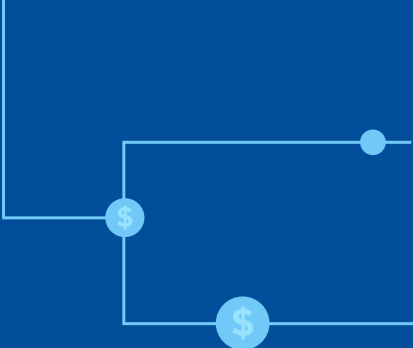




瀑布流最佳实践与建议：

14 大注意事项





过去数年，MoPub 与许多热门应用程序发行商合作伙伴（如 [Voodoo](#)、[BitMango](#)、[Gamejam](#) 和 [Playrix](#)）紧密合作。我们凭借一流的广告解决方案帮助合作伙伴成长壮大，让他们稳步走向成功。我们发现：[移动广告变现](#)和广告聚合平台非常复杂，必须在测试、广告网络管理、定价和国家或地区定位之间找到适当的平衡点，才能为每一位特定受众带来价值。我们不断进行测试和优化的目标是，为我们的客户提供更好的效果和更高的 [ARPPDAU](#)。虽然业界正在逐步过渡到应用内出价模式，但[瀑布流](#)管理仍然是当下很多变现团队的现实问题。MoPub 的使命是帮助发行商扩大广告业务规模，支持广告团队提升游戏 [ARPPDAU](#) 和 [LTV](#) (生命周期价值)。考虑到这一点，我们为发行商总结了一些最佳建议，帮助其优化瀑布流设置，改善瀑布流管理。



务必激活 **Advanced Bidding**

只要可能，我们建议激活 [Advanced Bidding 上可用的网络](#)。这有助于降低瀑布流延迟，提高填充率，同时在多个地理位置增加每日活跃用户展示量 (DAU)，这些改进都可以提高 ARPDAU。与 MoPub 合作的大型发行商都激活了 Advanced Bidding 功能。A/B 测试评估的结果，已经证实 ARPDAU 会有 5% 到 45% 的提升，而瀑布流管理时间也会减少。



务必使用 **MoPub Marketplace**

MoPub Marketplace 是一个强劲的需求源。它集合了来自 Twitter 以及另外 130 多个 [DSP](#) 的品牌和效果广告活动。Marketplace 可以增强与各个网络的竞争力，经证实，当它在瀑布流的所有层级进行竞争时，平均 eCPM 和 ARPDAU 都会有所提高（通过将一些发行商的 [Marketplace](#) 激活，而将另一些发行商的 Marketplace 停用，我们进行了 A/B 测试，结果表明，当启用 Marketplace 时，收入和 ARPDAU 都会得到持续提升）。为了确保所有需求源之间的公平竞争，从而让收益最大化，我们的建议是：

- 通过在底部为每个优先级添加一个 MoPub Marketplace Line Item，让所有网络公平访问 MoPub Marketplace（理想的情况是整个瀑布流只有一个优先级和一个 Marketplace Line Item）。
- 或者，只是在 [Advanced Bidding](#) 上激活 Marketplace（即使没有在 Advanced Bidding 上激活其他网络）。



广告网络调用不可太多或太少

最理想的网络调用数量是多少？MoPub 和多个发行商进行了 A/B 测试，结果发现，以下数量的调用可以在收益最大化和延迟最小化方面取得很好的平衡。我们发现，对于平均 [eCPM](#) 高的一级国家或地区，插屏瀑布流的最佳调用数量应在 40 到 70 个之间。激励视频的调用数量应在 30 到 60 个之间，而横幅的调用数量最好在 15 到 30 个之间。对于 eCPM 较低的国家或地区层级，可以尝试减少瀑布流调用数量。使用 MoPub Analytics，您可以测量每个调用的“广告位”瀑布流延迟以及网络“需求”延迟。



考虑游戏机制以及玩家观看广告的频率需求，并相应地调整瀑布流长度，从而实现最合理的定价，并尽可能降低延迟。短瀑布流的延迟可能较低，每个用户的展示量可能较高，但网络之间的竞争力和 eCPM 也可能较低。在这种情况下，ARPDau 往往不高（可以尝试在某些主要地理位置增加新调用，并通过 A/B 测试评估对 ARPDau 的影响）。



