

Tencent 腾讯 | CSIG
云与智慧产业事业群

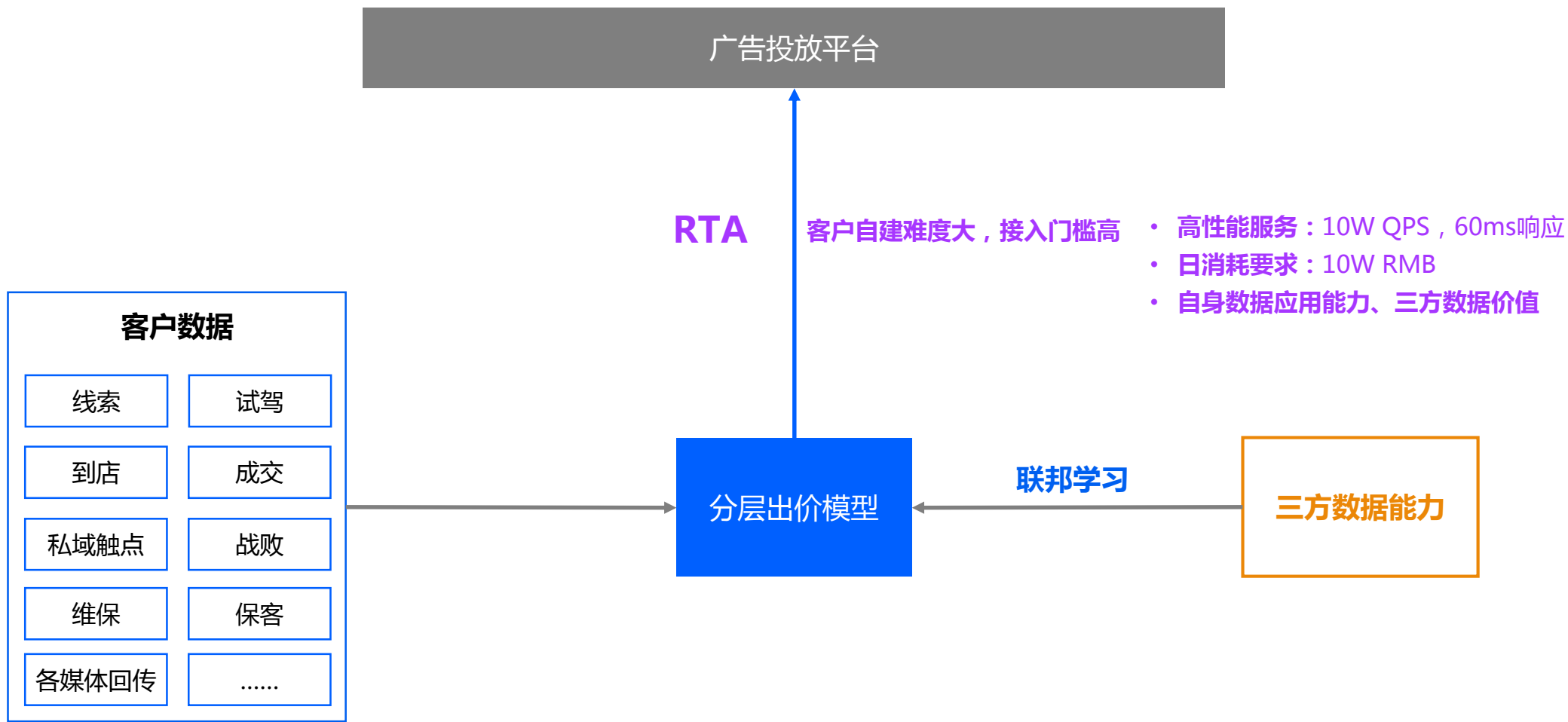
企点营销RTA

2023.10



