



The Trade Desk

- **报送公司:** The Trade Desk (萃弈)
- **开发时间:** 2009年
- **参选类别:** 年度最佳数字营销平台



平台介绍

平台简介: The Trade Desk (NASDAQ: TTD) 成立于2009年，是一家专注于开放互联网广告生态（Open Internet）的广告技术公司，提供全渠道广告购买服务。总部位于美国加州，拥有超过400个全球头部流媒体，媒体及数据合作伙伴，为品牌出海营销提供一站式全渠道解决方案，高效触达全球受众，提升品牌影响力。



核心目标: TTD (The Trade Desk) 作为一家独立的DSP (Demand Side Platform) 平台，专注于为广告买方提供全渠道的程序化广告购买服务。其核心特点在于不持有任何流量，而是基于客户需求，通过竞价模式在交易平台上采购流量。TTD服务于媒介代理公司，提供透明的、覆盖全渠道的广告采买资源，同时，积极完善程序化生态体系，协助广告主及媒体代理商以更快速更有效的方式进行广告投放。

目标群体: 有志于进行高质量出海建设国际化品牌的中国出海企业，全球大中型企业。

平台核心能力

The Trade Desk是唯一专注于帮助中国企业实现“品牌出海”的国际性广告投放平台，可以帮助广告主通过合适的优质媒体资源，用合适的方式，在合适的时间触达到合适的受众。



丰富优质媒体资源

TTD的广告投放覆盖225个国家和地区，触达全球40亿网民。TTD拥有丰富的Open Internet全渠道广告资源，包括网站、CTV（智能电视大屏）、音频、视频、播客及户外数字广告等。作为业内头部的CTV采购商，TTD全方位布局CTV生态系统，拥有丰富的优质流媒体和直播体育资源，帮助广告主高质量出海。



数据驱动营销决策

TTD采用数据驱动广告投放策略，利用第一方数据、第三方数据特别是海外零售商数据，全面助力品牌触达核心目标受众。整合超过全球130家数据合作伙伴，通过线上线下行为识别目标消费者，从多个维度定向人群，帮助广告主精确触达目标消费者，实现出海业务的增长。



多维度效果广告追踪

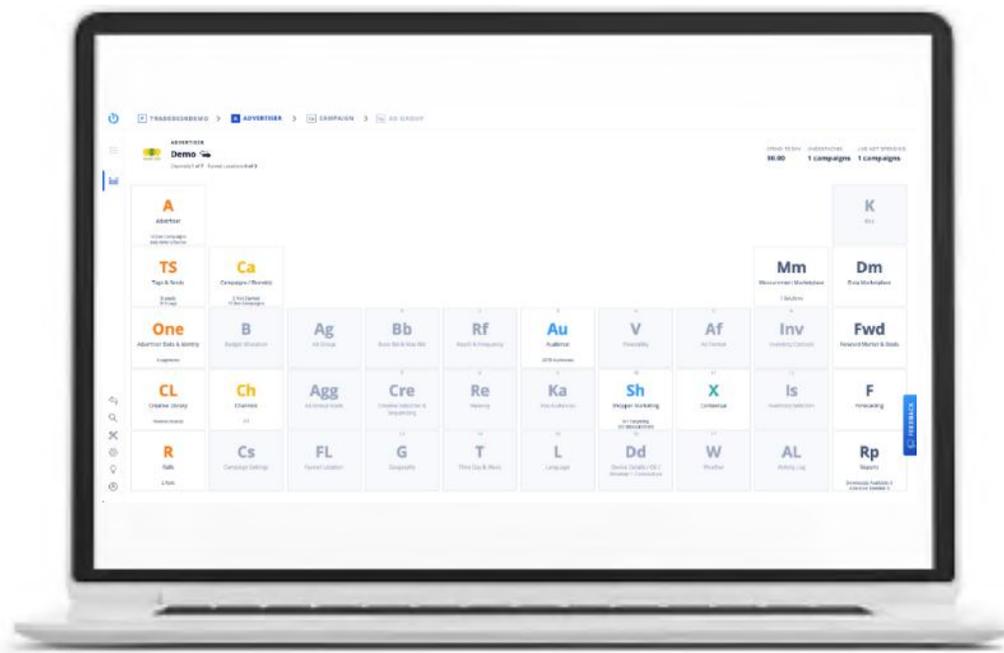
TTD不断提升多维度广告效果追踪能力，整合多个专业的第三方效果监测工具，覆盖整个营销漏斗。它不仅能够有效监测漏斗的上层和中层，还提供底部转化监测，包括线上线下销量转化、品牌曝光转化（Conversion lift）、线下门店到访量等多维度解决方案。实时获取监测数据，优化投放策略，提高广告效果。

