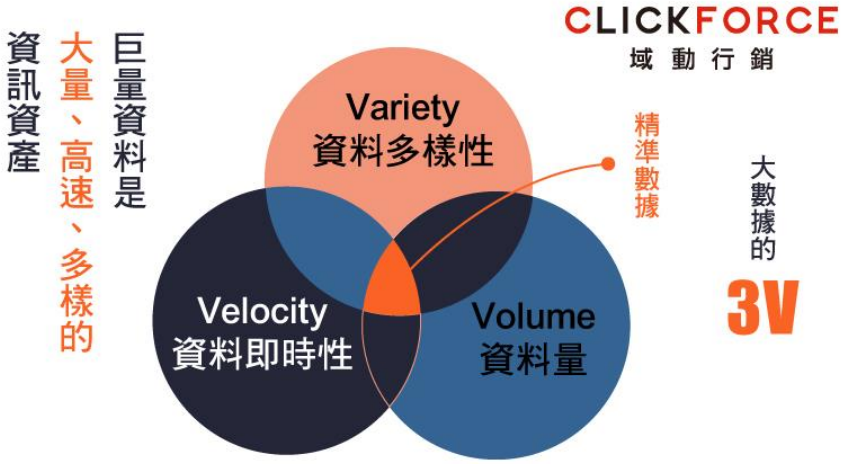
AI 精準預測使用者 智慧推薦廣告



大數據的 3V 定義「巨量資料是大量(Volume)、高速(Velocity)、多樣(Variety)的資訊資產」。根據這個原則，域動行銷儲存大量而多樣的第一方、第二方與第三方數據，透過人工智慧演算與分析，將龐大的數據即時轉化成有效的資產。

根據域動專業團隊的多年數據研究，台灣使用者的瀏覽行為分為 1234：

對應的數據非常破碎而分散的，所以當廣告主透過自身的資源執行數據行銷，通常會因為數據破散的特性，導致在期望與實際成果之間產生”資訊迷霧”，最終造成與最初預期的成效產生落差。

為了釐清這一段迷霧，域動行銷利用聯播網數據、廣告數據、電信數據、消費數據、公開數據等組成混血數據，擴大收集使用者數據面向，避免數據破散，同時透過 HADOOP 以及 SPARK 的 MAP-REDUCE 技術，及時而有效率的蒐集、彙整、分析巨量數據。

最終，將這些及時數據，透過 AI 演算，建立廣告智能優化邏輯，進行系統性分析與預測，描繪更清楚的行銷地圖。

【精準行銷】：

透過 AI 技術導入，域動的廣告系統可以精準預測消費者，每天運算 1 億筆以上的紀錄來為每一筆訂單客製化與精準化的配對到有興趣的消費者進行點擊廣告的行為。

【成效卓越】：

廣告主只需要提供活動走期與預算，AI 系統就能在廣告執行隔日開始進行優化且當前成效已經是人工操作的 2~3 倍。

【建立受眾 CDP 數據】：

未來將廣告主數據導入到 AI 系統之後，能夠在廣告開始執行之前就完成全自動化的行銷策略制定並給出實體與數位行銷建議，替廣告主完成超前部屬！最終，不僅僅是推薦廣告以外，實際達成行銷需求！

舉例來說 ： 目前協助房產客戶尋找類似受眾時候,會提供聯播網建築受眾以及網站受眾再行銷，再對於特定地址、網站的鎖定受眾進行導流 ; 另外的特色之處是針對高消費族群或者是某些重點項目的消費者進行鎖定的數據運用。

以全面性線上線下的數據標籤來網羅真正的 TA，產出更佳的廣告成效，來獲得廣大房產建築廣告主的肯定。