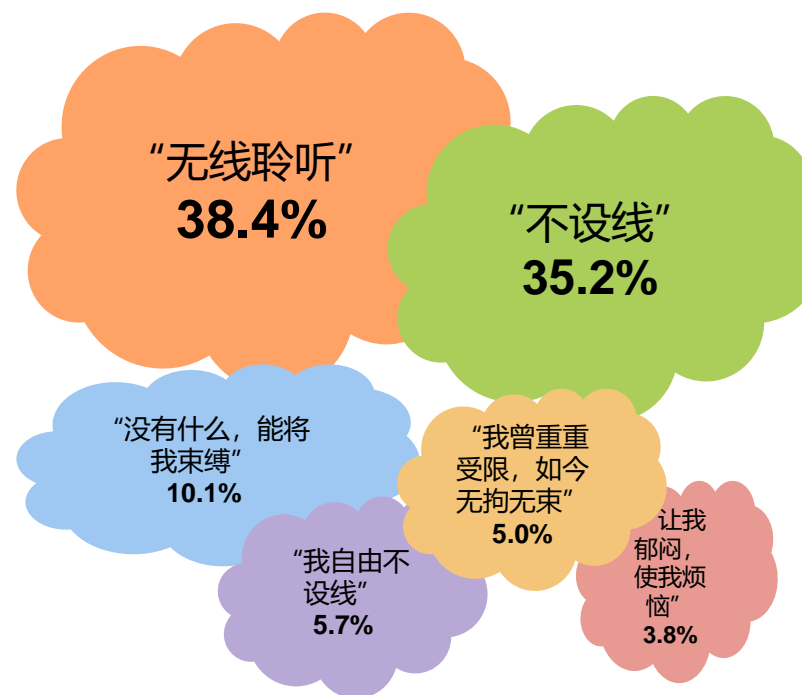
# CTR广告效果评估与营销优化系统输出——效果评估

## XX品牌广告无提示认知度%



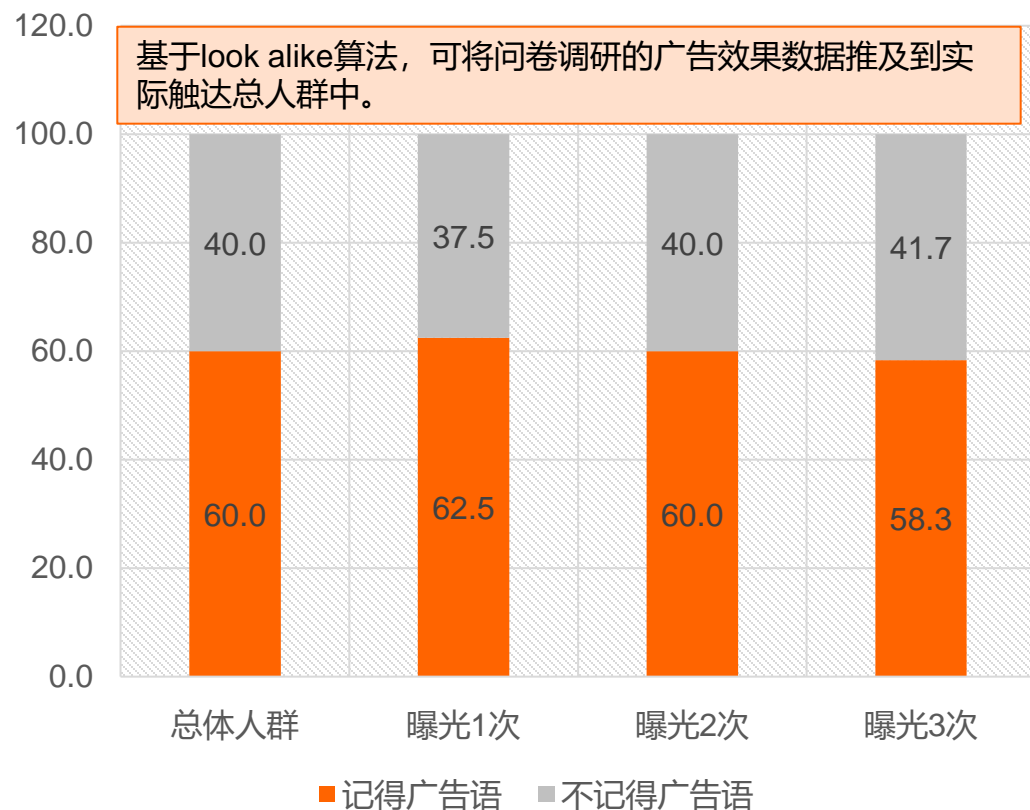
■ 无提示提及 ■ 无提示未提及

## XX品牌广告语回忆度分析

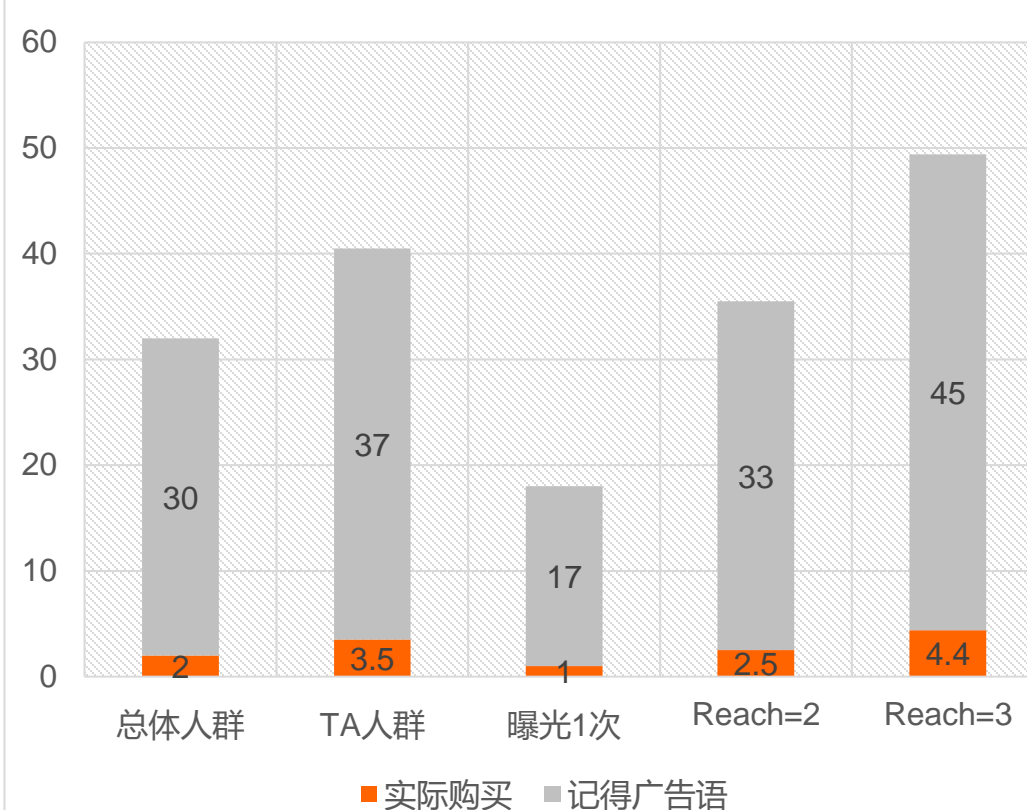


# CTR广告效果评估与营销优化系统输出——策略优化

## 不同触达人群的广告语回忆度对比%



## 不同触达频次&不同广告语回忆度下的购买转化率%



# 目录

## CONTENT

- 01 公司介绍
- 02 CTR广告效果评估与营销优化体系
- 03 广告效果评估与营销优化实现方案
- 04 报价

# CTR广告效果评估的服务体系的实现

1

## 曝光点击监测

自有系统实时监测广告曝光点击量

2

## 人群到达洞察

基于大数据对撞洞察广告实际触达人群众特征

3

## 传播效果评估

基于实时问卷评估传播效果，了解消费者广告认知、品牌好感度和购买意愿

4

## 营销推广赋能

广告效果Looklike推及全量受众，对接后续优化投放  
与销售数据对接，评判实际购买转化情况（线上购买平台或线下会员库）

# CTR 广告监测系统

- 代理公司可看到服务客户的所有项目
- 广告主能够看到自己的各代理公司项目
- CTR客服团队可看到各自服务客户的项目



# 完善的指标体系，帮助广告主深入了解受众每一阶段的广告体验

用户体验之旅被CTR全程监测

广告前端

活动站点后端

看到广告

点击广告

跳转官网

浏览活动  
网站

互动/留资

朋友分享



- 曝光PV、UV
- 曝光频次
- 曝光分地域、分小时、分媒体分布
- 受众人口属性

- 点击PV、UV
- 点击频次
- 点击分地域、分小时、分媒体分布
- 点击转化率

- 访问来源分析
- 网站浏览PV、UV
- 跳出率 (Bounce rate)、退出率 (Exit rate)
- 浏览深度 (Page View)、浏览时长 (Time spent)

