

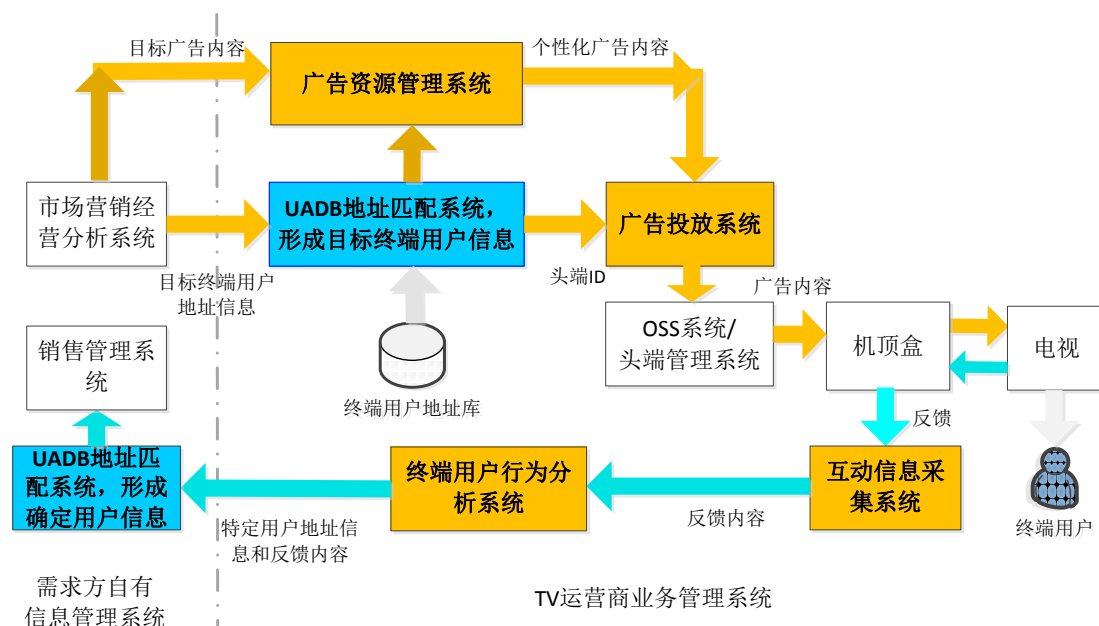
## 基于双向通道的 TV 广告精投业务介绍

### 背景

许多行业需要借助广电互动电视和中国电信 IPTV，将需要的信息精准的投放到特定客户的电视终端。

精准信息投放可以为企业带来个性化的信息推送，减少企业广告推广费用，从而在有限资源的前提条件下给企业带来巨大的回报。

### 基于地址匹配的信息精准投放业务框架图



### UADB 地址匹配系统的功能和特点

- 自动清洗及标准化终端用户的地址库；
- 针对需求方给出的目标用户地址自动匹配出终端用户的 ID；
- 地址匹配速度快（毫秒级的速度）；
- 地址匹配成功率近百分百；

### 基于地址匹配的信息精准投放业务策略

- 创新收费模式：按需设计，按量投放；
- 不需要需求方的核心用户信息，仅提供部分地址信息（保护信息安全）；
- 按信息实际到达目标客户数为基数进行业务结算；
- ...

### 广告精准投放（精投）系统为广电网络公司带来的价值

- 无需投入高昂的客户资源分析系统即能迅速拓展和扩大客户群；
- 提高投放信息与目标客户的相关度，提高运营服务品质；
- 可实现区域广告投放，更好的利用现有资源，提高增值运营服务的效益；
- 精准信息投放，提高增值服务对行业客户的吸引力；
- ...

### 需要通过 TV 运营商进行广告精准投放的行业和信息内容

- 银行理财产品和信用卡服务信息
- 保险公司增值业务服务信息
- 汽车促销与服务信息；
- 房地产促销与服务信息；
- 中高端消费品个性化促销与服务信息；
- 地域相关的快消品（区域特有商品信息）促销与服务信息；
- 地域相关的个性化服务业（区域化服务的服务信息）促销与服务信息；
- 教育行业服务信息；
- 公共事业代催缴信息；
- 其他需要此服务的中小企业。

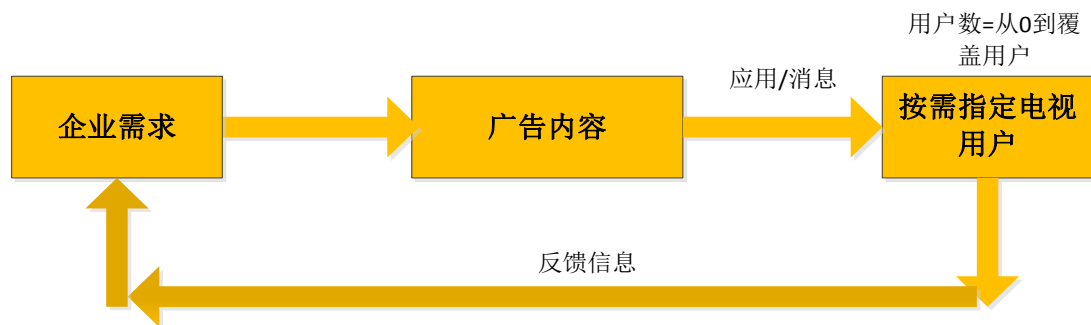
### 广告业务模型分析

- 现有广告业务模型：



1. 需要电视频道资源
2. 按时长计费（固定）
3. 广告成本高，只适合部分企业
4. 广告推出后无反馈资料

- 广告精投业务模型



1. 无需依赖电视频道资源
2. 按指定用户数计费（灵活）
3. 广告成本低，适合大部分企业
4. 广告推出后有反馈资料，客户广告回报率高