

互联网广告DSP和 SSP系统

第五组

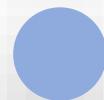


CONTENTS



THE PART ONE

DSP与SSP系统的简介与未来前景



THE PART TWO

**商业画布-互联网广告中的
DSP和SSP系统**



THE PART THREE

互联网广告如何创业

01

DSP与SSP系统的简介 与未来前景

THE PART ONE



DSP与SSP系统的简介与未来前景

简介

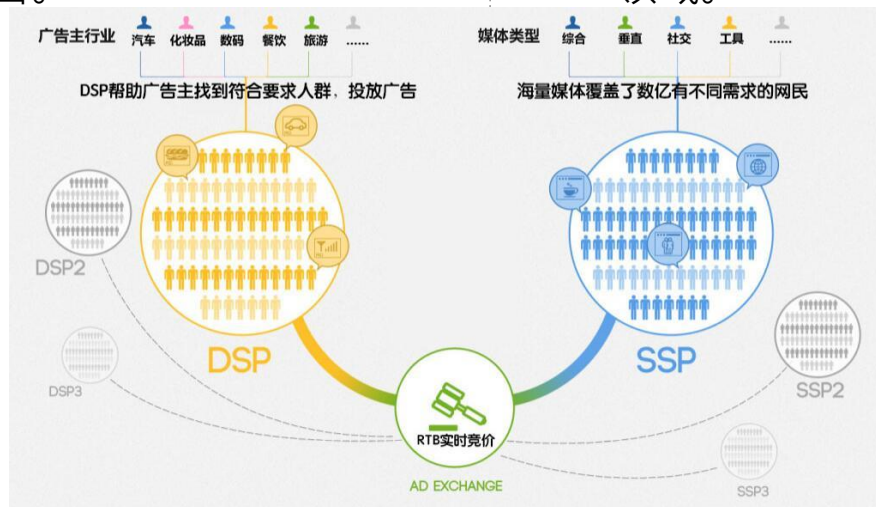


DSP Demand-Side Platform的缩写，即需求方平台。

这一概念起源于网络广告发达的欧美，是伴随着互联网和广告业的飞速发展新兴起的网络广告领域。在互联网广告产业中，DSP是一个系统，也是一种在线广告平台。

SSP Sell-Side Platform的缩写，即供应方平台。

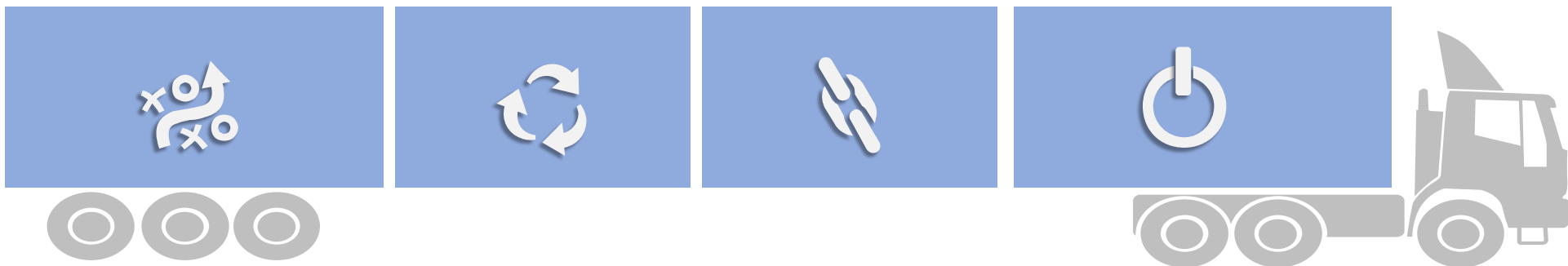
这一概念是伴随着互联网和广告业的飞速发展而来的，SSP，与DSP、Ad Exchange和RTB一起迅速崛起于欧美，属于新兴的网络展示广告领域。





未来前景

- DSP与Ad Exchange和RTB一起迅速崛起于欧美，属于新兴的网络展示广告领域，近年来已在全球快速发展，2011年已经覆盖到了亚太地区以及澳洲。DSP在互联网展示广告的高速发展创新中扮演了极其重要角色，它可以使互联网展示广告市场更加透明，高效，和可控，非常符合未来网络广告发展的趋势。



