

# 7个步骤掌握 移动原生广告



**Stephen Chung**  
亚太区董事总经理 | AppLift Inc.

**GAME DEVELOPERS CONFERENCE™ CHINA**  
SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER  
SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 19-21, 2014

# 一个商务和技术专家团队



110多名移动广告专家组成的团队

员工来自20多个国家，使用**超过25个语种**

总部设在**柏林**，在**旧金山**和**首尔**设有分公司

得到Prime Ventures和HitFox Group的资金支持，**投资2000万美元**

# 用广告来从你的应用中盈利

- 1 你能从游戏/非游戏应用中获得盈利的方式，只有这么多种
- 2 不要欺骗自己...分析是关键!
- 3 传统移动广告的挑战
- 4 原生广告目前很热门，但是...
- 5 如何能够实现
- 6 无SDK

# 1. 你能从游戏中获得盈利的方式，只有这么多种

1



## 应用程序内购买 ( IAP )

从虚拟物品中获得盈利是很困难的，只有1.5%的玩家为虚拟物品付费 ( Swrve )

2



## 受奖励的视频/动作

因苹果最近实施的制裁，而变得很复杂

3

广告



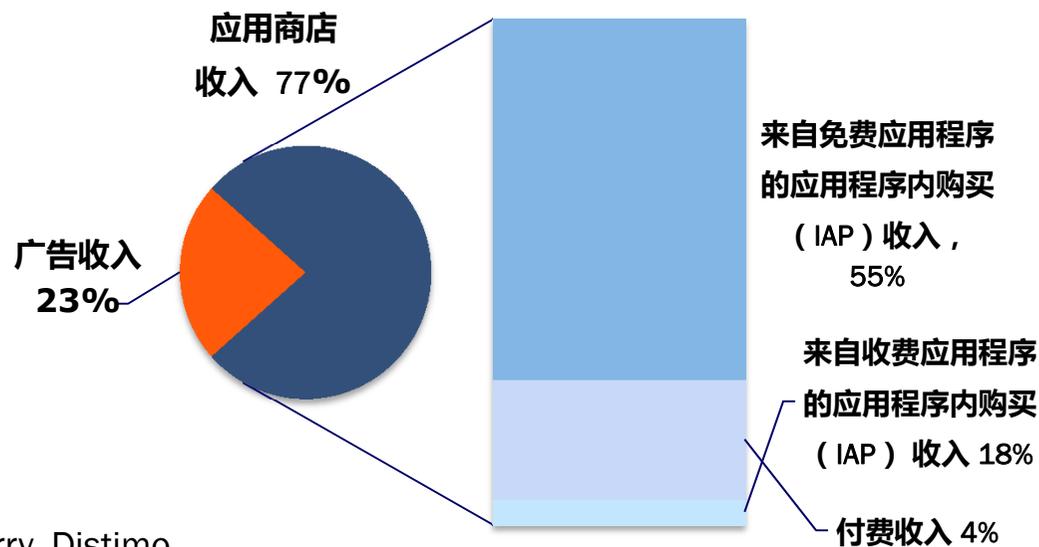
应用程序安装广告

品牌宣传

## 2. 不要欺骗自己：分析是关键

应用程序内购买 ( IAP ) 在**收入**中仍占最大份额，但是...

