

秒针系统

官方网址: www.miaozhen.com

公司类型: 数据服务公司

参选类别: 金鼠标10周年——数字营销标杆公司

公司简介及核心优势

秒针系统创立于 2006 年, 2019 年是秒针系统迎来的第 13 个年头。秒针系统的发展历程大致可分为三个阶段。

第一个阶段是可以形容为「从 0 到 1」。2006 年秒针创立之初, 最初的主要业务并不是广告监测, 而是为当时的门户网站们提供类似今天今日头条一样的内容个性化推荐算法。在服务这些门户网站的过程中我们发现, 网站们宣称的访问量和实际有很大的差距, 而这也是广告主在媒体投放广告时面临的一大痛点。当时在国内没什么人提供广告监测的服务, 某个有前瞻性的头部广告主带着我们在国内的媒体间推行在广告投放加码监测, 被加码的媒体因为可被评估也能分到广告主更多的投放预算, 形成良性循环, 直到今天。

第二个大阶段是「从 1 到 10」。「测量」是秒针最深的基因, 秒针始终深耕监测领域, 用数据创造信任, 并不断探索业务边界, 为企业提供全域营销商业技术和数据解决方案。「从 1 到 10」中我们又可以分为 4 个小阶段。

打通电视和互联网衡量标准。秒针系统的拳头监测产品 AdMonitor 于 2008 年开始提供商用服务, 对互联网流量进行实时追踪, 让广告主理性速感知营销效果。2009 年, 为解决广告主在电视和互联网营销预算分配上无法等效评估的痛点, 秒针推出了 iGRP, 并纳入 AdMonitor 中, 将电视和互联网的效果评估进入同一个平台, 解决了如何将两个媒体进行优化整合的实际问题。互联网视频网站也因此拿到广告主越来越多的广告预算, 商业化突飞猛进, 整个互联网广告市场蓬勃发展。

跨媒体预算分配解决方案。通过建立 iGRP 打通电视和互联网衡量标准后, 秒针于 2010 年创新性地向行业提供了跨多屏预算分配的优化系统——MixReach。MixReach 系统推出后, 获得了广告主的广泛认可和应用, 为广告主提供了跨媒体预算分配解决方案。

从 PC 监测到移动监测。随着移动互联网的兴起与繁荣, 广告主纷纷增加自身移动广告的投放预算。2012 年, 秒针发布国内首个第三方移动互联网广告 SDK 监测解决方案, 与超过 90% 的国内主流移动广告媒体和平台完成了技术对接, 意味着移动广告投放将结束缺乏评估标准的局面, 全面进入可测量发展阶段。这一创新性的 SDK 解决方案将帮助广告主将移动端的广告监测同网络视频一起, 纳入统一的 iGRP 评估体系, 整合评估和优化多屏数字媒体和传统电视广告效果, 并最终解决跨媒体预算分配优化的问题。

全域营销数据和监测解决方案。2016 年，秒针系统发布跨终端解决方案 UserGraph，在不侵犯消费者隐私的情况下彻底打通碎片化数据，助力企业开展大数据营销。2016，秒针还将 OTT 加入预算分配体系，全面实现 PC、移动端、OTT 全域营销数据监测和追踪。

第三个大阶段是「从 10 到 100」。2017 年，秒针开始提供洞察与研究服务，不再局限于广告相关的分析，而是扩展到营销各个领域的数据分析。这意味着秒针从 AdTech 服务提供商转变为 MarTech 服务提供商。2018 年，秒针实施落成雀巢、博西等大型 DMP 项目，并与上海交通大学苏州人工智能研究院达成战略合作。基于人工智能和大数据技术，秒针持续为企业提供更为全面深入的监测和洞察服务。未来，秒针将不断变革创新，为企业提供一站式智慧商业解决方案，助力企业安全高效轻松地实现数字化转型。

数字营销领域突出成绩

Drawbridge 独家合作发布跨终端解决方案 UserGraph

将 OTT 加入预算分配体系

推出洞察与研究服务

实施落成雀巢、博西等大型 DMP 项目

与上海交通大学苏州人工智能研究院达成战略合作

参与起草了中国首个广告国家标准——互动广告标准

参与制定中国首个《广告可见性标准》、《移动互联网广告无效流量验证标准》等行业标准。

举办了致力于让营销人了解行业趋势共同学习的营销科学大会

服务的主要客户

欧莱雅 家化 资深堂 宝马 大众 广汽菲克 腾讯 芒果 爱奇艺 宝洁 立白 金佰利

玛氏 伊利 百胜 百事 可口可乐 顶新 百威 达能 雀巢 拜耳 戴森 飞利浦 海尔 博世

OPPO vivo