The Trade Desk使用说明– Koa™ AI, 结合人工智能 (AI) 技术的全新数字媒体购买平台

作用原理: 首先广告主需确定一个基础投标金额, 作为每次投标的基点。在此基础上, **系统将根据广告主所指定的地理位置、网站、设备类型以及当日时间等各属性的乘数, 自动对广告主出价进行动态调整**, 即根据这些属性的乘数自动增加或减少出价。通过这种方式, 广告主能够获得更大、更动态的广告投放场景, 从而实现精准触达目标受众, 提升广告投放效果。

革新体验 – 为广告主提供更加简易、直观的操作

- **The Programmatic Table操作界面:** **以元素周期表为灵感**, 将繁琐的campaign设置, 以更直观简易的方式呈现, 广告主只需根据流程从左到右进行选择设置即可完成广告投放, 且全程有AI辅助, 操作更为简洁直观。
- **Campaign管理 (Portfolio View):** 帮助广告主了解某个具体的campaign中, 需要特殊注意的事项, 帮助广告主优化广告投放效果。
- **Seeds工具:** 帮助广告主找到**最佳投放系数**, 数据来源多样, 包括广告主第一方用户数据, 零售数据, 第三方数据等, 从而可以更为精准地结合目标受众偏好进行投送。
- **购物车 (Shopping Cart):** 广告**费用一目了然**, 清晰展现campaign数量、金额, 更好掌握广告预算。



我们的技术优势 - AI驱动的精准确人群触达

——有效的广告活动都从识别高价值的受众开始

依托人工智能助手Koa™ AI的数据分析能力，基于Unified ID 2.0 作为建模和寻找相似受众的基础，TTD可以帮助品牌进一步挖掘、扩展并触达更多潜在受众，并有效摆脱对第三方Cookies的依赖，提升广告投放的精准度和覆盖面。

第一步：构建种子受众 (Seed)

Seed，顾名思义就是广告投放的“**种子受众**”，是广告主具有实际价值行动的客户，包括曾经浏览过品牌官网、购买过品牌产品、注册过会员计划、安装过应用程序APP等，符合广告主营销关键目标的用户，都是“种子受众”(Seed)。

根据广告主的特定投放目标和人群，使用**第一方数据**，如品牌以往积累的消费者或官网订阅过品牌资讯的人群，**第三方数据**如**零售数据**，即来自各大零售商的消费者数据，和**上下文数据**，通过上下文内容定位与品牌高度相关的内容，找到对品牌产品或服务感兴趣的人，即为对**当前广告活动具有核心价值的受众**。

第二步：相关性评分，顺藤摸瓜实现精准受众定位

在确定了种子受众后，广告主便能基于此在Open Internet（开放的互联网广告市场）广泛搜索潜在的高价值受众。在Kokai平台，他们可以看到不同类别的受众群体选项，及其相关性评分。

相关性评分是预测不同受众群体与广告主的种子受众之间相似度的关键指标，是挖掘广告活动高价值受众的有效工具。营销人员在选择受众定位时，相关性评分越高，表明该受众群体与品牌种子受众越相似，越有可能实现购买决策。