务必创建国家或地区层级和特定的地理位置定位

每个国家或地区的平均 eCPM 和 ARPDau 并非全部相同，也不是所有网络都在全球有着强劲的需求。因此，我们建议适当调整瀑布流的国家或地区定位，减少不必要的延迟。发行商有两种方法可以创建国家或地区层级。

第一种方法是为每个层级创建两个或四个不同的瀑布流：一个高层，一个中层和一个低层，分别与国家或地区的平均 eCPM 对应。高层瀑布流的调用数量更多，初始价格也更高，而低层瀑布流的调用数量较少，平均 eCPM 也较低。

第二种方法是只建立一个完整的瀑布流，在 Line Item 级别调整国家或地区定位。为了简单起见，我们建议只建立一个瀑布流，同时限制广告单元中 Line Item 的数量。eCPM 较高的顶级调用仅定位最有价值的地理位置，如美国、英国、日本、韩国等。在瀑布流中依次向下，地理位置定位不断扩大，您将拥有一个从中层到底层调用全球级的定位。考虑到某些网络仅在第 1 层/第 2 层地理位置有强劲的需求，因此可以将其从第 3 层和第 4 层地理位置定位中排除。在 MoPub Analytics 中，从每个网络的 Line Item 调用可以轻松判断需求状况。例如，中国作为一个特殊的国家，定位只包含某几个网络。



尽可能的使用更多的网络渠道

对于应用内变现，可用的广告网络非常多。其中有一部分提供的附加值非常高，但也有一部分因为要先集成，提供的附加值比较低。我们建议至少集成 8 到 10 个高价值广告网络，以最大程度地提高竞争力以及需求与广告活动的多样性。这有助于提高 ARPDau。

请咨询 MoPub 合作伙伴经理或 [MoPub 支持中心](#)，了解各个国家或地区以及各种格式下表现最佳的网络，并对比您的广告位，看看哪些网络可能没有包括在内。



务必使用 Auto-CPM

MoPub Line Item 的 eCPM 必须真实反映网络支付的实际 eCPM。大部分网络都可以设置固定的 CPM 底价（硬性底价），但仍可能有几美分到一美元的差异。因此，一些规模较大的网络的动态平均值往往较高，eCPM 可能会增加 20%-30%。根据网络 API 报告连接在过去七天收集的数据，[MoPub 自动 CPM 功能](#) MoPub Auto-CPM 功能每 24 小时更新一次 Line Item 的 eCPM。更新后的 eCPM 将允许支持网络的 Line Item，从高 CPM 调用到低 CPM 调用在瀑布流中合理安排。此外，Auto-CPM 可以让您获得更准确的[展示级别收益数据 \(ILRD\)](#) 集以及更准确的 ILRD 报告。



务必简化对优先级的使用

MoPub 聚合平台支持发行商的多样化需求而提供了不同优先级（专有 Marketplace、交易、交叉推广活动）。一些发行商还会使用优先级来组织不同的国家或地区层级瀑布流。除了这两点原因，我们建议发行商仅为整个瀑布流设置一个优先级，也就是在该优先级底部仅使用一个 MoPub Marketplace Line Item。为了充分利用 Auto-CPM 功能，让 Line Item 在优先级中上下自由移动，而不受制约，我们也建议只使用一个优先级。



务必考虑添加 Backfill Line Item

为了最大限度提高广告位的[填充率](#)，请考虑添加 Backfill Line Item。这样可以在网络端设置非固定底价，并在 MoPub 端启用 Auto-CPM。如果您的广告单元填充率在某个国家或地区已经达到 90% 以上，则不需要添加 Backfill。一些发行商可能发现添加 Backfill 会降低平均 eCPM，因此，我们建议通过 A/B 测试评估此类设置的效果。例如，与插屏广告相比，激励视频中的 Backfill 更重要，因为在激励视频中，用户往往会主动要求观看广告。



瀑布流**必须**达到足够的细粒度

理想情况下，在瀑布流中为网络设置足够精细梯度的底价。比方说，将价格设置为 \$20、\$19、\$18、\$16、\$15，而不是 \$20、\$20、\$20、\$15、\$15。这些细粒度设置可以帮助您，从不同的网络获取不同的定价和广告活动。