### 移动游戏收入细分

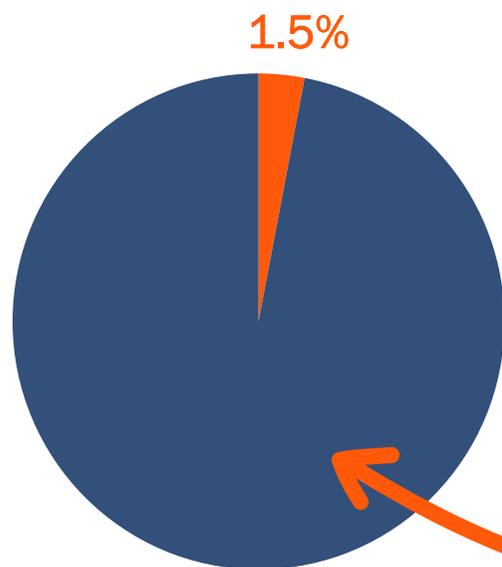


资料来源：Flurry, Distimo

## 2. 不要欺骗自己：分析是关键

... **现实情况**: 你的大部分用户不会通过应用程序内购买 (IAP) 贡献收入

**通过应用程序内购买 (IAP) 获得盈利，很艰难**



■ Paying Users 付费用户  
■ Non-paying Users 非付费用户

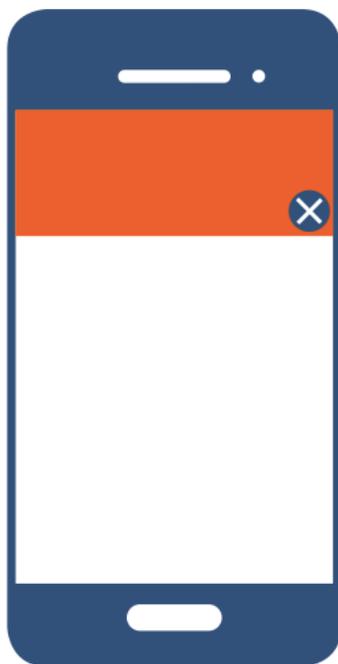
资料来源：Swrve

- 平均而言，98.5%的用户不会通过应用程序内购买 (IAP) 贡献收入。
- 免费玩的机制很难掌握，并且极其受数据驱动。
- 广告帮助你从你用户群中剩余的那部分人那里获得盈利。
- **你需要一个玩家关系管理工具，以了解应该向哪些玩家展示广告，何时展示...**

**PRMs.能帮助你从非付费用户那里获得盈利**

### 3. 传统移动广告的挑战

横幅广告



插播式广告

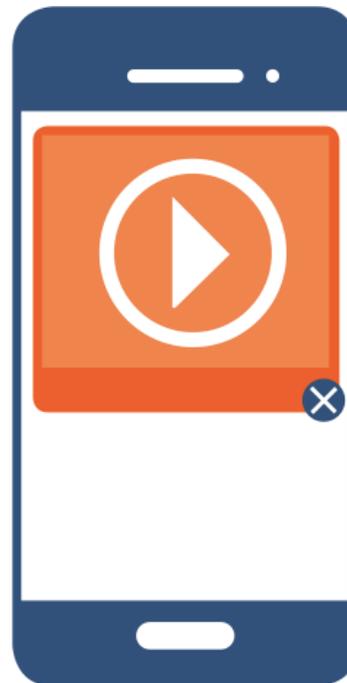


### 3. 传统移动广告的挑战

**应用程序列表**



**视频广告**

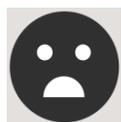




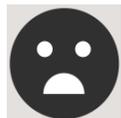
### 3. 传统移动广告的挑战

格式类型	横幅广告	Offerwalls	插播式广告	视频广告
用户价值	侵入性	高用户价值	高侵入性	高用户价值
必要的印象数量	印象数量很大	印象数量很少	印象数量较少	印象数量很少
平均eCPM水平	低eCMPs	高eCMPs	中eCMPs	高eCMPs
主要定价模型	CPC	CPA	CPC、CPI	CPV ( 每观看一次的成本 )、CPI