利用相关性评分，广告主可以缩小投放范围，**高效锁定哪些与品牌现有顾客相似度更高的受众及他们的浏览渠道**；亦可扩大范围，**触及此前未被发现的潜在客户群体**，扩大市场影响力。

同一品牌不同广告活动的种子受众也可能不同，可以是近期成功线上转化客户，也可以是经常购买产品的客户。

我们的技术优势 - 全渠道程序化广告投放

——助力广告主在关键的时间和地点触达目标受众

- 在TTD平台上，广告主能够轻松开展覆盖**全渠道**的广告活动。借助平台的跨渠道、跨屏幕的无缝整合营销策略，广告主能够精准触及目标用户群体，有效实现**从提升受众认知到促进受众最终购买的全方位转化**，帮助品牌主构建出一个完整的营销漏斗闭环。
- TTD平台拥有丰富的Open Internet全渠道广告资源，支持智能电视大屏（CTV）、数字户外广告（DOOH）、音频广告等多个主流渠道的整合覆盖。这种全渠道覆盖能力确保了无论目标受众身处何方，在阅读、观看或收听任何内容，TTD平台都将以其强大的功能，帮助品牌将广告信息精准且高效地触达给每一位潜在客户。
- 广告主还可以在平台上整合所有已投放的广告与渠道，简化操作流程。平台提供实时报告功能，帮助广告主及时了解广告效果，并根据数据反馈优化投放策略，以实现更好的营销效果。



我们的技术优势 - 广告效果监测与优化

——通过客观的广告效果监测解决方案，了解广告活动的真实影响

TTD全面升级广告效果监测策略，并引入新的监测指标，以适应当前的媒体环境，帮助广告主提高广告投资的效益。

电视内容质量指数 (TV Quality Index)

评估观众在不同类型电视广告中的体验。

广告触达质量指数 (Quality Reach Index)

使用种子受众数据，比较不同定位策略的相关性。

零售销售指数 (Retail Sales Index)

关联大型零售商的店内销售数据，监测广告效益。

在广告效果的监测与优化过程中，TTD平台将安全地使用广告主的第一方数据作为核心效果指标展开监测，并依托零售商销售数据和其他已经过验证的数据集，提供各种灵活的报告渠道和 API 接口，在全方位监测广告活动的实际影响的同时，轻松跟外部的分析工具和模型对接数据，方便广告主将其与现有的广告效果监测策略或框架（如媒体组合模型及多触点归因分析）整合，从而实现对广告效果的全面评估。

此外，TTD平台还与优质且独立，符合隐私安全需求的广告效果监测合作伙伴如，[Oracle](#)、[AppsFlyer](#)、[Attain](#)、[Comscore](#)等数家公司携手，在遵守全球隐私法规的前提下，发挥数据的价值，探索创新解决方案，有效监测广告活动对品牌提升、店铺流量，及店内销售等的实际影响。