- 关键按钮互动 (Engagement)
- 留资、注册 (Leads/Register)

- 分享点击 (Share)

# CTR 广告监测系统 – 自助排期导入, 代码导出

排期上传

活动名称: 21金维他12月ott投放 / 21金...

上传文件 [选择文件](#)

只能上传.xls/xlsx文

排期解析列表

#	排期补播标识	关联Eid	监测...	接口...	来源...	曝光上报...	点击上报...	跳转Url	公司名称	项目名称	品牌
1			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
2			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
3			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
4			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
5			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
6			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
7			异步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神
8			同步...	HTTPS	1	C2S	C2S	http://yaohongb...	东风汽车集团股...	东风风神全新...	东风风神

PV码	跳转Url	产品	网站名称	节目名称	提供方式	展示方式	频道	广告位置	素材描述
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057432&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	海信	开机画面	0	CPM	河南大区-	海信开机画面	海信开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057433&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	创维	开机画面	0	CPM	河南大区-	创维开机画面	创维开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057434&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	康佳	开机画面	0	CPM	河南大区-	康佳开机画面	康佳开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057435&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	TCL	开机画面	0	CPM	河南大区-	TCL开机画面	TCL开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057436&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	长虹	开机画面	0	CPM	河南大区-	长虹开机画面	长虹开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057437&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	海信	开机画面	0	CPM	西北大区-	海信开机画面	海信开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057438&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	创维	开机画面	0	CPM	西北大区-	创维开机画面	创维开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057439&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	康佳	开机画面	0	CPM	西北大区-	康佳开机画面	康佳开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057440&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	TCL	开机画面	0	CPM	西北大区-	TCL开机画面	TCL开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057441&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	长虹	开机画面	0	CPM	西北大区-	长虹开机画面	长虹开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057442&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	海信	开机画面	0	CPM	西南大区-	海信开机画面	海信开机画面	
http://wt.ictr.cn/t/ad?eid=00057443&sdr=clt&ac=	15秒TVC广	创维	开机画面	0	CPM	西南大区-	创维开机画面	创维开机画面	

# CTR 广告监测系统 – 全平台支持、异常流量数据展示



# CTR 广告监测系统 – 标准化、定制化报告自动下载

排期管理

监测明细

报告管理

报告列表

系统管理

首页 > 报告管理 > 报告列表

请选择报告类型

请输入报告名称

自

开始日期

至

结束日期

Q 查询

报告生成

监测汇总对比

常规报告v1

项目名称	活动名称	报告生成参数	创建人	创建日期	操作
暂无数据					

## 标准报告

日期	EID	项目名称	产品名称	展示方式	媒体	频道	广告位置	素材描述	曝光 (PV)
2018-12-26	00087624	2018年东风风神今日头条UGC合作项目预热	东风风神公共	CFM	今日头条	头条号外	信息流	公关	1,164,608
2018-12-26	00087676	东风风神全新一代AX16上市网络广告投放预热-通互专享硬广	全新一代AX17上市	CFD	汽车之家	汽车之家PC端	PC端首页	右侧按钮间文字链	-
2018-12-26	00087676	东风风神全新一代AX16上市网络广告投放预热-通互专享硬广	全新一代AX17上市	CFD	汽车之家	汽车之家PC端	PC端新闻文章最末页	通栏02(2轮播)	-
2018-12-26	00087680	东风风神全新一代AX16上市网络广告投放预热-通互专享硬广	全新一代AX17上市	CFD	汽车之家	汽车之家PC端	PC端车系页面级别广告	通栏01	-
2018-12-26	00087684	东风风神全新一代AX16上市网络广告投放预热-通互专享硬广	全新一代AX17上市	CFD	汽车之家	汽车之家PC端	PC端试驾评测文章最末页	悬浮广告	-
2018-12-26	00087727	东风风神全新一代AX17上市第二阶段投放预热-通互专享	全新一代AX17	CFD	汽车之家	PC端新闻SUV车系最末页	通栏02(2轮播)	全新一代AX17上市页面	-

制作时间: 2018-10-19 15:46:42

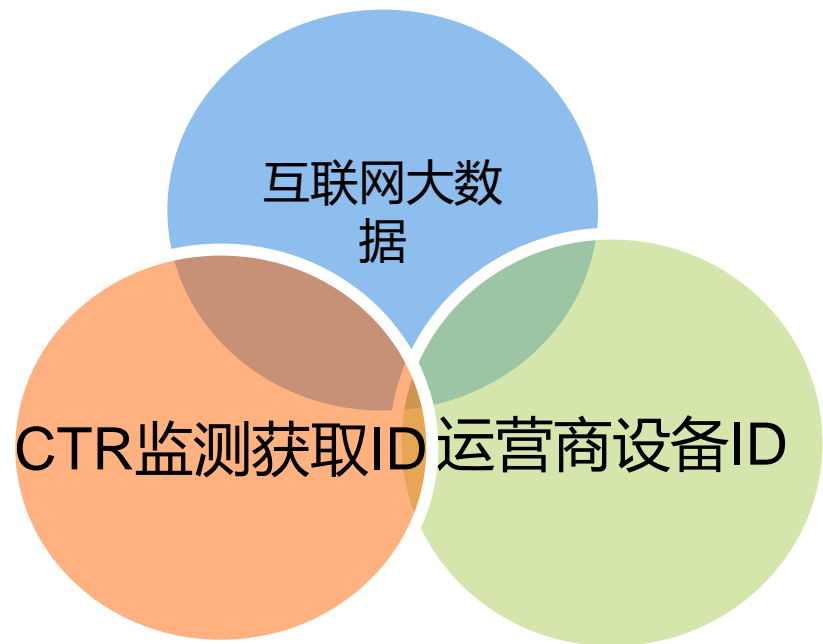
媒体类型	媒体	广告形式	地域	媒体表现					
				预估曝光量	实际曝光量	有效地域曝光	完成率	监测UV	有效UV
开机画面	汽车之家	PC端新闻SUV车系最末页	东北大区-内蒙古自治区	45,712	62,700	49,609	106.52%	13,239	10,048
			河南大区-河南省	240,000	315,503	313,254	130.52%	81,311	80,337
			华北大区-北京市	120,000	246,497	132,569	110.47%	66,265	37,362
			华东大区-江苏省	120,000	187,945	166,590	138.82%	38,527	32,572
			华东大区-浙江省	160,000	217,008	200,247	125.15%	41,326	37,021
			华南大区-广东省	274,284	361,070	353,661	128.95%	51,933	46,547
			华中大区-湖北省	534,866	525,457	520,202	97.27%	114,107	112,543
			西北大区-陕西省	120,000	132,466	131,048	109.21%	20,005	19,640
			西南大区-重庆市	100,000	122,758	121,018	121.02%	18,245	17,810
			Sub Total	1,714,852	2,191,422	1,989,280	115.94%	438,888	393,880
开机画面	汽车之家	PC端新闻SUV车系最末页	东北大区-内蒙古自治区	71,428	70,086	66,992	93.79%	41,544	39,298
			河南大区-河南省	192,856	190,200	183,230	95.01%	142,633	137,074
			华北大区-北京市	272,284	261,280	237,152	97.1%	97,988	86,962
			华东大区-江苏省	178,570	174,813	172,468	96.58%	128,670	126,799
			华南大区-广东省	265,712	276,901	271,149	94.5%	166,866	163,250
			华中大区-湖北省	321,428	317,455	297,156	92.46%	216,465	202,861
			西北大区-陕西省	120,000	132,466	131,048	109.21%	20,005	19,640
			西南大区-重庆市	100,000	122,758	121,018	121.02%	18,245	17,810
			Sub Total	1,714,852	1,714,852	1,668,992	97.31%	1,068,992	1,028,992