- 目前，中国的DSP才刚刚起步，发展正方兴未艾。但严格意义上符合DSP两大核心特征的公司，数量较少，整个国内网络展示广告领域对于DSP的理解都还未达到普及的程度，因此这一系统在国内的发展潜力是十分巨大的。统计数据表明，进入2014年，广告主开始把50%的互联网广告预算用于程序化购买。业内人士预测，到2019年，数字广告40%的预算将用于程序化购买。

02

商业画布-互联网广告中的 DSP和SSP系统

THE PART TWO



商业画布-互联网广告中的DSP和SSP系统

DSP系统
1. 局限性小，传播不受时间、空间和地域的限制2. 大数据精准细分用户3. 数据统计方便调整，提高推广有效性4. 流量覆盖方位广5. 支持RTB实时竞价

SSP系统
1.完善的账号体系2.流量分配模块3.广告审核的能力4.强大的数据统计能力，以不断优化广告投放5.及时的数据响应能力

以互联网平台为载体，借助大数据的力量实现精准营销，为客户提供高效、精准、优质的一站式推广服务。

核心资源
DSP系统、SSP系统、互联网媒介、大数据算法等

价值主张

客户关系

广告主、代理商、网络媒体、消费者

关键业务

单以DSP、SSP系统为核心，通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者提供服务的商业广告，实现精准营销

重要伙伴
广告主、代理商、网络媒体等

客户细分
网络用户、广告主、代理商、内容提供者等

成本结构

销售推广成本、流量获取成本、带宽成本、内容成本、研发成本、管理及人员成本、税费成本等

收入来源

广告费、收益提成、会员会费等

渠道通路

DSP系统、SSP系统、搜索引擎、新媒体平台、短视频平台、虚拟销售渠道等

03

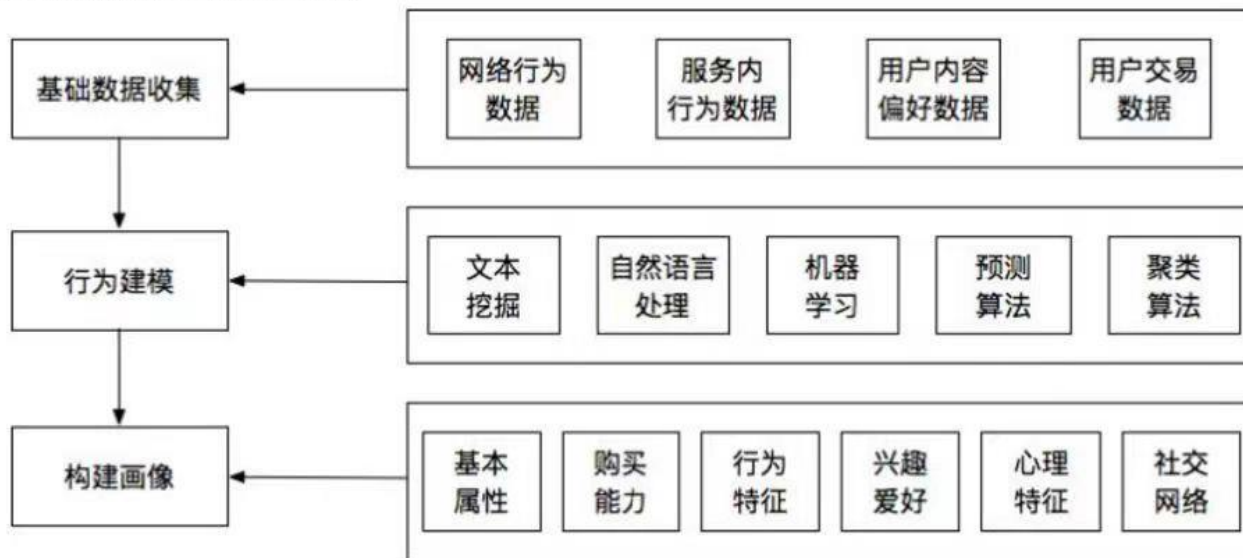
互联网广告如何创业

THE PART THREE



互联网广告如何创业

通过这三步可以了解互联网广告创业。



1

2

3

4



准备

了解 推广规则 计价方式 相关术语 营销案例/模式学习



入门

寻找合适的项目（价格低、门槛低）

寻找代理商



方案

充分了解客户的行业 客户面临的问题 提出能够落地执行的解决方案

搭建广告系统

搜索类算法与非搜索类算法

Cookie数据收集



注意事项

控制好运营成本 管理好现金流

创业前期不要业务太多

约定好客户回款周期（尤其是大金额）

避免公司现金流周转出现问题

謝謝
Thanks