案例一：“精准定位受众与营销效果闭环追踪”相关案例

- **服务客户：**韩国消费电子巨头Samsung（三星）
- **案例披露时间：**2024年6月1日
- **客户需求：**Samsung拥有强大的品牌影响力和丰富的产品线，但长期以来，Samsung印尼在Blibli上的营销表现并不达预期。为此，**Samsung 希望在现有的Facebook协作绩效广告解决方案（CPAS）基础上，引入新的营销策略，优化其在Blibli平台的运营，同时推动并评估平台外流量的转化效果。**该营销策略以推广新旗舰智能手机为契机，在Blibli周年庆这一促销节点正式推出。Samsung也为该活动设定了一个富有挑战性的目标——广告支出回报率（ROAS）达到常规活动的三倍，以此实现流量与销量的双重突破。
- **解决方案：**为达成活动目标，Samsung与其代理机构Mindshare Indonesia合作，利用TTD平台在开放互联网广告生态（Open Internet）上的网站和应用程序，以及印尼GDP网络（GDPN）上投放展示广告，为Samsung的Blibli店铺引流。
 - **精准受众构建：**整合人口统计、兴趣、行为数据，并结合购买意图与智能手机购买生命周期，构建定制化人群，提高广告触达精准度。
 - **闭环监测优化：**将广告投放与Blibli平台的实际销售结果对接，依托每日SKU级销售报告，实时分析广告表现与销售转化的关联性。
 - **数据驱动的策略调整：**基于实时数据反馈，动态优化营销策略，提升广告转化率，并为未来决策积累宝贵经验。
- **营销效果：**
 - 本次活动是电子品牌首次在印尼通过结合TTD的程序化广告平台和Blibli的测量解决方案，实现销售效果闭环追踪的营销案例。借助该营销策略，Samsung不仅顺利完成了既定的销售目标，还轻松超越了其业绩预期，其KPI达成率分别为：



案例二：“全渠道程序化广告投放”相关案例

- **服务客户：**德国奢侈行李品牌RIMOWA（日默瓦）
- **案例披露时间：**2024年8月22日
- **客户需求：**RIMOWA自1898年创立以来，以实用主义设计和卓越工艺成为高端旅行者的首选。随着广告投放渠道的多元化，虽然RIMOWA的广告投入不菲，但也面临着广告投放分散、展示频率难以控制，整体广告效果难以评估等问题。
- **解决方案：**RIMOWA借助代理机构iProspect Japan与TTD展开合作，期望通过**集中投放和精细化管理改善广告效果**，整体优化品牌的广告预算。
 - **精准锁定高端旅行客群：**RIMOWA通过TTD平台精准围绕航空公司的高端客户及偏爱奢华风格的旅行者进行投放，确保品牌信息精准触达目标受众。
 - **DOOH + 社交媒体联动，提升品牌认知度：**借助LIVE BOARD的广告归因功能，RIMOWA发现**将DOOH与社交媒体及UGC结合，品牌认知度提升17.4%**，有效增强营销影响力。
 - **跨渠道投放，优化预算与广告体验：**在DOOH基础上，RIMOWA**拓展至CTV（智能电视大屏）**等媒体渠道，并通过**TTD广告展示频率管理技术，优化广告曝光频次**，减少过度曝光，提升消费者体验。
 - **广告频次控制提高投资回报率，实现更广泛的受众覆盖：**RIMOWA使用广告频次控制工具，**节省34% CTV广告成本，并将节省预算回投该渠道**，使CTV不重复受众覆盖率提升25%。

营销效果：



案例三：“广告效果监测与优化”相关案例

- **服务客户：**中国智能家居品牌Govee
- **案例披露时间：**2025年2月8日
- **客户需求：**在竞争激烈的智能照明市场中，出海品牌Govee面临着提升品牌认知度和购买意向的挑战。
- **解决方案：**为了在18-34岁的年轻消费者中建立更强的品牌影响力，Govee通过好莱坞科幻类电影，并与代理机构飞书深诺旗下BeyondClick和EMW3合作，**利用The Trade Desk全渠道程序化广告平台，在美国市场开展了一项创新的广告活动。**



- **数据驱动的广告投放决策和效果衡量：**基于消费者行为分析，**以数据驱动的洞察对广告活动进行优化，精确衡量广告活动投资回报，优化成本效益。**
- **精准触达目标消费者群体：**借助**网站定向 (Site Targeting)** 和**情景定向 (Contextual Targeting)** 技术，结合第三方受众数据精准定位目标人群，推动转化。
- **全渠道程序化广告投放：****一站式采买多渠道优质媒体资源**，包括CTV（智能电视大屏）、展示广告和原生广告，实现广告多渠道覆盖，扩大触达范围。
- **广告渠道及活动表现追踪：**通过**UTM分析量化评估不同广告渠道和内容的效果**，从而实时洞察并优化广告策略，精准分配预算，提高整体投资回报率。