### 定制报告

P 20

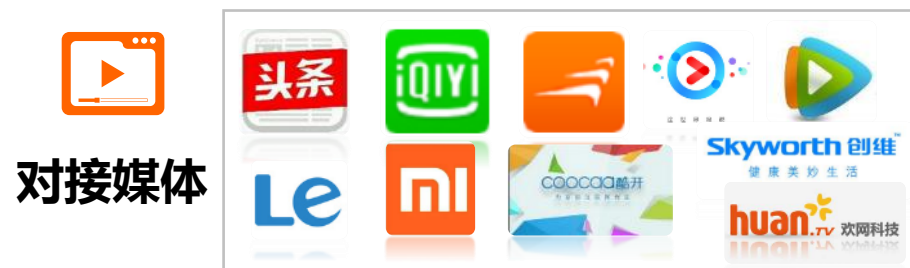
国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight

# 曝光人群属性洞察：覆盖全中国自然人口

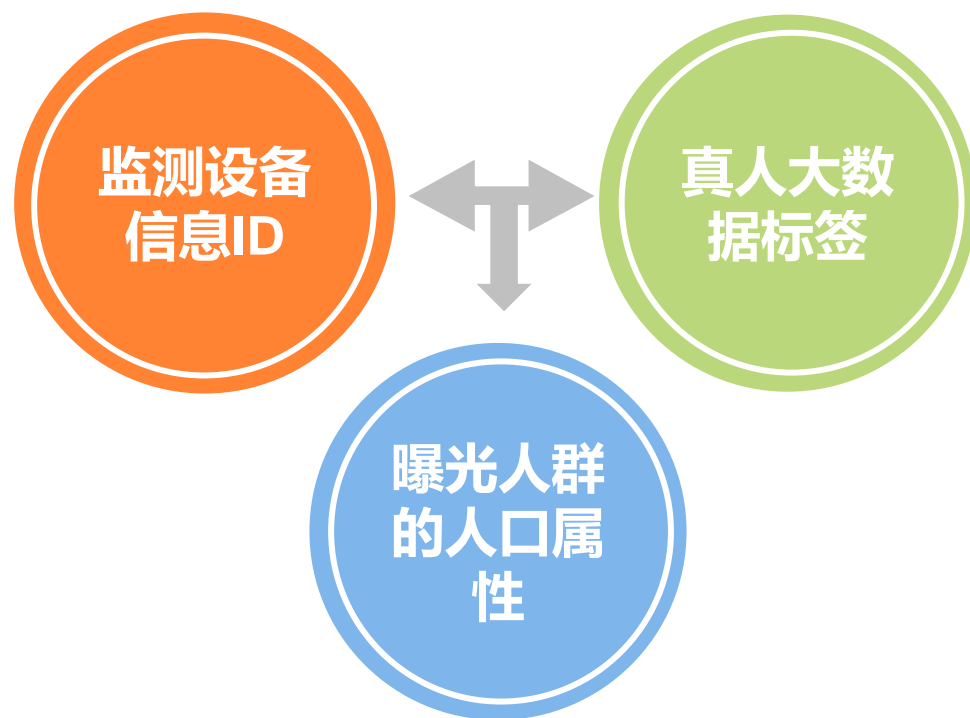


以运营商大数据为基础，统计广告活动受众的**三要素、相关标签及行为数据**。

# 投放监测中可获取本次曝光人群设备信息

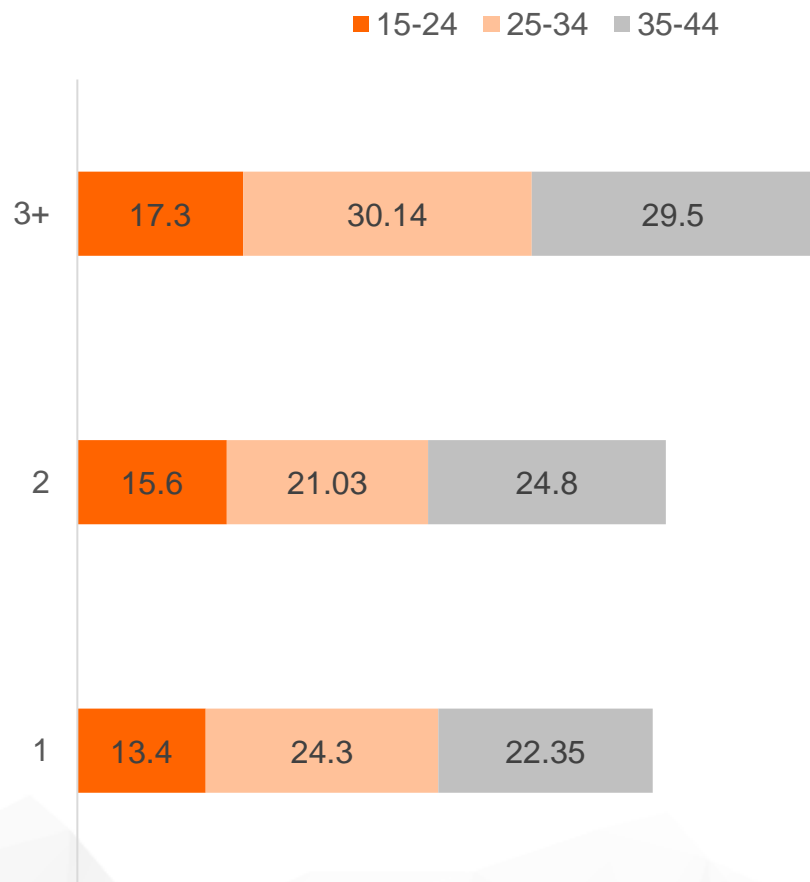


# 监测设备号与大数据加密对撞，获得曝光人群的人口属性



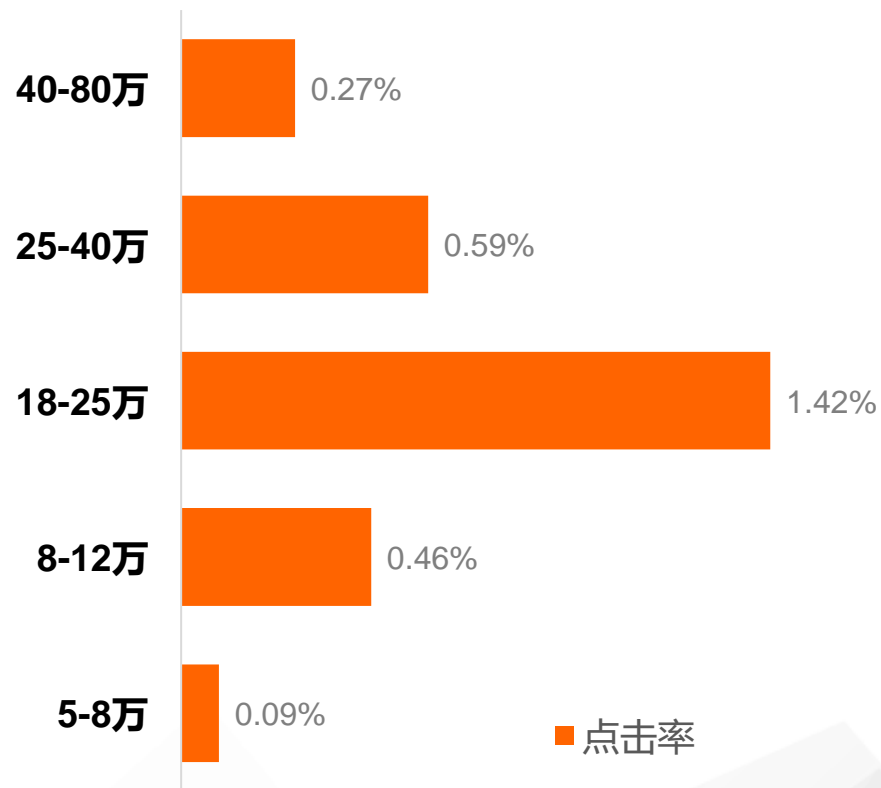
# 基于不同曝光统计口径，输出人口属性分析结果

### 不同触达频次人群的年龄分布



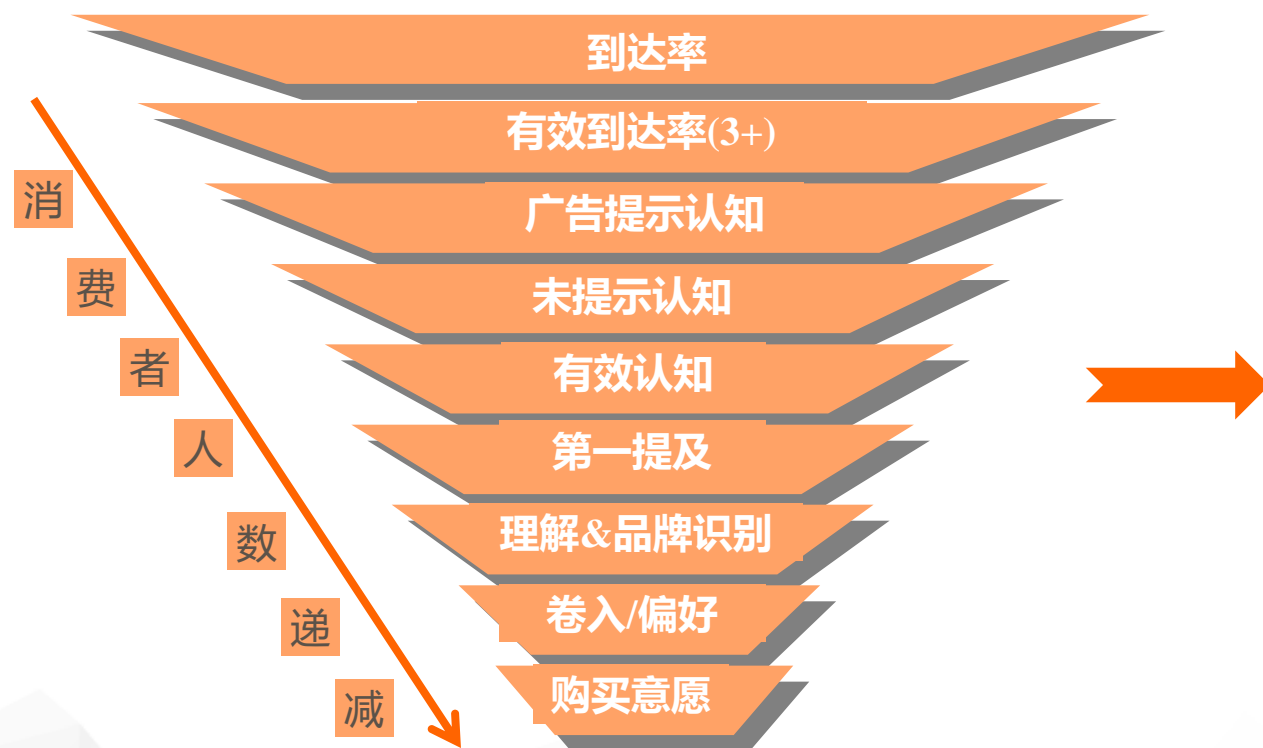
### 不同价位车主对广告的点击率

车辆价格在18-25万的车主对本次广告的点击率最高，可作为升级消费目标群体



# CTR拥有成熟广告效果评估理论基础

- 消费者对广告思维处理的过程是：接收->认知->理解->产生好感->产生购买意向。从信息接收者转化为产品消费者，人数逐级减少。评估每一级保有的转化受众数量及转化，能够准确地反映媒体传播能力和广告宣传效果。



## 帮助解决的问题:

- 广告对否有效的覆盖到目标人群?
- 广告创意受众接受程度如何?
- 广告是否驱动了目标人群对品牌的认知、购买和品牌形象的提升?
- 已投各媒体效果有何差异?
