

旺翔传媒 Adunite ADX 数字营销平台

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

开发背景：上海旺翔文化传媒股份有限公司(股票代码:835063)成立于 2011 年,是一家集 DSP, SSP, DMP, ADX,OTT 及 APP 产品研发,内容电商、海外流量业务的综合性全球数字营销广告传媒公司。随着数字营销逐渐向程序化发展,旺翔传媒顺应潮流,开发完成了旺翔传媒 Asunite ADX 数字营销平台。

开发时间：2019 年

核心目标：通过海量媒体资源,利用先进的实时竞价技术,多种形式展现广告,解决各个领域广告主的需求。

使用群体：可满足各个领域广告主的需求。

使用说明

旺翔传媒 Asunite ADX 数字营销平台使用步骤：

- 1、平台开户：客户提供公司基本信息(营业执照、ICP 备案、产品信息等),微博推广需提供微博昵称、UID、微博推广承诺函等信息。
- 2、信息核查：核准客户提供信息的准确性与规范性,确认充值(1w 起),完成广告投放前的沟。
- 3、测试上线：根据客户的测试期考核标准,完成素材上线测试,上线后 7 个自然日内完成优化调整。以优质方案上线实施推广。
- 4、反馈总结：根据上线投放过程所得数据的分析,结合客户要求的指标评估广告投放效果,并总结反馈。
- 5、续费：余额消耗完前 5 个工作日内,向客户发送续费提醒,沟通完成续费合作。

应用范围

优秀流量覆盖分布

视频+原生，冲破内容贴片覆盖瓶颈



更多.....

应用实例

为谁而炼金

90天 推广
破亿 曝光量
提升55% 互动率



品牌背景

《为谁而炼金》是一款富有壮大的故事情节以及高度的战略性“三次元空间战略战斗”的战术RPG游戏。游戏围绕7个主人公的故事而展开，采用3D制图的战斗场景，包含多种多样的职业可供选择，对每个职业的“动作”、“反应”、“支援”等3种技能进行策略性的组合是战斗的取胜关键。

营销痛点

《为谁而炼金》作为一款S级重点产品，上线初期期望能获得强曝光，尽快抢占市场份额，稳定成本持续投放

投放效果

上线首日即到达iOS免费总榜第一，畅销榜第二，当月获得全球iOS游戏收入第三名。

蜜芽电商

454W+ 总曝光量
提升63.2% 转化率
降低82.5% 激活成本



蜜/芽/最/后/一/波/年/中/大/促

品牌背景

蜜芽的前身蜜芽宝贝，是中国首家进口母婴品牌限时特卖商城。由全职妈妈刘楠于2011年创立，希望创造简单、放心、有趣的母婴用品购物体验。“母婴品牌限时特卖”是指每天在网站推荐热门的进口母婴品牌，以低于市场价的折扣力度进行特卖。

营销痛点

目前市场上围绕女装购物及心得分享的APP很多，但款式复杂，内容笼统，难以满足年轻用户的个性化需求。蜜芽希望集结自身的品质保障、极速物流的产品优势与线下体验馆相结合，打造全新生态，吸引更多用户关注。