

中国移动营销企业案例研究



畅思广告

企业简介：畅思广告(原触控广告平台)，成立于2012年初，自上线以来支撑了捕鱼达人系列的绝大部分收入，并逐渐与国内许多优秀开发者建立了合作关系。2014年3月，在整合了大量优质广告资源的基础上，畅思走向开放，与广告主和应用开发者之间建立起高效的资源配置平台。目前畅思业务板块分为“效果广告”、“全案服务”和“游戏大联运”。前二者主做移动营销服务，后者以分成的方式与中小手游开发者进行独家联运合作。

移动营销业务模式：畅思广告通过长期的经验积累、深厚的技术基础和丰富的行业资源，形成了完整独特的营销解决方案及全案立体营销能力，通过自身的广告平台以及DSP、SSP对接各类广告主需求和媒体流量资源，拥有流量最大的独立移动广告平台。可以为客户提供效果广告、品牌广告、公关传播、跨界营销等立体营销解决方案。

产品布局	运营状况	核心优势	发展方向
<p>移动营销产品 畅思广告平台</p> <p>移动营销产业布局</p> <ul style="list-style-type: none">• Ad Network• DSP• DMP• Adx & SSP	<p>公司人员110人左右，其中技术人员占30%</p> <p>服务客户：Supercell、网易游戏、360游戏、完美世界、yaho、美团、贝贝、Uber等</p> <p>流量接入：Chartboost、AdMob、广点通、百度、微信、陌陌、今日头条、知乎、优酷等</p>	<ol style="list-style-type: none">1、移动媒体全渠道覆盖，流量规模行业领先2、一站式品效合一的移动整合营销服务能力3、具备深厚大数据技术实力，实现移动营销全产品线覆盖	<ol style="list-style-type: none">1、深耕：为客户提供整合营销服务；产品上以效果优化为核心；扩建DSP和广告网络，做产业齐全的DSPAN2、海外扩展：以国内业务为基础，通过整合海外流量的方式，进军国际市场3、泛娱乐领域：以游戏为支点，撬动整个泛娱乐领域的营销，包括电影、直播、电竞等

来源：综合公开资料与行业访谈信息整理。

移动营销案例展示

畅思广告：全案营销助力《部落冲突：皇室战争》中国登顶



案例背景

《部落冲突：皇室战争》是由世界级游戏公司Supercell开发的一款实时卡牌策略手游。突破性的在游戏中加入了即时策略、MOBA以及卡牌等多种元素，凭借1v1真人实时对决玩法逐渐风靡全球，《部落冲突：皇室战争》欲在中国市场取得突破



营销策略

品牌大曝光、效果全助力



总体目标

引爆游戏《部落冲突：皇室战争》在中国知名度，实现用户大规模覆盖



全案执行

从游戏上线之前筹备和大推，再到上线之后的持续推广，畅思广告立体化营销策略帮助《部落冲突：皇室战争》这款S级大作在中国开始病毒式流行，上线当天该作成功冲进苹果AppStore中国区免费榜前列，翌日登顶免费榜，随后拿下畅销榜第2位置，下载量飙升

