

AMP (Audience Measurement Platform)

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

个性化的精准营销模式一直以来是对品牌主和营销人士的挑战。尽管很多广告主能针对某些细分市场进行个性化营销，但大部分广告主还是无法在所有传播维度上实现和消费者的个性化沟通。目前现有的 DSP 或其他开放平台在受众定向上只有一个维度，无法根据品牌主多样化的营销和业务需求进行定制。

IPG 盟博独有的目标受众管理平台 AMP (Audience Measurement Platform)，于 2018 年 11 月发布，作为基于真人线上线下数据的数据平台以及精密的细分系统，能够识别出传统行为数据无法判别的高价值目标人群。借助 AI 技术，AMP 能够在海量数据中进行特征挖掘，并且通过机器学习的模型训练，对所有线上潜在受众进行评分判定。不同于传统人工甄别，借助 AI 的前沿技术能够完成更高效、更精准的受众识别，为品牌提供更为完整且场景化的消费者画像，强化基于人的受众定向方法。



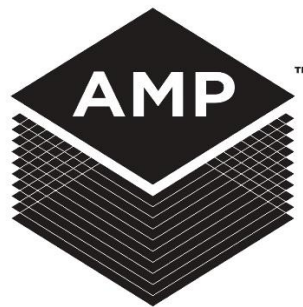
使用说明

1. 广告主提供第一方 CRM 数据、调研数据作为种子人群通过 AMP 的合作伙伴注入到 AMP 数据平台。
2. 系统将 PII 信息标识转化为匿名不敏感的 Mediabrand ID 标识，最大化的保障数据安全并和 AMP 数据池（3 亿+）进行融合匹配。
3. IPG Mediabrands 数据专家在 AMP 平台通过平台提供的大量的特征标签分析、理解受众、发现洞察。
4. 根据客户目标人群的定义、需求及有价值的标签，应用机器学习算法放大种子人群，规划 HVA（高价值目标受众）人群包、或基于不同标签组合规则的人群包。

5. 人群包经过 AMP 合作伙伴交付到媒体端或 DSP 投放平台，进行广告投放触达。
6. 活动触达人群收回，导入到 AMP 平台进行二次评估、对比计划人群，测量效果。分析结果和洞察可以应用到未来的精准人群创建和宏观意义的策略指导。

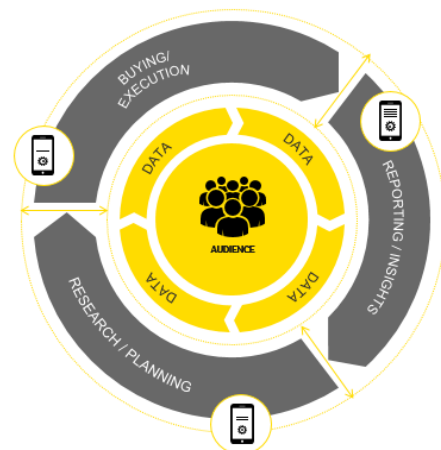
应用范围

AMP 以 IPG 集团的全球产品为基础，具有强化的数据及无缝的跨平台整合。AMP 的可扩展技术融合了数千个不同源的受众行为和态度数据点，从而创建针对消费者个体的单一画像，使品牌互动度、效率最大化，同时增强客户数据的匹配率。



这是 IPG 盟博在采用先进的机器学习及 AI 技术，实现高价值受众传播的规模化定制上迈出的突破性一步。在现有的人群定向基础上，引入经由严密算法获取的有价值数据，以获取程序化人群定向，并洞察更高的灵活性和精准性，继而帮助品牌优化 ROI，提升媒介效率和效果。

- 活动前人群规划和洞察
- 购买阶段高价值受众定向触达
- 活动后触达人群分析、测量

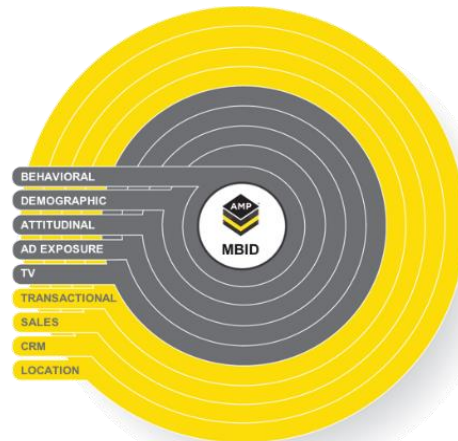


应用实例

当前，中国的出境游呈现消费升级、品质旅游的趋势，出国目的也从观光购物转向享受海外生活环境和服。澳大利亚旅游局希望抓住这些重体验、重生活享受的高价值旅游人群 (HVT)。这一客群线上消费能力尤为突出，然而，传统消费行为数据无法勾勒出完整的用户画像，如何高效识别并触

达这些高价值旅游人群，并进一步提升他们的出行意愿，是品牌面临的挑战。

IPG 盟博独有的 AMP（目标受众管理平台）作为基于真人线上线下数据的数据栈以及精密的细分系统，能够识别出传统行为数据无法判别的高价值旅游人群。借助 AI 技术，AMP 能够在海量数据中进行特征挖掘，并且通过机器学习的模型训练，对所有线上潜在受众进行评分判定。不同于传统人工甄别，借助 AI 的前沿技术能够完成更高效、更精准的受众识别。



在营销过程中，AMP 系统融合了自有的高价值人群数据、海量京东线上消费数据以及京东九数的 AI 机器学习技术，充分分析受众属性，全面洞察和预测消费者需求意图，智能筛选出澳大利亚旅游的潜在高价值人群并推送到京东黑珑平台进行程序化定向。

营销活动的效果远超预期。AI 预判模式更高效地为澳大利亚旅游局找到高价值人群，人群模型精准度高达 94%；通过 AI 机器学习挖掘的人群组相比定向投放人群组，订票意愿提升 22%；受益于机器学习模式，澳大利亚旅游局官网转化率逐周提升，最终转化率提升 140%。