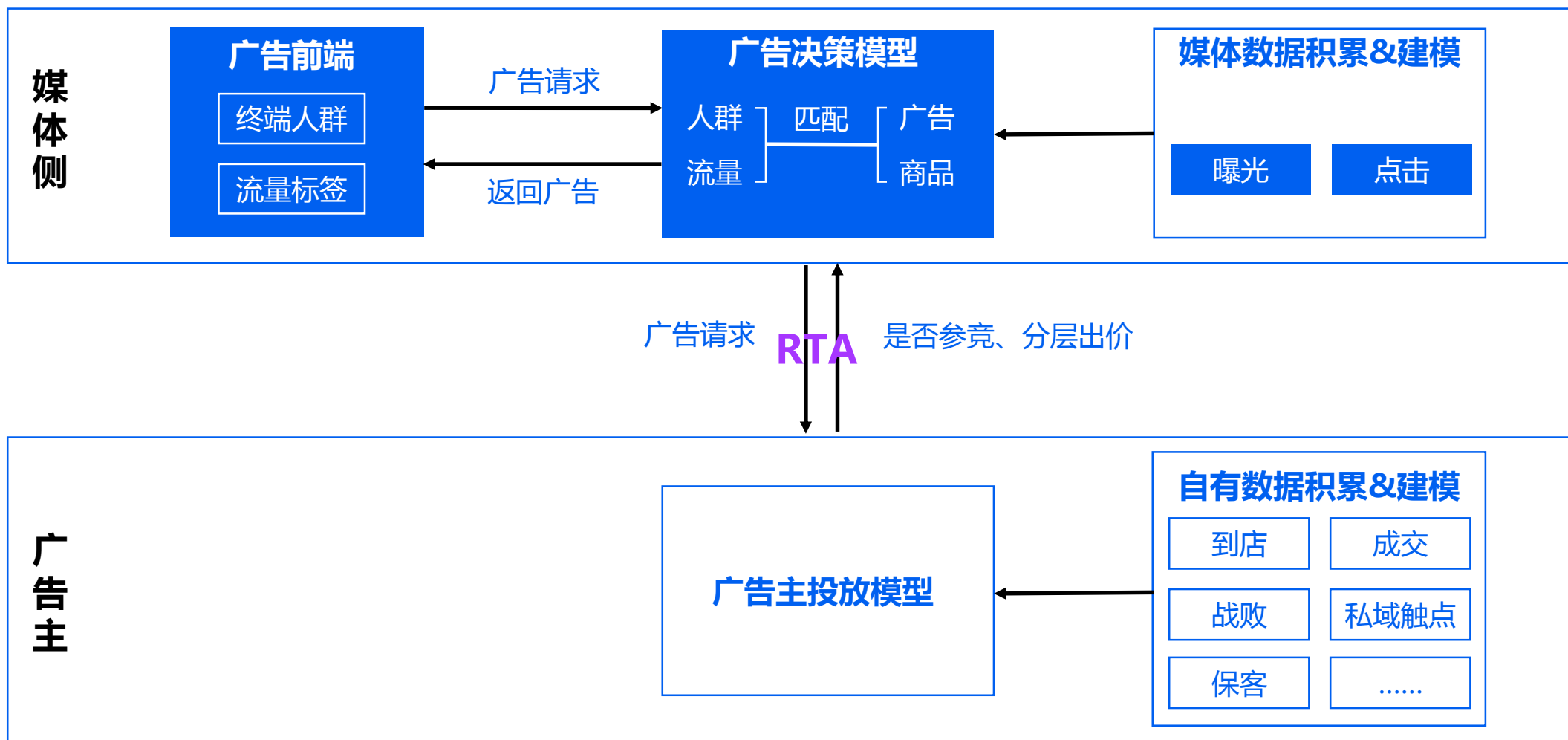
企点营销RTA：实时筛选，分层出价，让广告投放更高效