基础搭建

自媒体准备
百科、wiki
论坛、专区

预约下载

预下载活动造势
游戏口碑积累

全面上线

品牌广告强势曝光
效果广告全渠道覆盖
电竞比赛遍地开花
话题带领行业热议

后期活动

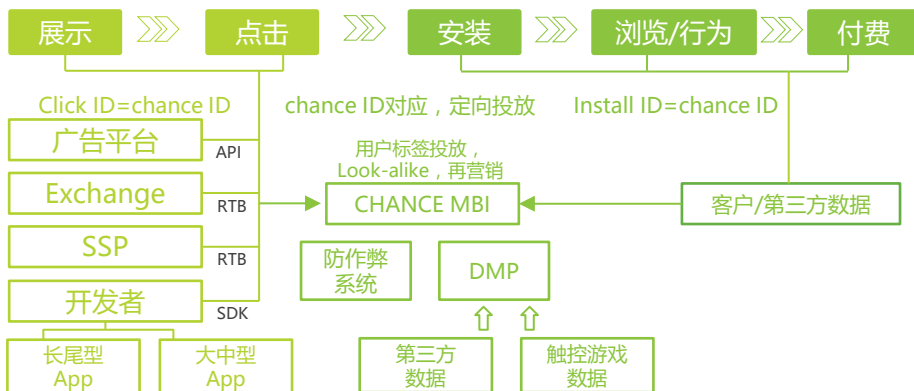
电竞比赛
媒体玩家持续生产UGC内容
注重攻略口碑

移动营销案例展示

畅思广告：全案营销助力《部落冲突：皇室战争》中国登顶

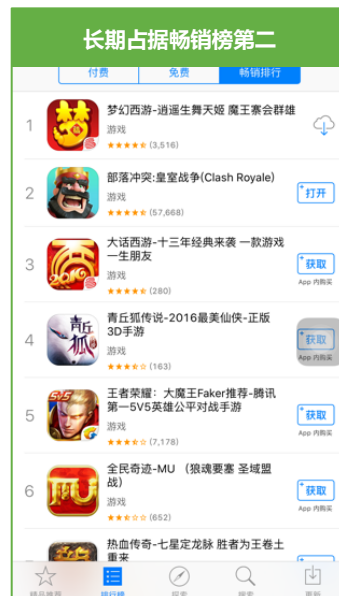
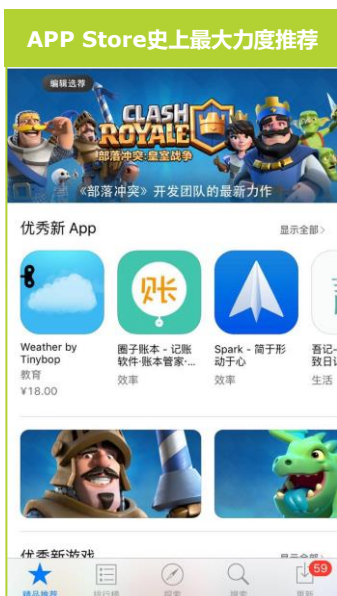
借助畅思平台

取得营销亮点



在《部落冲突：皇室战争》的品牌推广中，畅思广告大胆尝试新的广告渠道，使得皇室战争成为当时微信朋友圈腾讯手游之外的第一批游戏广告，同时也成为了知乎APP第一支原生广告，获得了极高的曝光量。

在效果广告投放中，除利用投放效果数据进行持续算法反馈和优化之外，畅思广告利用机器学习算法对现有用户进行画像，提取特征，再从海量用户库中提取具备相似特征的用户，利用Lookalike等投放策略实现精准目标用户投放，实现整体广告投放ROI最大化。



移动营销案例展示

畅思广告：借助IP全渠道实现《圣斗士星矢：重生》大曝光



案例背景

《圣斗士星矢:重生》是首款官方正版2D策略动漫卡牌手游。原著作者车田正美老师严格监修，东映动画监制，在忠实原著剧情的基础上，让卡牌战斗和动漫元素巧妙结合，使动漫迷重温战斗的激情。畅思广告负责的iOS全案推广，游戏在推广期间获得了强势曝光，最佳成绩收获了iOS畅销榜TOP3



投放策略

借力圣斗士IP，效果全渠道覆盖



总体目标

提高用户认知，为游戏持续大量导入优质用户，冲击畅销榜单排名



全面渠道覆盖

借助IP及大量视频广告，提升品牌宣传、带来大量曝光

丰富投放形式

集中效果广告平台展示，主要以插屏、banner、原生和视频等多种形式呈现，覆盖海量APP，为产品在较短时间内带来了大量用户

动态投放调整

通过人工智能优化体系对用户习惯进行创意匹配，同时根据前期投放中收集的户回收数据，进行渠道调整

优秀榜单成绩

iOS畅销榜上线两个月之后，至今仍维持在TOP10左右，吸金能力超强