

MBox

参选类别：年度最佳数字营销平台

简介

平台名称：MBox

开发时间：2017 年 6 月

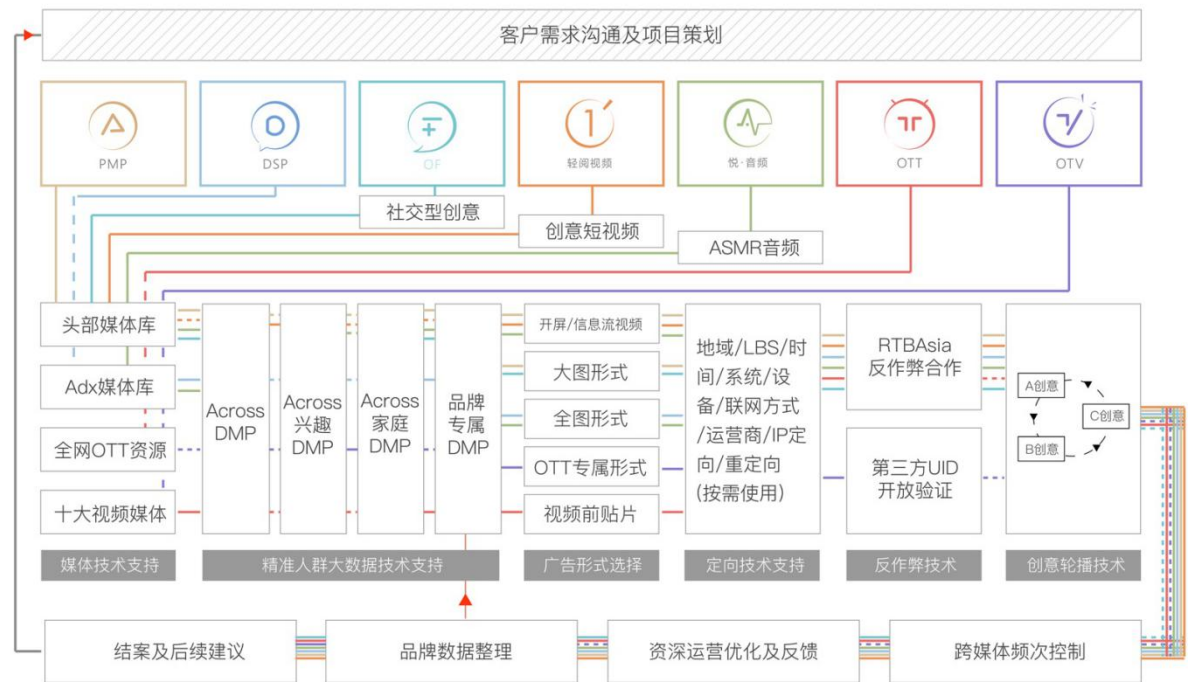
平台简介：

MBox 是 Across 礼添科技的核心技术平台，强调以技术实力和前瞻视野推动广告程序化的高速发展。MBox 上的七大模块架构各有特点又高度集成，通过这些模块的不同组合便整合出 Across 礼添科技的七大程序化广告投放产品。这些产品可以从前沿内容营销、私有优质流量和智能大屏程序化流量分发的多个角度给予客户高效的解决方案。

MBox 的七大基础模块包括：

- 1、大数据库：含基础大数据、兴趣标签大数据和 OTT 大数据。
- 2、媒体资源：对接 100 家头部 App 资源、10000+ 个中长尾 App、多家 OTT 牌照方资源。
- 3、广告形式：开屏视频、开屏图片、信息流视频、信息流图片、插屏弹窗、焦点图、通栏、OTV、OTT 等。
- 4、定向能力：地域、时间段、设备、系统、运营商、联网方式、IP 地址。
- 5、创意轮播能力：提升用户对广告的新鲜感。
- 6、反作弊能力：包括中广协数据过滤和 RTBAisa 的数据过滤。
- 7、内容创造力：包括短视频拍摄和 ASMR 创新广告。