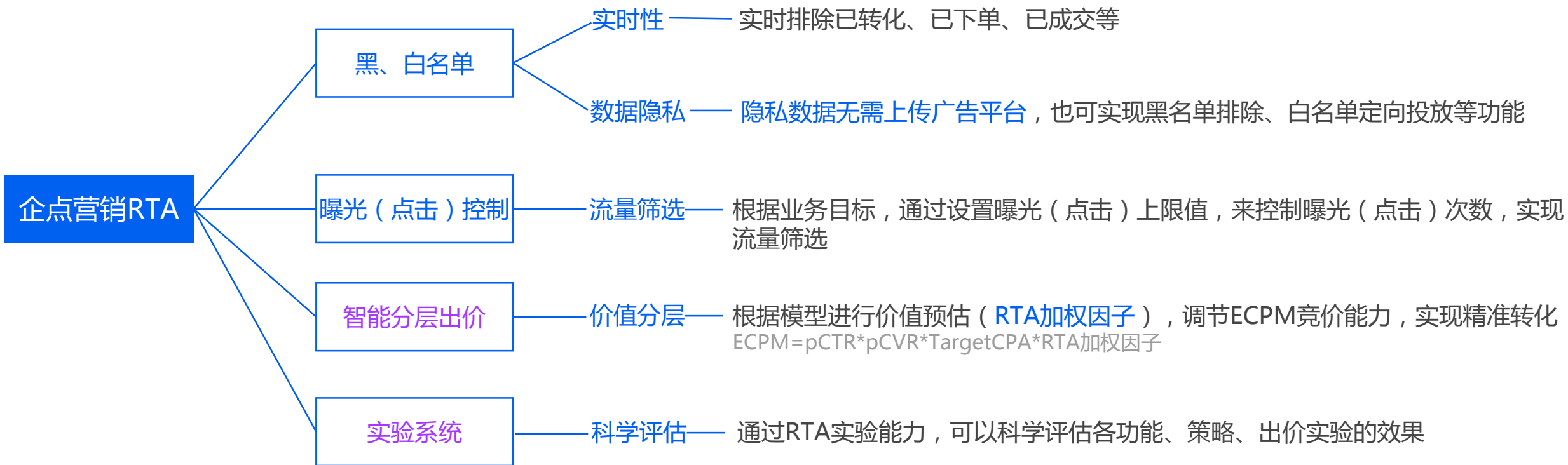
企点营销RTA是以广告投放平台RTA技术为基础，结合客户一方数据，构建专属定制化分层出价模型，实现对广告流量的实时分层出价。