- 未来投放如何借鉴优化?

# 提供标准化的广告效果评估与诊断体系

CTR每年执行大量媒体广告效果评估与诊断，在此方面拥有成熟经验与方法积累

## KPI差异分析

通过广告效果前测和后测进行KPI指标数据对比，来衡量广告对KPI的提升效果

## 广告传播诊断模型

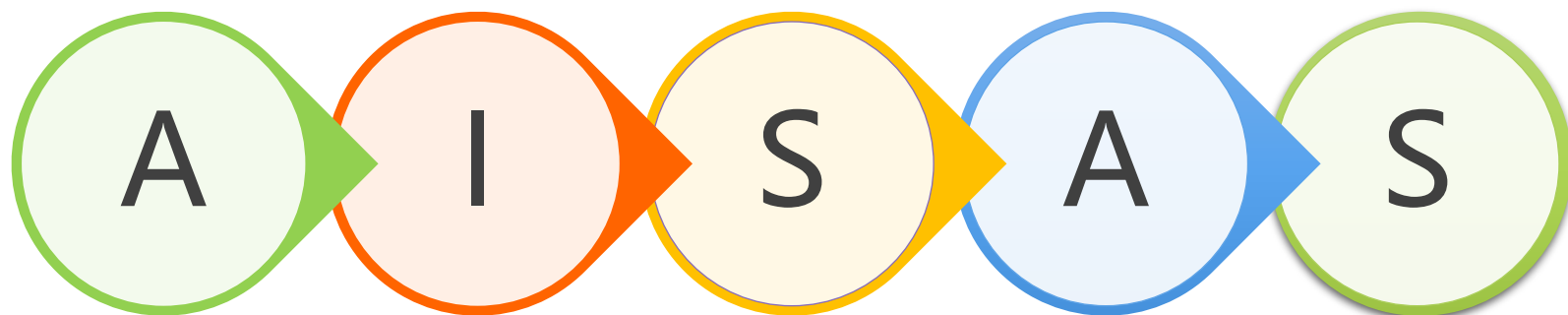
通过广告分类进行到达率，转化率，广告曝光，口碑转化比较，进行广告传播诊断

## 广告创意分析模型

矩阵图分析：  
矩阵大小代表关注的人数  
颜色深浅代表影响力的强弱

## 广告与品牌资产的研究

研究广告对于消费者品牌形象的感知，对于被广告品牌品牌资产的提升



### Attention 引起注意

- 人流量
- 到达率
- 受众规模
- 人群结构
- .....

### Interest 产生兴趣

- 广告记忆
- 喜爱度
- 记忆度
- 可信度
- .....

### Search 进行搜索

- 搜索意愿
- 咨询意愿
- 了解具体细节的意愿
- .....

### Action 购买驱动

- 消费潜力
- 消费驱动
- .....

### Share 口碑分享

- 分享意愿
- 推荐意愿
- 继续购买意愿
- 品牌资产
- .....

广告效果KPI差异分析问卷模板

Version GCN435655

广告传播诊断问卷模板

Version GCN435655

广告效果评估问卷模板

Version GCN435655

广告与品牌资产关系问卷模板

Version GCN435655

其他广告投放与效果苹果问卷模板...



