

域動五螢串接與數據混合應用 360 度精準鎖定 TA



你還記得近期最有印象的商品是什麼？研究指出平均一個人每天接觸的廣告超過 3000 則，因此，該如何在眾多廣告中脫穎而出呢？

其實我們每天會接觸到的數位媒介大致上分成五種螢幕載具，分別為 PC、Mobile、Tablet、IPTV、DOOH / 戶外屏幕；前面四種是我們常見的裝置，當使用者在瀏覽網頁的同時，我們針對使用者點擊的廣告、瀏覽的內容進行分析，搭配定位功能如瀏覽器 IP 位置、電信種類、裝置型號、GPS 定位等，記錄使用者的行為

模式及位置，進行興趣貼標。針對 DOOH 戶外屏幕裝置，域動採用戶外媒體特有的臉部辨識技術，藉由收集線下使用者的輪廓，串接線上個人裝置所收集行為數據，完成了線上線下的數據整合，利用數據預測使用者的興趣，域動為業界唯一一家創造五螢制霸，數據共享的公司。

「凡走過，必留下痕跡」，一位使用者在數位媒介能產生的資訊分別為臉部資訊(性別、年齡)、與瀏覽行為等，兩者可以描繪出使用者的輪廓，透過五螢紀錄人們在線上與線下的行為後，基本上就可以對這位使用者有初步的了解。再從行為切入分析，可以預測出使用者平日的生活興趣；透過將不同裝置收集到的不同資訊進行整合比對，從而得到該名使用者在網路上最終輪廓。

五螢的串接，整合了各個裝置收集到的數據，大大降低了由單一裝置個別搜集再進行分析預測所花費成本，達到不同屏幕的資源共享，呈現最精準的人群受眾。混合數據與五螢的應用，能更準確地針對人群定向投遞廣告，創造更高的廣告成效，域動完成了將廣告在對的時間，對的地點，投放給對的人。

以育嬰用品客戶為例，域動針對客戶需求，形成溝通策略，分析出三大興趣族群為溝通對象：關注嬰幼兒護理者、民生消費類型族群、關注家電用品生活者。透過電信數據，以瀏覽過相關網站的 cookie，結合線下過去三個月曾出沒在各大育嬰用品門市及醫院婦產科，月子中心的出沒人群（裝置數據），建立線上線下的數據整合，也同步透過 DOOH 屏幕投放廣告，收集場域資訊，並且發現原來主要受眾為 25-49 親子族群，並不僅僅是女性，也有為數不少新手好爸爸，也是潛在可開發的對象。

域動五螢串接結合數據行銷，透過各種螢幕精準鎖定目標族群，做到真正 One Platform Total Solution，並提供唯一家外媒體廣告投遞數位化、唯一橫跨五螢全媒體服務，更成為唯一 360 度全面覆蓋消費者大小螢幕。