



# 洞见本源 致胜全局

全新的消费者视角移动端洞察平台

# 触点越来越多，数据越来越多， 但随之而来的“数据孤岛”已成为当代营销的最大障碍

## 消费者链路

连续、一体，且有内在逻辑

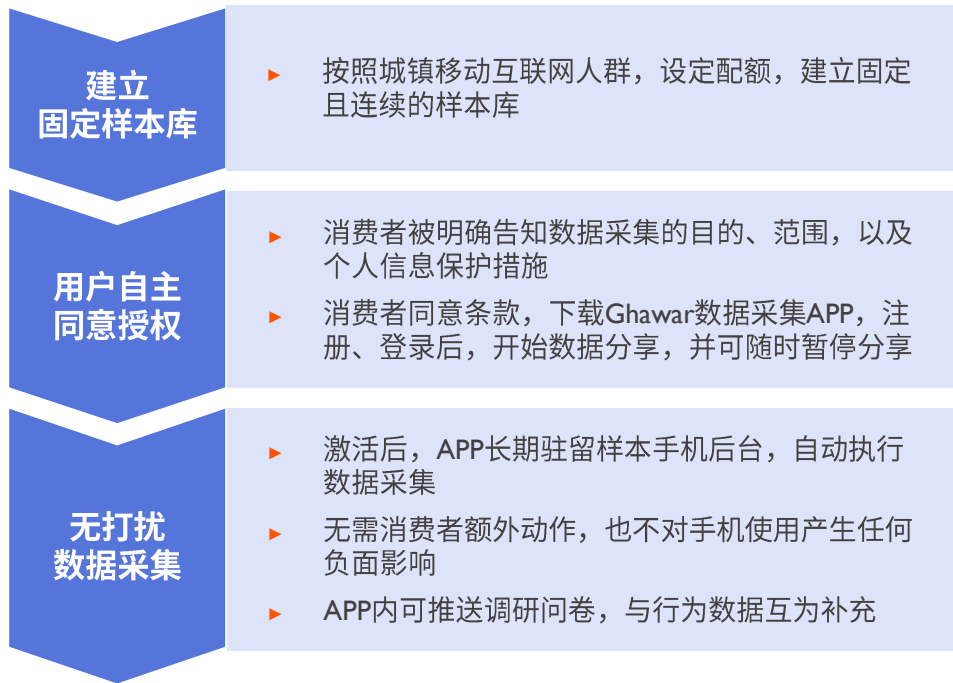


分散、割裂，无法反映全局历程的  
**触点数据**

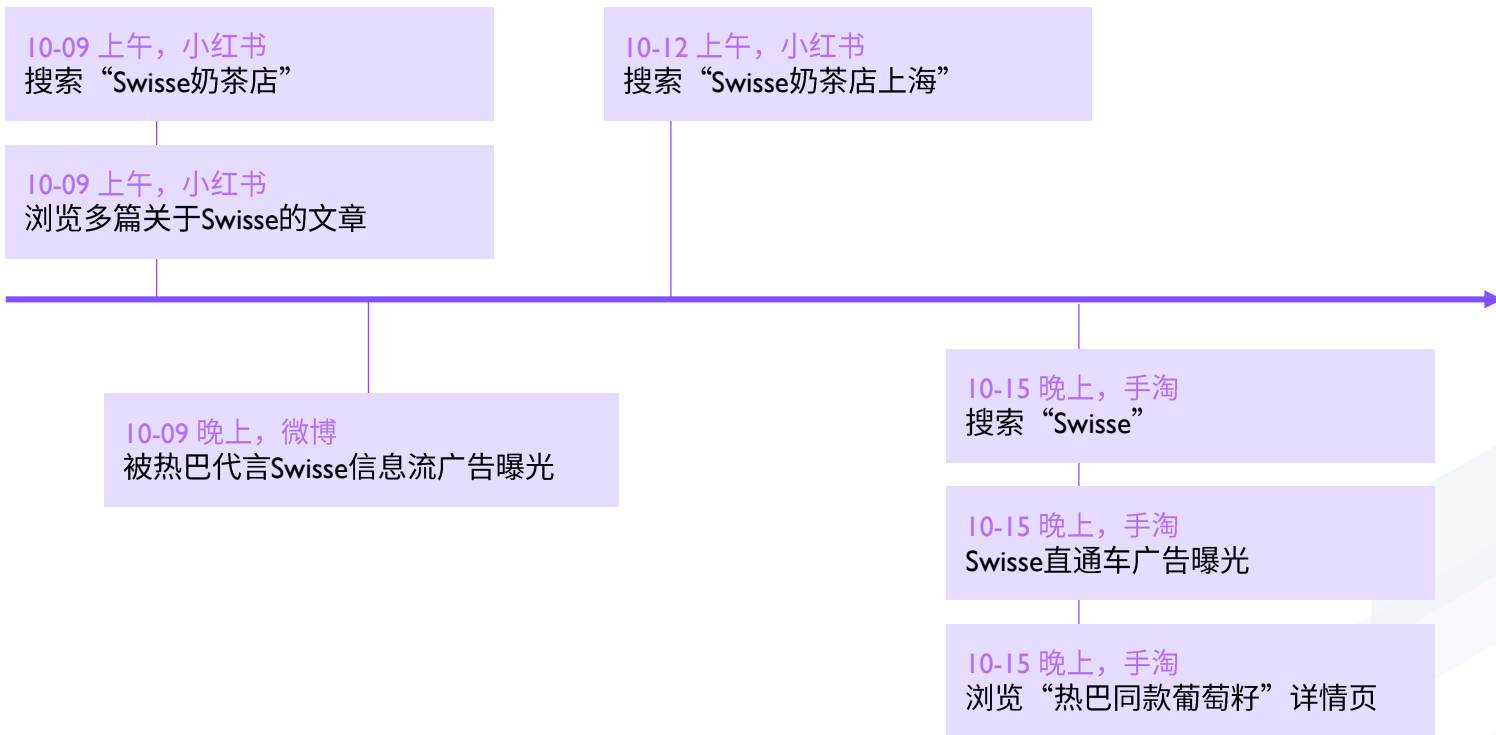


示例

# Ghawar加维是基于固定样本库、全新一代消费者行为合规监测大数据平台



## 示例：Ghawar加维监测到的某位消费者真实历程



# Ghawar加维核心覆盖点位及行为列表

## 软硬广曝光和触达

### 硬广

- ▶ 监听APP包括：
  - 短视频类：抖音短视频、抖音火山版/极速版、快手、快手极速版
  - 长视频类：爱奇艺、优酷视频、腾讯视频、芒果TV、哔哩哔哩
  - 购物类：手机淘宝、京东、拼多多
  - 新闻类：新浪微博、今日头条、今日头条极速版
  - 搜索类：百度、百度极速版
  - 知识种草类：小红书、知乎
- ▶ 对上述APP，收录点位包括：
  - 开屏、Banner、信息流、SEM、前贴片、暂停、评论区广告、文字链接等
- ▶ 另外对下列APP，采集开屏广告（IN-APP部分正在排期中）
  - 手机天猫、唯品会、考拉海购、网易严选、阿里巴巴1688、网易新闻、腾讯新闻、新浪新闻、得物、京东到家、叮咚买菜、盒马、饿了么、美团、美团外卖

### 软广

- ▶ KOL/KOC 发布内容
    - 微博、小红书、哔哩哔哩、知乎
    - 抖音、快手
  - ▶ 电商直播
    - 手淘、京东
    - 抖音、快手
  - ▶ 节目植入 <sup>a)</sup>
    - 节目冠名、剧场广告、品牌名/产品名透出等
- <sup>a)</sup> 按需解析数据

## 品牌相关行为

### 电商

- ▶ 平台：
  - 综合电商：淘宝、京东、拼多多
  - 兴趣电商：抖音、快手
- ▶ 行为：
  - 搜索、浏览、收藏、订阅、入会、加购、购买

### O2O

- ▶ 平台：饿了么、美团、京东到家、盒马、叮咚买菜（包括APP和小程序）
- ▶ 行为：搜索、购买

### 搜索

- ▶ 平台：百度、微博、小红书、抖音、快手、知乎

### 品牌私域

- ▶ 品牌APP、点单小程序、会员小程序等，均可按需覆盖

# Panel样本经严格抽样、代表性控制、多重验证和校准，准确反映移动端消费者行为宏观态势

针对移动互联网活跃人群

抽取有代表性的样本

