

移动 DSP 是什么？

移动 dsp 是什么?对于 dsp 的概念，大家可通过海淘科技网站为大家展现的这篇移动 dsp 是什么?文章，对移动 dsp 有所了解。下面就移动 dsp 各概念给大家做一介绍!

移动 DSP



移动 DSP(Mobile Demand Side Platform，需求方平台)服务于广告主或代理公司，是集媒体资源购买、投放策略制定、投放实施优化到出具分析报告等功能为一体的一站式移动广告需求方平台。

移动广告网络



移动广告网络(Mobile Ad Network):是在移动端介于想出售广告资源的 web 网站和 APP 资源与想在移动端发布广告的广告主之间的平台。就像是媒体的销售代表或经纪人，拥有大量的媒体资源，一方面帮助媒体将广告位资源按照受众类型进行整合打包出售，另一方面通过行为定向、频次定向、内容定向等技术帮助广告主精准定向目标人群。广告主按照千次展示数付费。随即，他们的广告创意就会出现广告位上。尽管移动广告交易平台已经出现，但由于其尚处于发展初期且资源类型仍有局限，移动广告网络仍然是目前移动广告资源供需双方交易的重要渠道，也是移动 DSP 众多媒体资源来源中的重要一环。

Ad Exchange



Ad Exchange 一个开放的、能够将媒体和广告主/广告代理商联系在一起的在线广告市场(类似于股票交易所)。交易平台里的广告存货并不一定都是溢价库存，只要出版商想要提供的，都可以在里面找到。DSP 的实现很大程度上，需要有成熟的 Ad Exchange，目前国内 PC 端已经有一些成型的广告平台，但在移动端仅有 Google，和一些私有 Ad Exchange 平台，所以国内的移动 DSP 市场很大程度上还不够成熟。

移动 DMP



移动 DMP(Mobile Data-Management Platform, 移动数据管理平台)即移动端的数据管理平台,能够帮助所有涉及广告库存购买和出售的各方管理其数据、更方便地使用第三方数据,移动 DMP 增强他们对所有这些数据的理解的数据储备,并且与移动 DSP 无缝对接,并可与 PC 端 DMP、DSP 平台进行整合联通,实现人员数据同源,从而更加全面洞察人群行为轨迹。对于移动端广告投放效果具有很大的指导价值。

移动 SSP



移动 SSP(Mobile Supply Side Platform): 即移动供应方平台,面向媒体主(在移动端主要是移动站点和 APP)的供应方管理平台帮助媒体主进行流量分配管理、资源定价、广告请求筛选等,更好地进行自身资源的定价和管理,优化营收。移动 DSP 是媒体主通过移动 SSP 进行资源流通的重要渠道。

RTB



RTB(Real Time Bidding): 直译为实时竞价，是 DSP、广告交易平台等在网络广告投放中采用的主要售卖方式，在极短的时间内通过对目标受众竞价的方式获得该次广告展现。仅限于购买广告交易资源。RTB 的购买方式无论在 PC 端或是移动端均可以实现。

程序化购买



程序化购买(Programmatic Buying): 广告主定义他们期望的受众，系统帮助其找出优选的媒体来购买受众，为广告主提出最优媒介计划，并通过程序化购买的方式执行，并按照期望的周期反馈监测结果 Trading Desk 通过 Trading Desk，代理商可以实现投放管理、品牌安全保护、媒体直投、定制服务等功能。国内现有的 Trading Desk 多与成熟的 DSP 供应商合作进行技术和平台搭建。主要为大品牌广告主服务。

上面我们了解了，移动 DSP(也叫移动广告需求方平台)，通过对接交易平台，为广告主提供一站式、便捷的移动广告投放服务平台。下面我们老姐一下移动 dsp 的优点。

移动 dsp 的优点



a、更快速

采用实时竞价交易，通过竞价在 50 毫秒内获得广告位，即可实现广告位的购买曝光。

b、更精准

因为基于移动端的数据，可以定位受众的地理位置，并根据用户日常的 app 行为习惯进行更有效的广告投放。

c、更省钱

像力美 DSP，已经积累了 16000 个人群标签(包括人群属性、行为属性等)，500 个城市标签和 8000 个商圈标签，充分满足了不同广告主对精准人群定向的需求，通过现有的标签进行投放，并对后期效果不断的优化，就可以更加节省广告开支。

d、更高的 ROI

移动 DSP 通过前期的策略定制投放、中期的优化执行、后期的总结反馈一连串的智能操作能够有效的提升广告的 ROI。

以上就是为您提供 [DSP 广告最新资讯](#)，同时提供百度 MIP 资讯。本文下载，点击：[移动 DSP 是什么？](#)