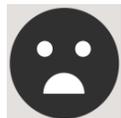
### 3. 传统移动广告的挑战



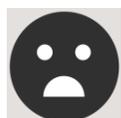
中断用户体验



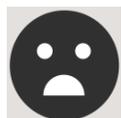
降低点通率和eCPMs



广告疲劳 / 对广告视而不见

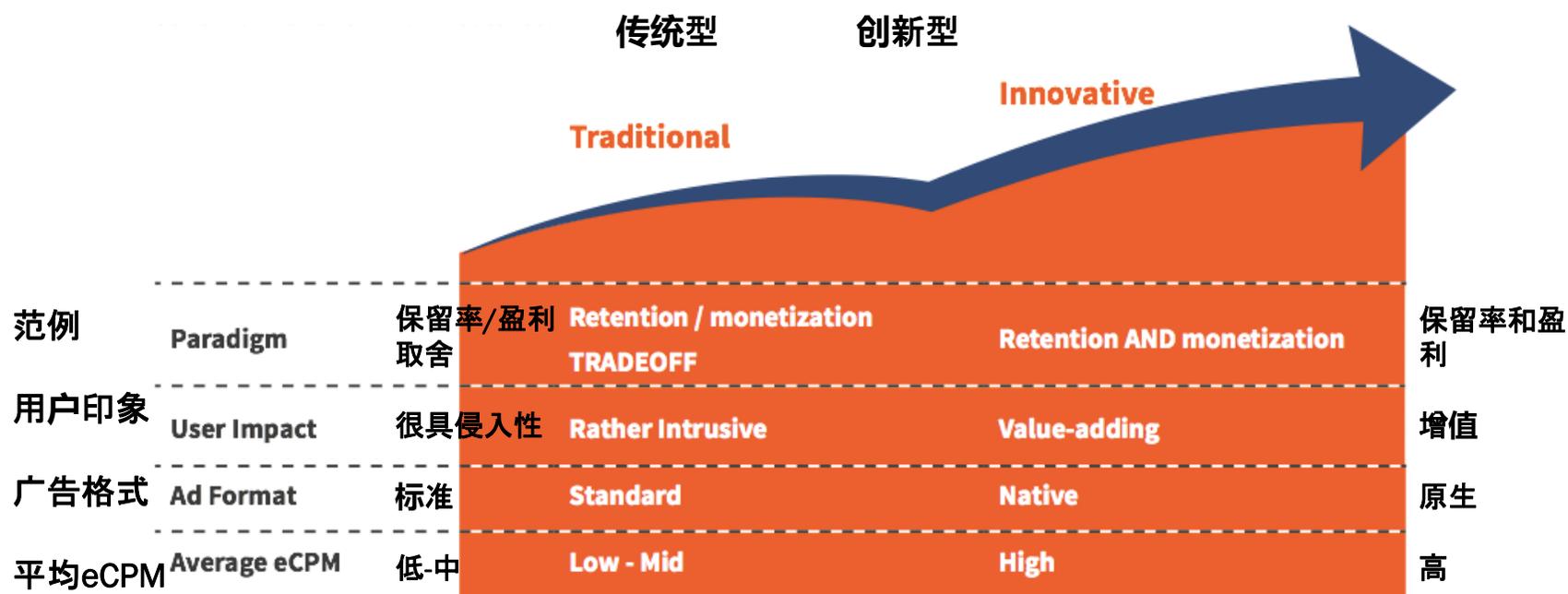


用户流失，低保留率



应用商店差评，让用户产生不信任感

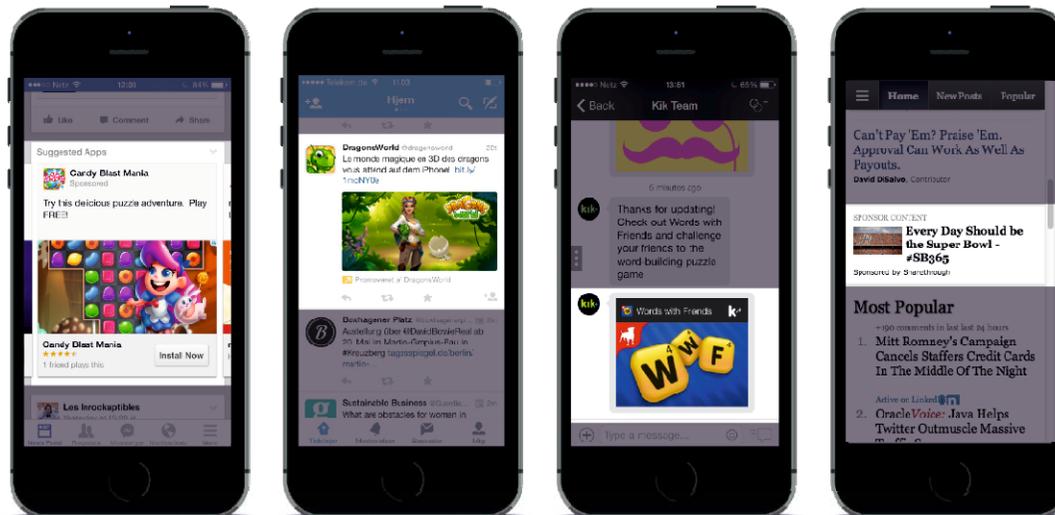
### 3. 传统移动广告的挑战



## 4. 原生广告目前很热门, 但是...

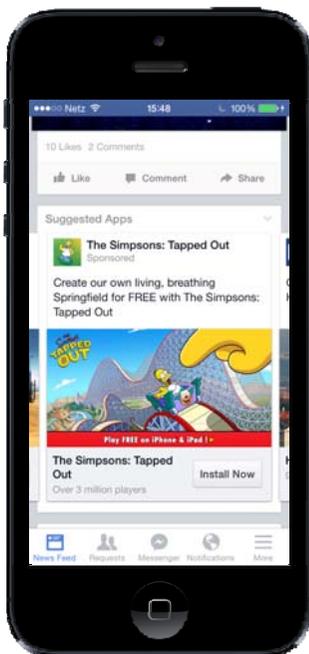
...“原生广告”目前主要被用于描述**特定、现有的**广告格式！

(主要是in-feed广告或流媒广告)



## 4. 原生广告目前很热门, 但是...

这些“Facebook风格”的广告所借助的模板, 极少能与手机游戏或其他应用的用户体验相匹配



## 4. 原生广告目前很热门, 但是...

原生广告不仅仅是一种不同类型的广告格式, 更是一个**框架**。

 流媒广告**极少能适合**游戏。(除非它们有一个feed)

 特别是对于手机游戏而言, 原生广告意味着**调整**广告单元, 使之与**每个特定游戏**的用户体验和用户界面**相匹配**, 从而让其带给用户独特、无缝的体验。

 **原生广告是一个框架:**

- 例如, in-feed广告是依每个广告具体情况而定的格式。它们是否原生, 取决于它们在何种情形下**整合**到应用程序中。
- 相反地, 横幅**如果经过适当的整合**, 也可以是原生广告(请留意最新进展...)

## 5. 如何能够实现 (游戏)

Webelinx开发的Sweets Mania (糖果消除游戏)



## 5. 如何能够实现 (游戏)

Happy Labs开发的Happy Mall (快乐商城)



1. Click Image banner  
点击图  
形横幅



2. 展示原生广告格式



结果 CTR 4 ~5% (而横幅广告为 0.6%)

## 5. 如何能够实现 (游戏)

Use Case A

Use Case B

Camera