建立固定样本库

持续验证  
代表性与准确度

投射与推算



抽样控制配额维度：

- ▶ 性别<sup>b)</sup>
- ▶ 年龄段<sup>b)</sup>
- ▶ 家庭月收入<sup>c)</sup>
- ▶ 城市级别<sup>c)</sup>



- ▶ APP月活比例与公开数据<sup>d)</sup>持续校对
- ▶ 各类商品购买行为，与电商平台数据持续校对
- ▶ 广告曝光量与头部客户投放排期表校对

- ▶ 基于样本库各项行为的人群占比和发生频次
- ▶ 推算7.6亿网民的总覆盖率和行为量

参考值：

- a) 中国互联网信息中心
- b) 中国互联网信息中心
- c) 国家统计局
- d) Quest Mobile

# 严格的合规运作，最大限度缓解消费者对隐私保护的关切



## 严格的 合规管理

- 遵守适用的数据安全及个人信息保护相关法律法规、规范性文件和国家标准
- 制定《用户注册协议》、《个人信息保护政策》以确保个人信息收集、处理、存储的过程不侵犯消费者的合法权益，条款、流程均经律师审核
- 健全的用户信息保护制度以确保用户信息安全

## 透明的 信息公示

- 明确告知录屏范围（仅限于白名单内APP）
- 用户自助查询录屏报告系统
- 明确告知不对第三方共享、交易个人信息（《个人信息保护政策》）

## 充分的 技术保障

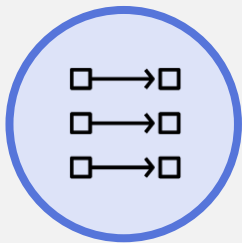
- 4个中国专利优先权自有数据平台架构
- 结合成熟的hadoop、hbase、hive、spark等工具完成分布式分析处理生产日志和备份独立保存
- 严格、明确的数据访问权限管理

# 事无巨细地把控用户质量及代表性





# Ghawar加维基于消费者实际发生的跨域流转链路， 结合大小数据，进而提炼多方面市场洞察



## 直达本源

\*

直接揭示消费者对  
营销活动反应

\*

杜绝中间环节  
刷量注水或其他偏差



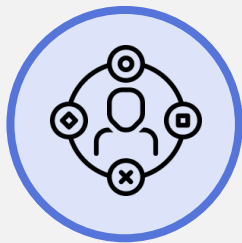
## 捕捉事实

\*

基于消费者的实际行为  
而不是回忆自述

\*

完整记录各类  
琐碎细节和无意识举动



## 横跨时空

\*

完整记录消费者在  
各APP的各项行为

\*

跟踪同一消费者在  
时间轴上的前后链路



## 洞察因果

\*

在知晓消费者行为  
的前提下补充调研

\*

行为与心智  
互相揭示佐证

# Ghawar加维的服务领域





An Illuminera Big Data Platform