务必根据效果为每个网络设置调用数量

对于广泛使用的广告网络，每个广告单元格式和每个国家或地区的调用数量有限（只有 3 个），因此，您要使用允许的所有调用。对于其他网络，我们建议根据各网络的效果，以及网络在瀑布流中产生的收入所占的份额，按比例为每个网络分配调用数量。效果欠佳的网络设置 1 到 3 个调用，表现优秀的网络则可以设置 6 到 12 个调用。



务必在国家或地区级别优化调用数量有限的网络，并使用 **Auto-CPM**

对于一个广泛使用的广告网络，每个国家或地区和每个广告单元格式的调用数量有限（只有 3 个）。同时，它也会使用变化性更大的 eCPM 保底价（与其他网络的硬性保底价相比）。如果竞价算法为了获得更多流量而出更高的价格，eCPM 可能会降低 10%，并且没有上限。因此，我们建议在 MoPub 聚合平台上为此类网络进行两项优化。

- 第一，激活 MoPub Auto-CPM 功能。这样可以正确更新 Line Item 的 CPM，让它们在瀑布流中处于适当的位置。
- 第二，我们建议在网络端按国家或地区定位的 3 个调用使用不同的 CPM 定价。创建国家或地区层级，具有相同平均 eCPM 的地理位置为一个层级。这样可以获得最高收入并按国家或地区进行填充。在 MoPub 中，每个地理位置组有 3 个 Line Item 调用。例如：3 个 Line Item 仅定位美国，另外 3 个 Line Item 定位日本，3 个 Line Item 定位欧洲或第 1 层级，3 个 Line Item 定位第 2 层/第 3 层，以此类推。通过将国家或地区划分到不同的 Line Item 地理位置组，Auto-CPM 会更准确，并且可以在国家或地区层级更新，而不是对全球平均值进行更新。



务必按填充率表现排序网络设置

如果有两个或多个网络使用相同保底价（或 eCPM 相近），我们建议按从高到低的填充率设置优先级，从而减少延迟。例如：如果将 3 个网络（A、B 和 C）的保底价设置为 \$20.00，其中，网络 A 投放 10,000 次展示，网络 B 投放 50,000 次展示，网络 C 投放 70,000 次展示，那么您可能会这样设置 MoPub 网络的 CPM：C:\$20.02, B:\$20.01 and A:\$20.00。理想情况下，为所有认证网络启用 Auto-CPM 功能，这样就不需要再优化保底价了。



切勿连续两次重复调用同一网络

为了更高的竞争力，在瀑布流中，我们建议尽可能避免连续两次调用相同的网络。如果两次调用获得数量相近的请求，那么网络很可能会去填充 CPM 设置较低的 Line Item，而高价 eCPM 调用的效果则会降低。您可以尝试在这两者之间添加另一个网络调用，降低出现这种情况的可能性。



务必执行 A/B 测试来确认 ARPDAU 提升效果

您可以测试上述所有建议，并通过 MoPub A/B 测试解决方案进行验证。凭借此功能，您可以将用户对半分为 A 和 B 两个群体，并将广告位对半分为 A 和 B 两个广告单元。这样，您就可以按广告单元跟踪结果，在 MoPub Analytics 上查看以下指标：ARPDAU、每个用户的展示量、eCPM、延迟等。如需建议，请与 MoPub 合作伙伴经理交流（注意：这是一款托管发行商工具）。

有问题？

如有任何疑问，请联系 **MoPub 合作伙伴** 经理或 [MoPub 支持中心](#)。



关于作者：

Vincent Février, MoPub EMEA 发行商客户总监

Vincent 是 MoPub 负责欧洲、中东及非洲地区的发行商客户总监。他负责管理南欧以及以色列最重要的游戏发行商。过去两年，他与这些发行商的盈利团队紧密合作，制定了成功的盈利方案，并给出了 ARPDau 建议。

@VincentFevrier4

mopub™

TWITTER、MOPUB 和小鸟标志是 Twitter Inc. 或其附属公司的商标。本文包含的所有第三方标志和商标均为其各所有者的资产。这些数据“按原样”提供且仅供参考，尽管已努力确保准确性，但仍可能会出现错误。