# 基于大数据追踪投放问卷

- CTR与电信运营商和大数据公司合作，基于可靠数据确保人口属性的准确性



**ctr TGI-Panel**

TGI-Panel 累计采集近200万真实用户同源问卷标签:

- 人口属性
- 产品消费
- 媒介习惯
- 生活方式

**百万级种子样本**




以电信运营商为基础，统计广告活动受众的**三要素、相关标签及行为数据**。

目前覆盖全国40个城市  
300W+样本量

**获取运营商设备ID**




EZ-Tracking平台独立用户达6亿，活跃于当前主流互联网终端；杜绝平台“职业受访者”

**6亿月活真人用户**



# 自主研发的EZ-tracking平台追踪被曝光人群精准问卷推送

- CTR可获得更全面的设备信息ID，结合AI智能打假，可实现对广告曝光人群的精准问卷投放，通过look alike算法可进一步推算在所有曝光人群中的广告效果。

## 实际触达人群的广告效果评估

- 手机号码 100%
- MAC号 90%
- IMEI/IDFA号 90%
- 详细地址(城市-区属-街道-小区/社区)

### 设备信息ID



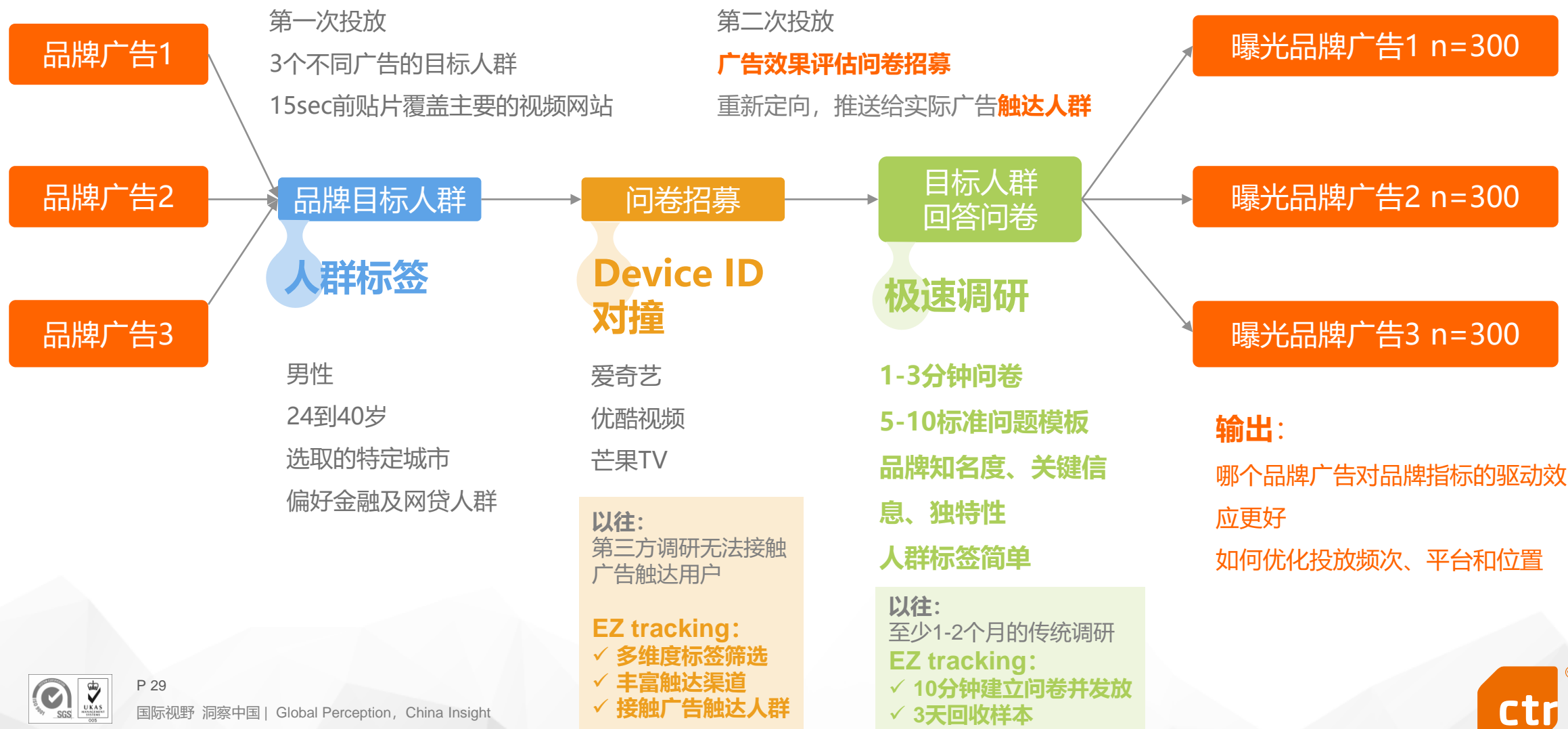
### AI智能“打假”



- 以计算机算法技术，去除由于受访者在填答过程中“主动”或“被动”因素带来的数据“造假”问题



# 大数据赋能的广告效果评估案例



# 广告效果评估指标输出示例

## XX广告的认知率：提示前vs提示后

### 广告认知度

XX的广告认知 (单位: %)

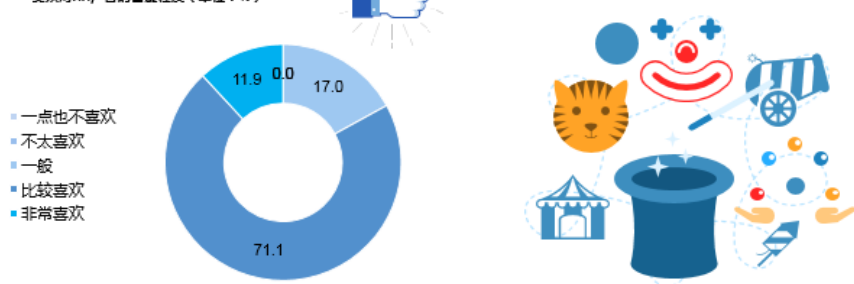


## 83.0%的受众表示喜欢xx的地铁广告

### 广告喜好度

83.0%看过广告的受众表示, 他们喜欢XX的地铁广告。

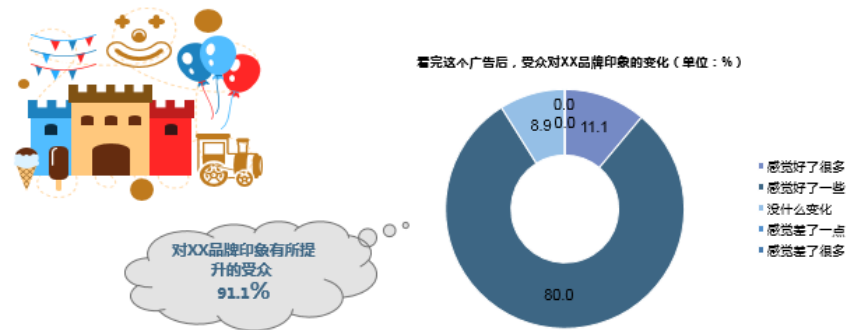
受众对XX广告的喜悦程度 (单位: %)