Write a review for "Happy Mall Story"  
Reward: 3x

Invest in "Story Books"  
Reward: ????????

Invest in "Tropical Fruits"  
Reward: ????????

Build a "Mini Garden"  
Reward: 1x

Build a "Short Palm Tree"

Sponsored Isabelle's Choice:  
Candy Crush Saga Get it!

Sponsored Isabelle's Choice: **Candy Crush Saga**  
Match 3 par excellence! Candy Crush saga combines fluid fast-paced gameplay with the sweetest setting of all: Candies! What a sweet surprise!  
 Get it!

## 5. 如何能够实现 (游戏)

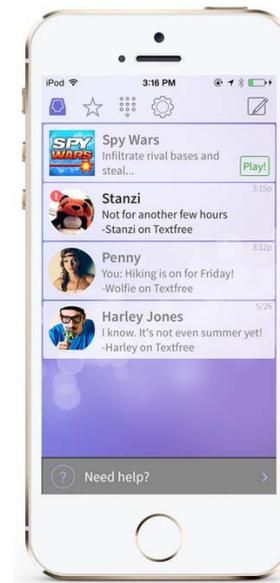


## 5.如何能够实现 (发信息)

Tango



Pinger



## 5.如何能够实现 (其它)

My Pink Keyboard



Adobe Air





## 5.如何能够实现 (结果)

### 主要国家的总体平均业绩

	CTR	CR	eCPM
 加拿大	3.56 %	6.16 %	\$ 4.65
 法国	5.66 %	3.06 %	\$ 4.88
 德国	4.32 %	4.96 %	\$ 3.73
 俄罗斯	11.27 %	2.06 %	\$ 2.81
 英国	4.49 %	10.21 %	\$ 8.12
 美国	3.67 %	8.47 %	\$ 5.60
R.O.W 平均	4.56 %	5.49 %	\$ 1.77

VS

### 传统格式的平均业绩

	CTR	CR	eCPM
横幅	0.23 %	0.17 %	\$0.13
插播式	1.20 %	2.34 %	\$ 0.90
Offer Wall	1.32 %	1.98 %	\$ 0.88
视频	2.42 %	3.79 %	\$ 2.98
其他富媒体	2.13 %	3.14 %	\$ 2.25

## 6. No SDK

原生广告无需整合**第三方的SDK** ...