RTA原理：发挥媒体与广告主双方的数据、模型能力

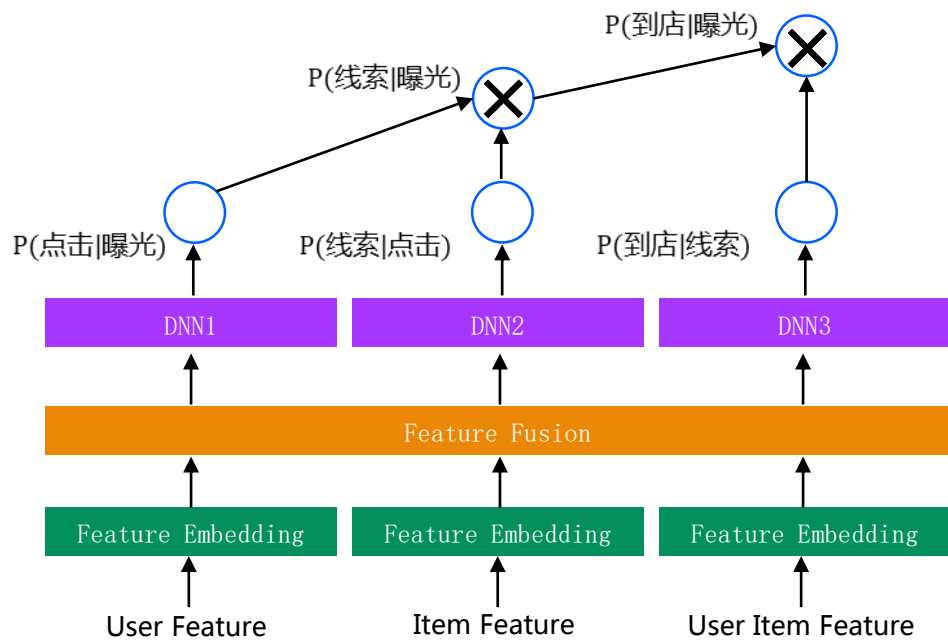
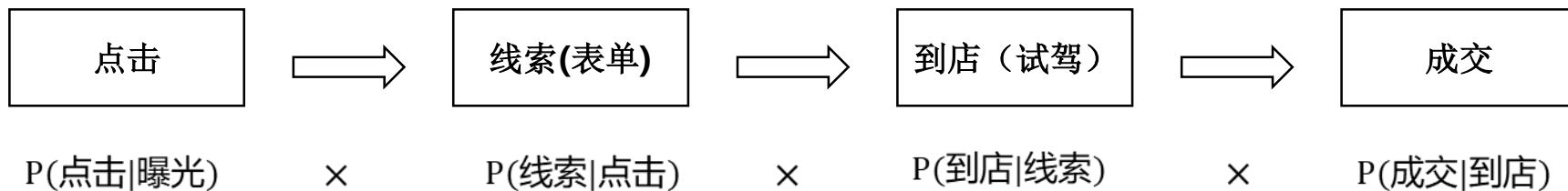
RTA (Realtime API) 是在广告投放平台直投模式的基础上，下发请求给广告主，广告主返回决策信息，投放平台结合广告主信息进行优选，共同提升广告投放效果。