- 广告内容对受众有高度相关性和吸引力
- 程序化广告策略相较于社交媒体广告在提高广告效率方面具有巨大优势



客户服务方面

- 截至2025年2月15日，The Trade Desk在持续为可口可乐、轩尼诗、联合利华，三星等国际知名品牌提供程序化广告投放服务的基础上，进一步拓展了业务版图，**服务范围现已延伸至智能家居品牌Govee等中国出海品牌，助力中国品牌实现高质量出海**。目前，The Trade Desk已为数千家国内外知名品牌企业提供程序化广告投放服务，覆盖消费电子、食品、零售、日用品、汽车、旅游、金融等多个行业。

行业认可方面（2024年）

- 荣获机构投资者奖（Institutional Investor Awards）：年度最佳企业、最佳首席执行官、最佳企业董事会、最佳IR（投资者关系）项目、最佳IR（投资者关系）专业人士、最佳IR（投资者关系）团队、最佳分析师日
- 荣获U.S. News & World Report最佳工作
- 荣获Business Insider广告技术新星奖
- 荣获AdExchanger 媒体和广告技术领域杰出女性奖
- 入选医疗健康行业营销奖MM+M的“40位40岁以下精英”榜单
- 入选Retail TouchPoints “40位40岁以下精英”榜单

- 1) 机构投资者奖由《机构投资者》杂志主办，旨在表彰在企业治理、投资者关系、ESG（环境、社会和公司治理）等方面表现卓越的上市公司及其高管团队。
- 2) U.S. News & World Report最佳工作奖由《美国新闻与世界报道》评选，旨在表彰那些在工作环境、员工满意度、薪酬福利、职业发展机会等方面表现出色的公司。
- 3) Business Insider广告技术新星奖由《商业内幕》杂志颁发，旨在表彰在广告技术领域具有创新精神和突出贡献的个人或团队。
- 4) AdExchanger 媒体和广告技术领域杰出女性奖，旨在表彰在媒体和广告技术领域表现出色的女性领导者。
- 5) 医疗健康行业媒体MM+M（Medical Marketing & Media）评选的“40位40岁以下精英”榜单，旨在表彰在医疗健康行业营销领域表现卓越的40岁以下的精英人才。
- 6) 由Retail TouchPoints评选的“40位40岁以下精英”榜单，旨在表彰在零售行业表现卓越的40岁以下的精英人才

客户评价

The Trade Desk凭借其精准定位并触达目标受众的优势，全渠道程序化广告投放功能，以及卓越的广告效果监测与优化能力，赢得了客户的广泛赞誉与高度认可。

RIMOWA日本市场营销与传播总监Dex Victor van Hunen表示：

通过运用 The Trade Desk 平台，我们能够高效整合在 CTV（智能电视大屏）和 DOOH（数字户外广告）等多个渠道的媒体资源。这不仅优化了我们的广告投放策略，还帮助我们以更具成本效益的方式，最大程度地触达优质受众群体，从而实现广告投放价值的最大化。

Haleon市场总监Walter Leung表示：

在不断追求创新与拓展数字营销能力的过程中，我们与业界领先的The Trade Desk 建立了合作伙伴关系。此次合作使我们能够进一步巩固并扩大在 CTV 领域的影响力，借助 TTD强大的技术与数据支持，让我们得以**以更准确、可衡量的方式与目标受众建立深度联系，从而显著提升营销效果**。将 CTV 纳入我们的数字营销战略已成为我们**持续进行数字转型的关键驱动力**。

Govee 品牌营销部门表示：

通过与The Trade Desk合作开展全渠道程序化广告活动，不仅Govee品牌知名度得到显著提升，还成功地将电影爱好者转化为潜在消费者。此外，**数据驱动的广告投放决策及效果衡量亦为Govee未来广告活动带来了巨大的价值**。