## 91.1%受众对XX的品牌形象认知有提升

### 品牌形象的提升

91.1%看过广告的受众表示, 他们对XX品牌的品牌形象认知提升。

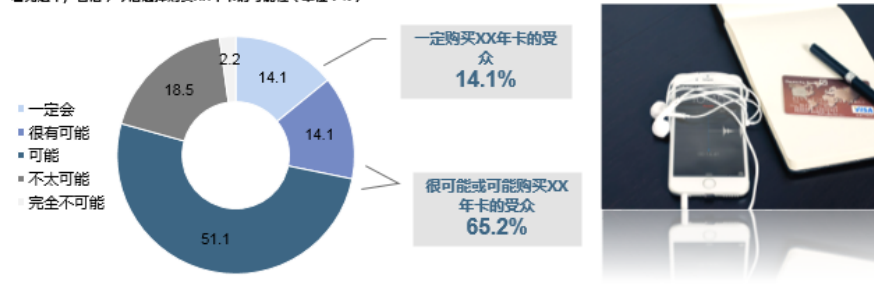


## 近八成受众可能购买xx年卡, 广告的营销推动力较好

### 购买意愿

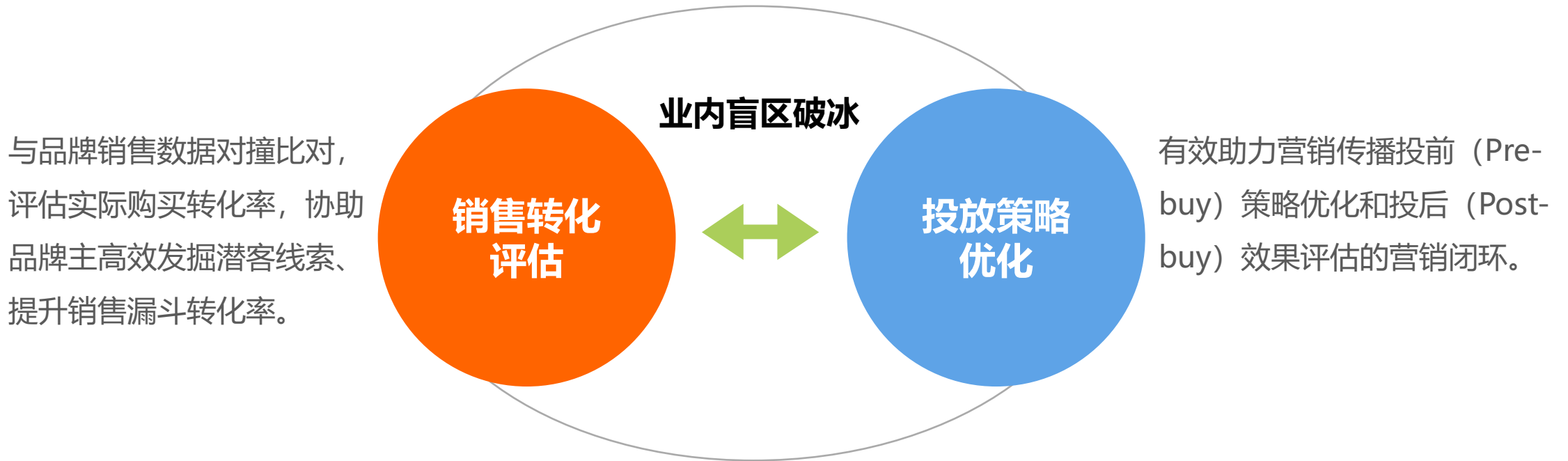
79.3%看过广告的受众表示未来可能购买XX年卡, 其中14.1%的受众表示未来一定会购买XX年卡。

看完这个广告后, 今后选择购买XX年卡的可能性 (单位: %)



# 大数据赋能销售转化评估和投放策略优化，打破业内盲区

- 利用真人大数据标签系统精准锁定并监测目标用户，可助力营销传播投前策略优化和投后效果评估闭环；通过与品牌销售数据对撞，完成实际销售转化评估。



与品牌销售数据对撞比对，评估实际购买转化率，协助品牌主高效发掘潜在客户线索、提升销售漏斗转化率。

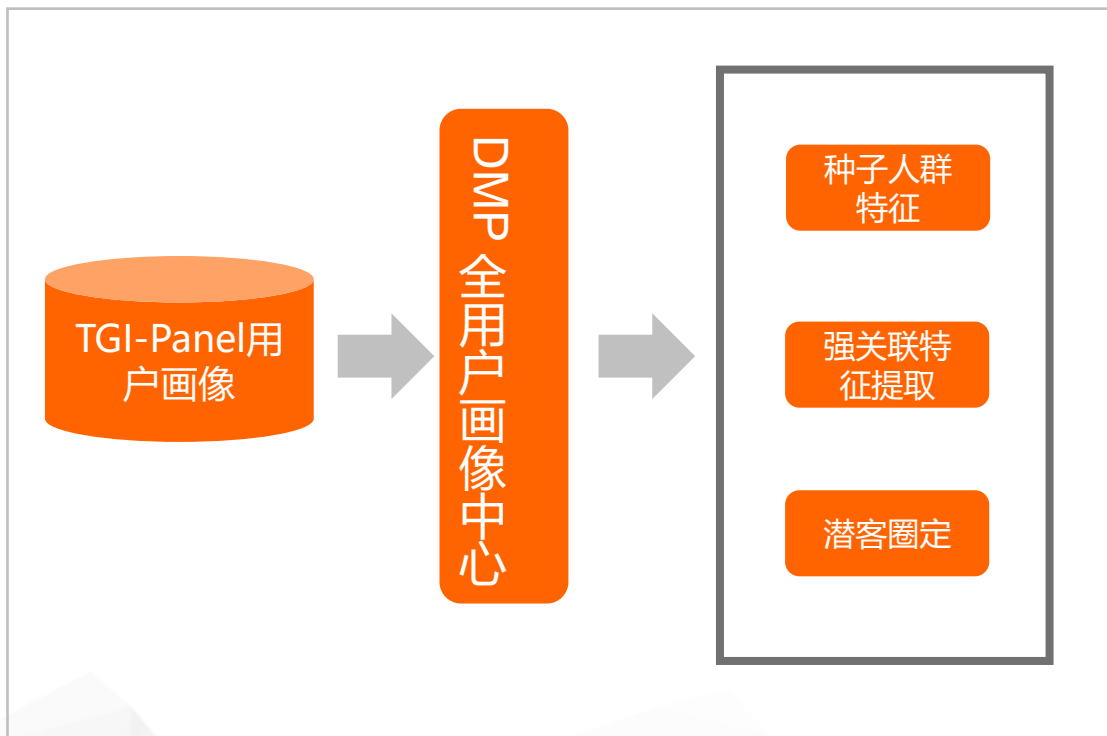
有效助力营销传播投前（Pre-buy）策略优化和投后（Post-buy）效果评估的营销闭环。