使用说明



应用范围

MBox 上的七大模块架构各有特点又高度集成，通过这些模块的不同组合便整合出 Across 礼添科技的七大程序化广告投放产品。这些产品可以从前沿内容营销、私有优质流量和智能大屏程序化流量分发的多个角度给予客户高效的解决方案。

- 1、PMP：拥有国内优质的移动端 PMP (Private Market Place 私有交易市场)，集合众多头部优质 App 媒体资源，以 PD (Preferred Deal 优先购买) 为主要交易方式，特别主打开屏视频和信息流视频流量。
- 2、DSP：Across 礼添科技的 DSP 产品背靠腾讯大数据，数据量庞大且可靠，是完善而成熟的移动程序化购买产品。在经验丰富的运营团队和技术团队的支持下，能有效提升投放效果。
- 3、开屏流：Across 礼添科技首创的社交型程序化产品开屏流，将广告物料和落地页面创新为社交 App 的形式，用户体验与社交 App 极为相似。自带社交因子，可二度激活品牌广告主现有传播资源。
- 4、轻阅视频：专注于以一分钟以内的短故事视频作为同受众的沟通渠道，从拍摄内容开始，到特别定制的兴趣标签覆盖，最后通过 MBox 的优质 PMP 进行投放，可为广告主提供前后端一体的营销服务。
- 5、悦音频：AdVoice 悦音频是全新推出的代入式音频全网分发平台(Empathetic Voice Platform)。以 ASMR 音频作为载体，在现有广告类型的基础上进行了形式创新，配合技术媒介的组合升级，达到新奇的品牌感官营销体验。
- 6、Across OTT：国内优质的 OTT 一站式程序化投放产品。几乎对接目前国内市场上所有可见的相

关资源，打造强大完整的媒体资源库。同时，建立各种家庭人群标签，让大屏也能准确覆盖用户。智能的平台投放模块帮助投放流畅高效，和第三方合作开放验证，投放更安心。

7、Across OTV：主要以 RTB 方式进行合作。通过十大视频流量媒体的覆盖，结合大数据投放的优势，准确触达目标 TA,并能和 OTT 投放资源形成互补。

应用实例

案例名称：联想 ThinkPad X1 Carbon 新品上市营销

推广时间：2019 年 7 月

推广平台：PMP；**推广地域：**全国；**推广形式：**开屏、信息流。

投放媒体：雪球、车主无忧、懂球帝、今日头条、ZAKER、喜马拉雅、高铁管家、搜狐新闻等优质媒体。

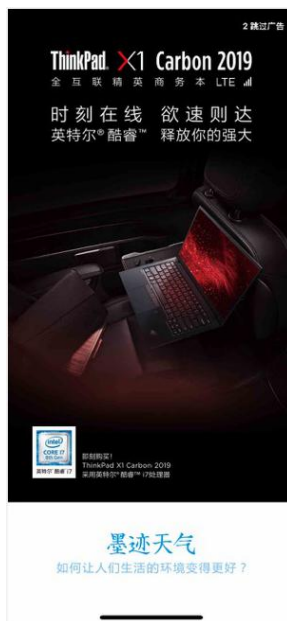
全案概述：知名笔记本电脑品牌联想，在 2019 年年中推出了面向高端商旅人群的 ThinkPad X1 Carbon 高端系列，急需在新品上市期打响知名度，并在京东及官网落地页产生一定的转化。

对此，Across 通过大数据筛选出了对商务笔记本有直接购买可能的“高端商务本关注者”，以及在此标签上衍生出来的“高端商旅人群”，同时更精选了汽车、财经、奢侈品类面向高端男性群体的媒体进行发声。通过由窄及宽、由点到面的投放策略，有层次地精确覆盖到大部分目标人群。

在此期间，Across 还从投放时段、广告跳转及订单转化等多个维度进行运营优化，不断提升数据表现。最终本次投放的曝光量、点击数和广告跳转率均大幅超出客户预期，ROI 也达到了理想效果。此案例荣获第八届金蜜蜂奖营销效果类金奖。



喜马拉雅-开屏



墨迹天气-信息流



今日头条-信息流



搜狐新闻-信息流