...事实上，原生广告反对使用SDK!

大多数“原生”解决方案一般**通过一个SDK**提供为数不多几种模板（例如：整合到你应用程序中的插播式广告或流媒体）

虽然模板可以在经调整后，与应用程序的外观和风格相吻合，但他们仍然是固定**模板**。

由于每款游戏都是不同的，因此提供**真正原生的**广告格式的唯一办法，是**自己**来创建这些格式。



## 6. 无SDK

SDK

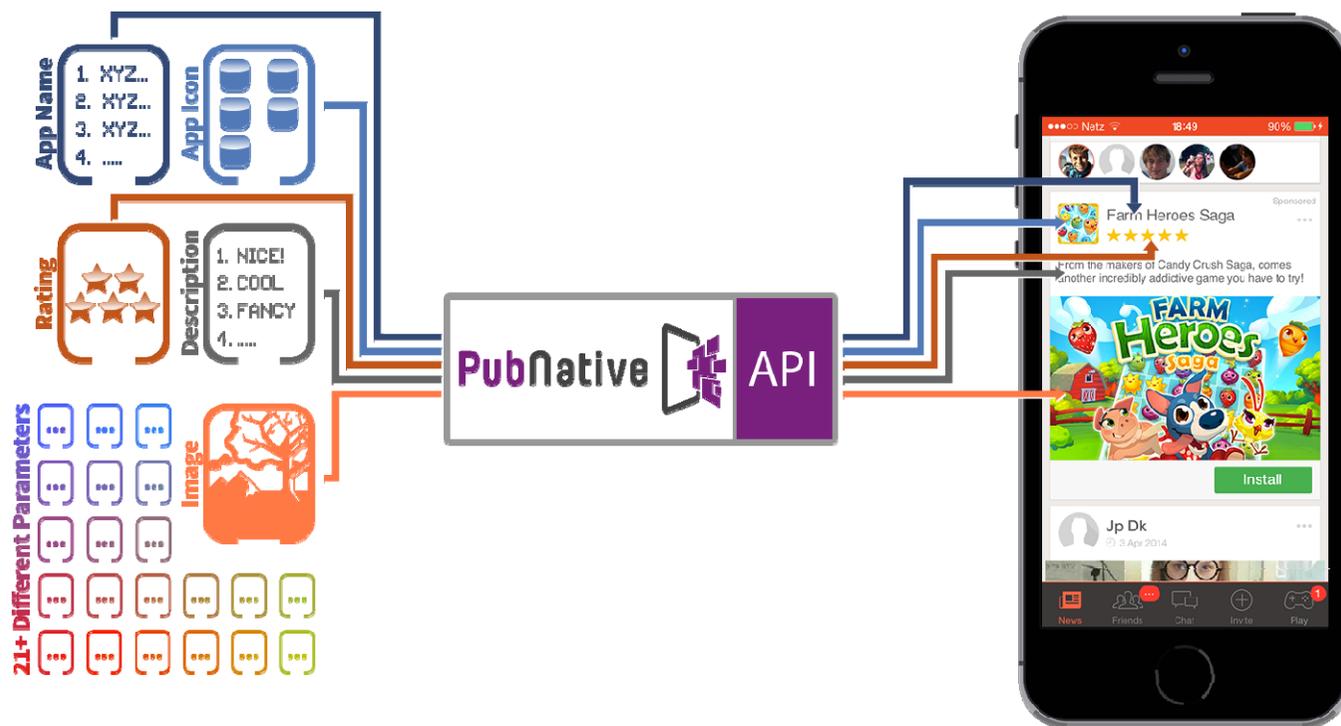


VS

API



# 6. 无SDK



combinations

问题?