**利用真人大数据标签系统精准锁定并监测目标用户**

# 用look alike将广告效果抽样问卷推及全曝光人群

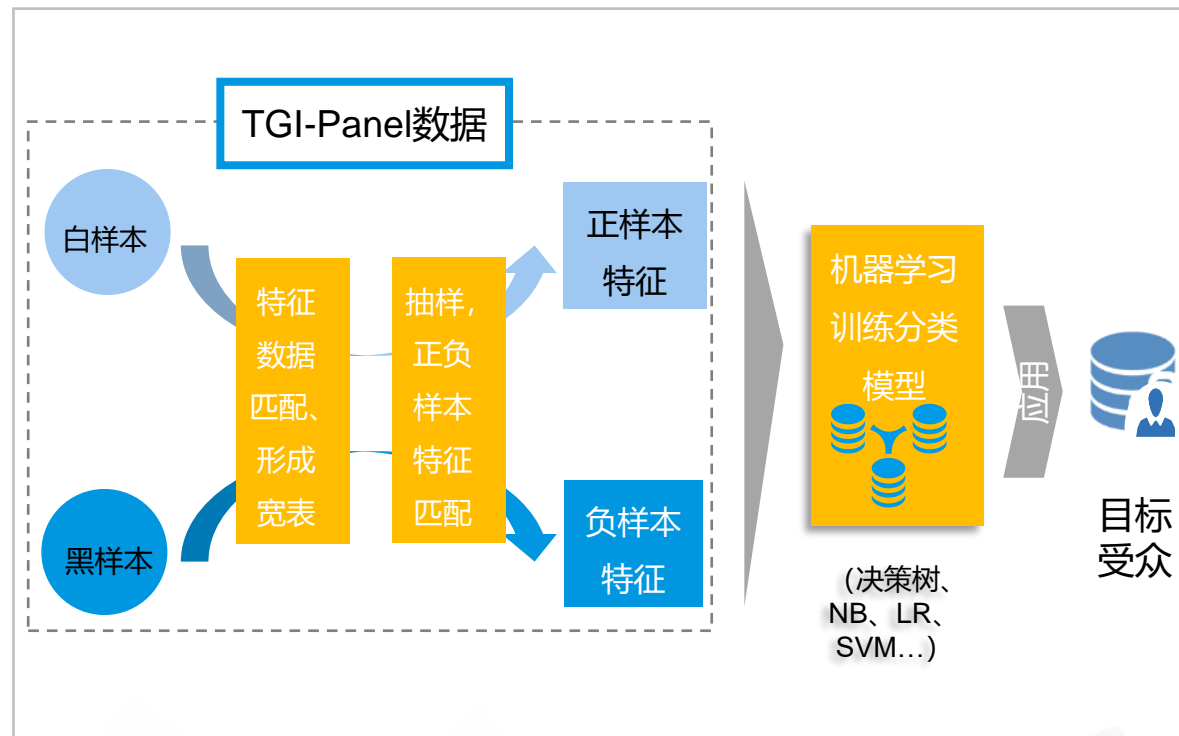
## 基于用户画像的look-a-like

通过TGI画像标签，直接匹配DMP全用户画像中心

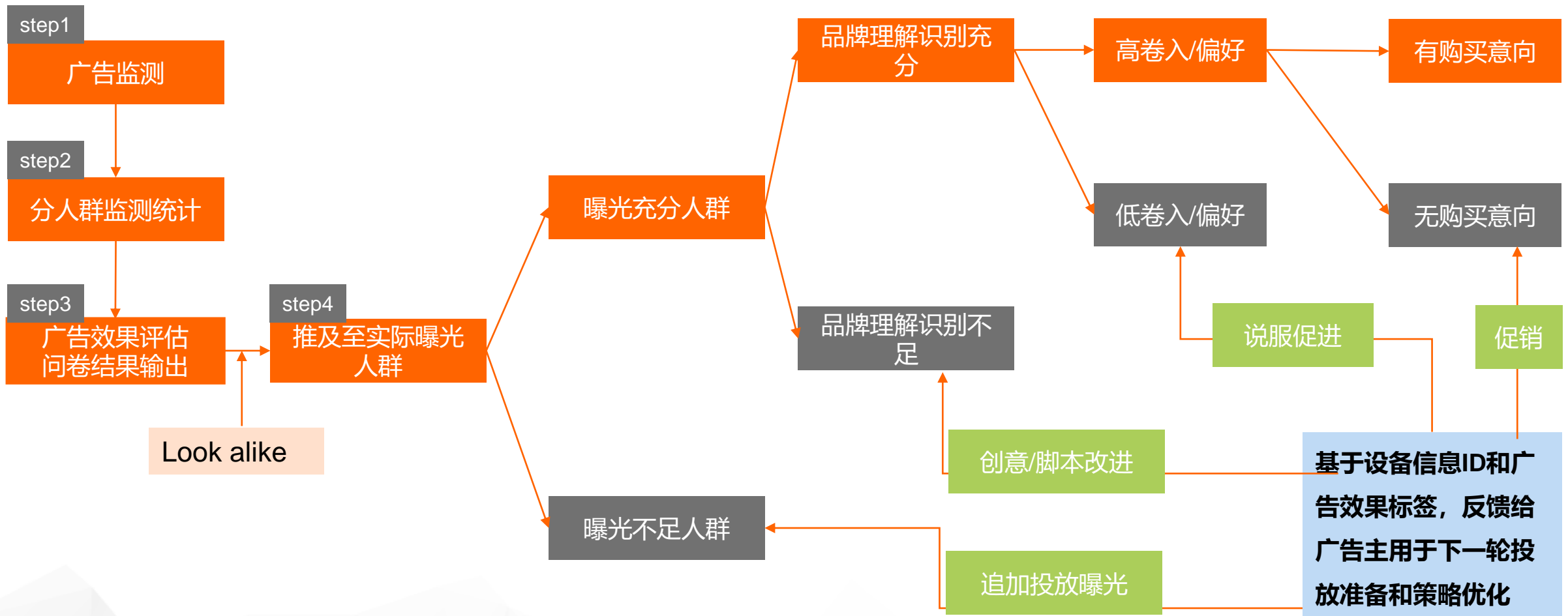


## 基于机器学习的look-a-like

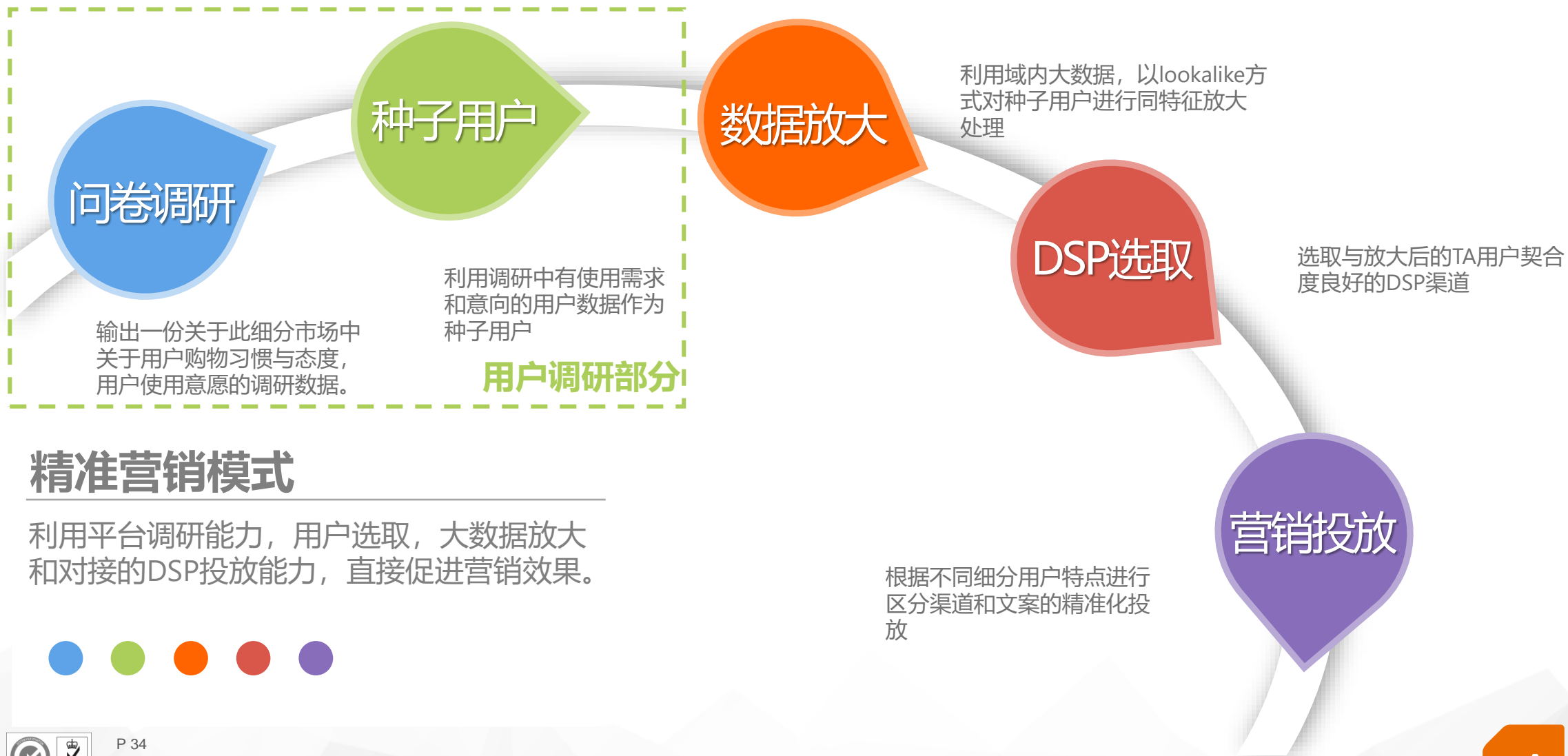
通过监督学习，发现目标人群特征，通过look-a-like算法扩展



# 基于lookalike的广告投放效果优化全流程



# 投放优化案例：某电商平台精准营销项目



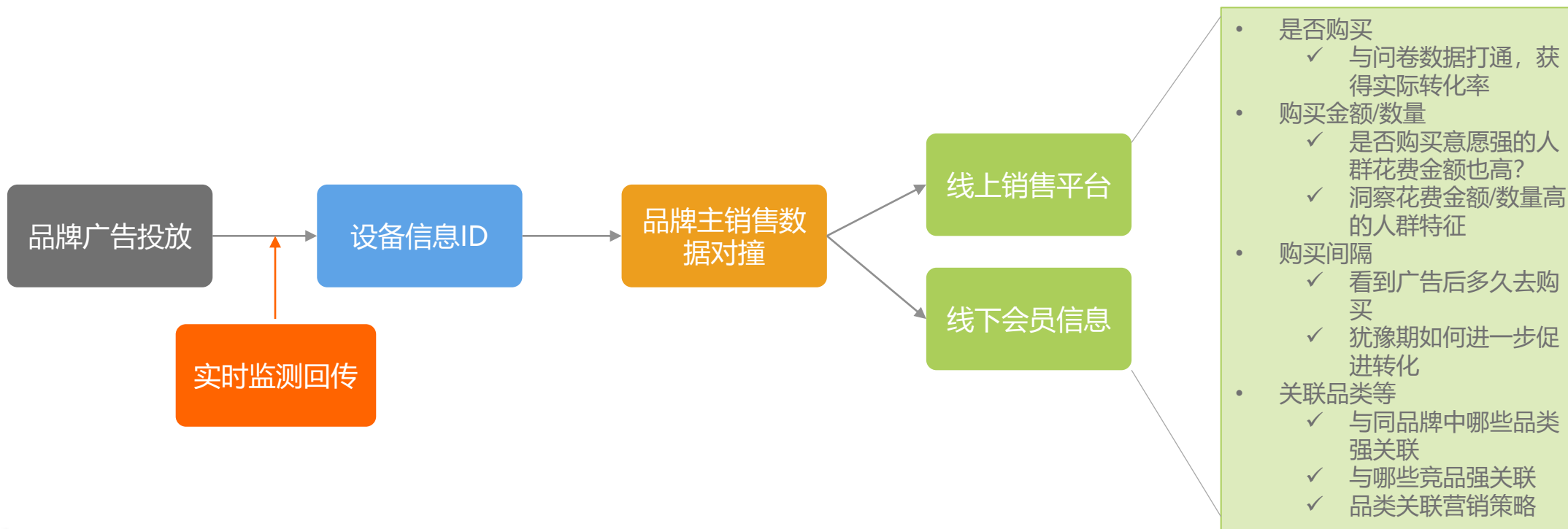
## 精准营销模式

利用平台调研能力，用户选取，大数据放大和对接的DSP投放能力，直接促进营销效果。



# 销售转化评估示例

- 通过实际触达人群的设备信息ID，获取人群标签和大数据行为标签，与品牌销售数据对撞比对，可以获得实际购买转化率数据。

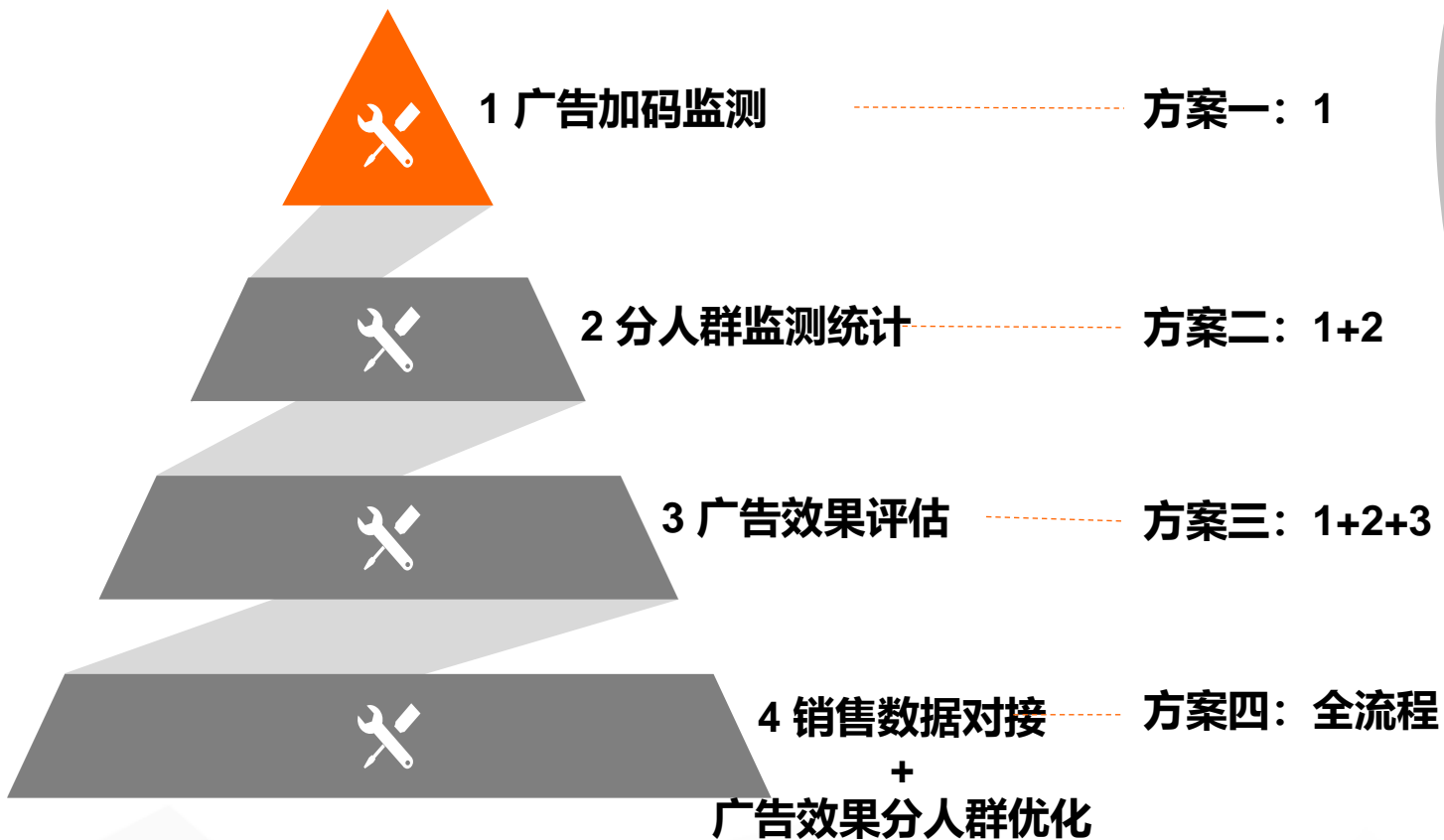


# 目录

## CONTENT

- 01 公司介绍
- 02 CTR广告效果评估研究方案
- 03 CTR广告效果评估方案报价

# 多种服务方案及报价



服务单元	具体服务内容	价格	备注
1	加码监测	1%	按投放额1%
2	分人群监测统计	20000	
3	研究及问卷设计	6,000	
3	广告效果评估	70元/样本	视问卷难度调整
4	销售数据对接	15000	
4	广告效果分人群优化	15000	
	汇总分析报告	30000	



# 谢谢!



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight