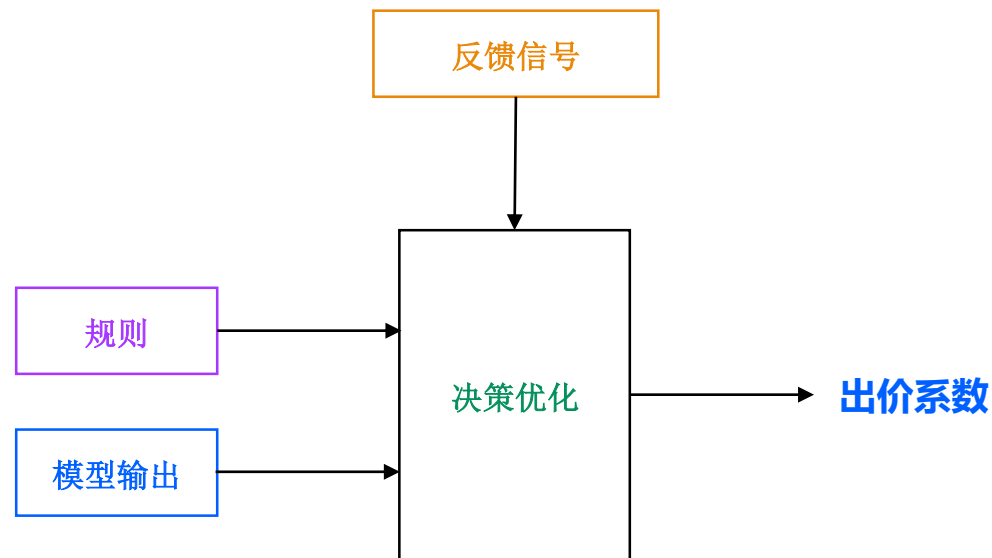
核心功能：分层出价模型

针对不同行业、不同转化目标，为客户定制专属模型。（以下为车企示例）



模型排序

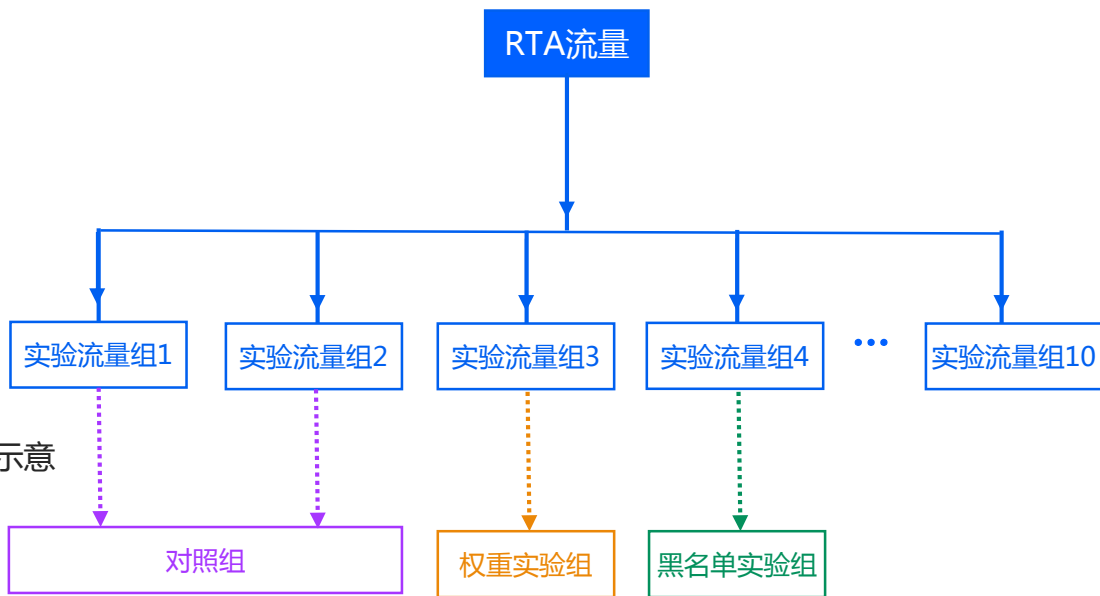
+



策略

核心功能：实验系统

基于RTA实验能力，构建实验系统，对策略、出价实验等进行科学效果评估



1 流量请求级随机分配

排除账号、计划、素材、出价不同等因素影响，科学评估

2 流量自由组合，灵活运营

初始流量随机分成10组，可根据实验需要，任意组合，生成不同流量配比

3 实验数据回传

支持日、小时粒度的API、报表

某主机厂通过智能分层出价，**线索成本降低7%+**，**试驾成本降低32%+**

背景

某主机厂新能源车型线索成本偏高，客户急于优化成本，提升投放效率，扩大集客规模

方法

- 接入RTA，为客户定制分层出价模型，实现智能出价能力
- 对接腾讯广告流量，投放oCPM，优化目标CPL（阶段一）、试驾成本（阶段二）
- 接入实验系统，设置对照组（无智能分层出价），实验组（应用智能分层出价）

效果（两阶段独立测试，效果非叠加）

测试阶段一：线索成本优化

测试期3周，观测CPL（线索成本）、整体转化率（CTR*CVR）变化情况。

测试阶段二：试驾（后效）成本优化

接入**后效试驾**样本，通过多任务模型，构建后效子任务，优化试驾率与试驾成本，测试期一个月。

	CPL（阶段一）	整体转化率（阶段一）	试驾成本（阶段二）	试驾率（阶段二）
实验组VS对照组	-7.38%	+22.15%	-32.63%	+45.45%

某物流科技公司通过智能分层出价，**订单付费成本降低14%+**

背景

某物流科技公司广告投放的订单付费成本偏高，客户期待优化成本，提升ROI

方法

- 接入RTA，为客户定制分层出价模型，实现智能出价能力
- 对接腾讯广告流量，投放oCPM，优化目标付费成本
- 接入实验系统，设置对照组（无智能分层出价），实验组（应用智能分层出价）

效果

测试期4周，评估付费成本、曝光付费率（付费数/曝光数）变化情况。

	付费成本	曝光付费率
实验组VS对照组	-14.65%	+35.75%

案例效果-汽车后市场服务行业

某汽车后市场服务平台公司通过智能分层出价，**订单付费量增长56%+**

背景

该公司的广告投放在成本达标情况下拉新量有限，客户期待优化拉新能力，进一步提升获客规模。

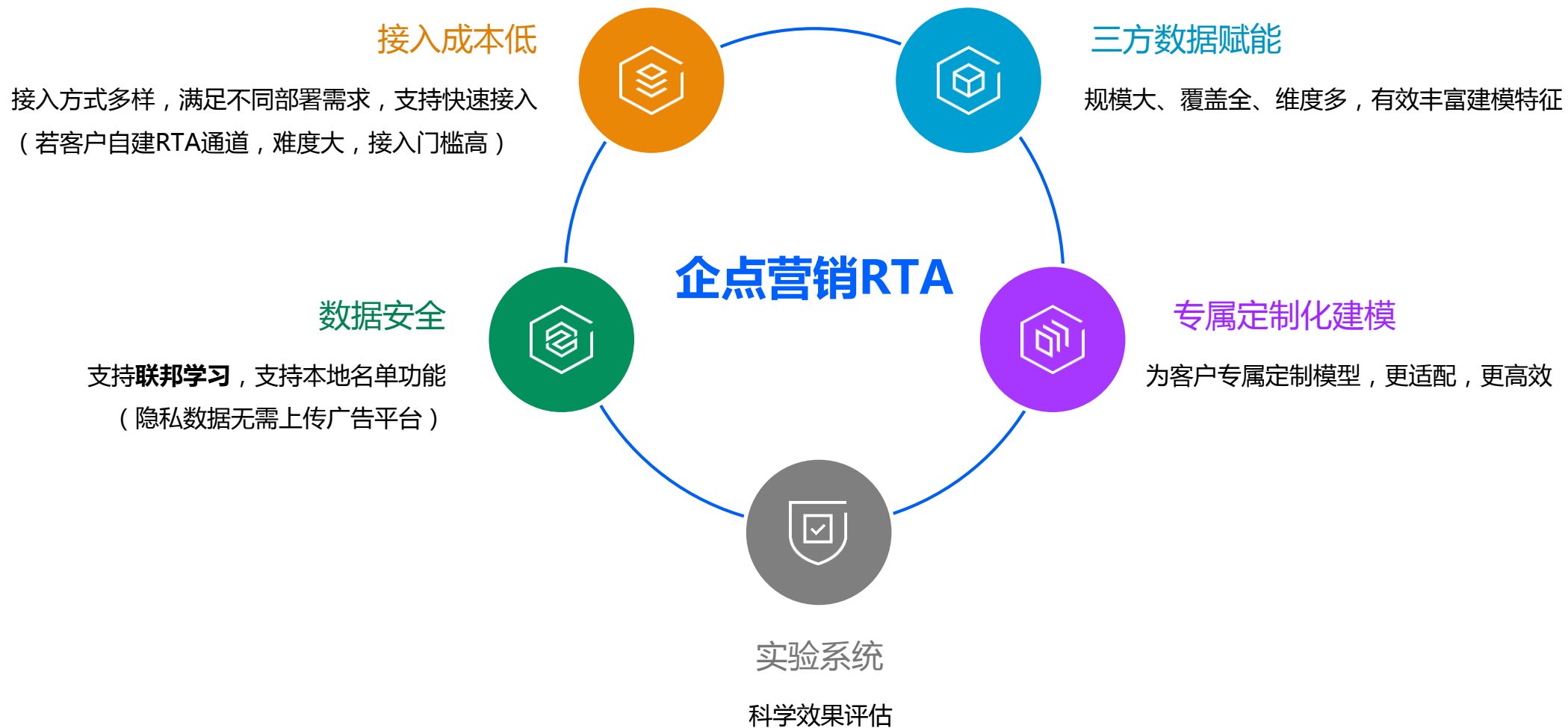
方法

- 接入RTA，为客户定制分层出价模型，实现智能出价能力
- 对接腾讯广告流量，投放oCPM，优化目标付费
- 接入实验系统，设置对照组（无智能分层出价），实验组（应用智能分层出价）

效果

测试期4周，评估付费成本、付费量、曝光量、曝光付费率（付费数/曝光数）变化情况。

	曝光量	付费量	付费成本	曝光付费率
实验组VS对照组	+22.88%	+56.55%	-2.25%	+27.4%



数据科学交付（全周期参与）

行业知识（多年行业数字化经验）

AI模型能力



- 确定优化目标
- 样本定义
- 样本构建、筛选

- 行业特征库构建（人口属性、兴趣偏好、内容消费等）
- 特征选择
- 特征关联

- 全链路多任务自定义定制模型
- 多轮优化调参

- 模型分与出价系数的转换
- 行业洞察

- 设置实验分组
- 确定效果数据回传字段
- 绑定广告账号
- RTA模型上线

- 分析反馈数据
- 基于数据结果，做出优化调整：或调整样本、或优化模型、或调整出价系数策略...

确定优化目标样本

确定特征

构建模型

确定出价系数

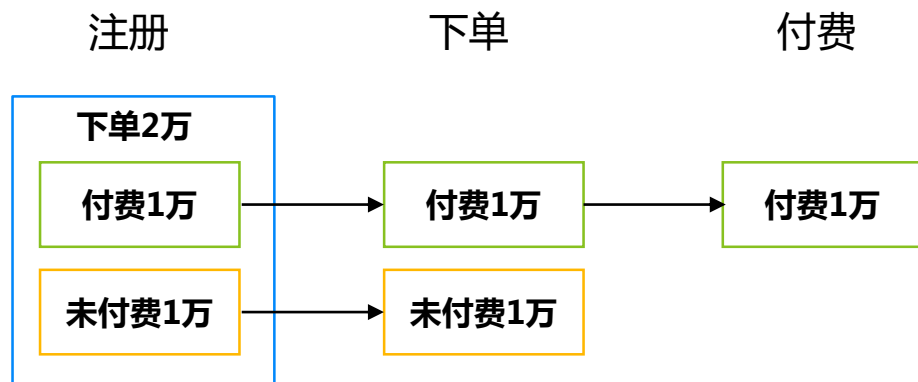
RTA实验上线

优化反馈

POC样本、工期、准备事项

样本：需来源效果广告，包括但不限于腾讯广告，巨量也可包含。
多渠道来源的样本，有利于提升模型效果。

举例



未下单6万

最后一级转化目标，正样本至少1万，各阶段正负样本比例，最好符合真实业务情况

工期：

1. 新样本建模时间 3周内
2. 策略优化周期 3-4周内

准备事项：

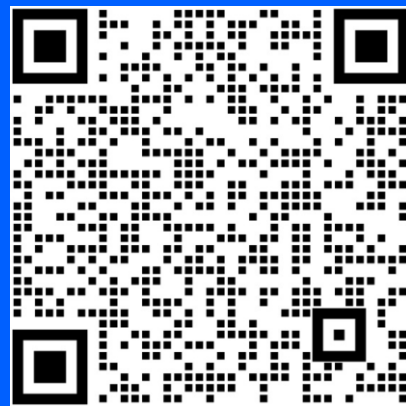
1. 确定优化目标，提供相应模型训练样本
2. 准备RTA测试账号（腾讯广告账户）

字段：手机号（设备号）MD5，表单线索（注册）创建时间，渠道（仅限效果广告渠道，比如腾讯广告、字节巨量等），下单时间，付费时间

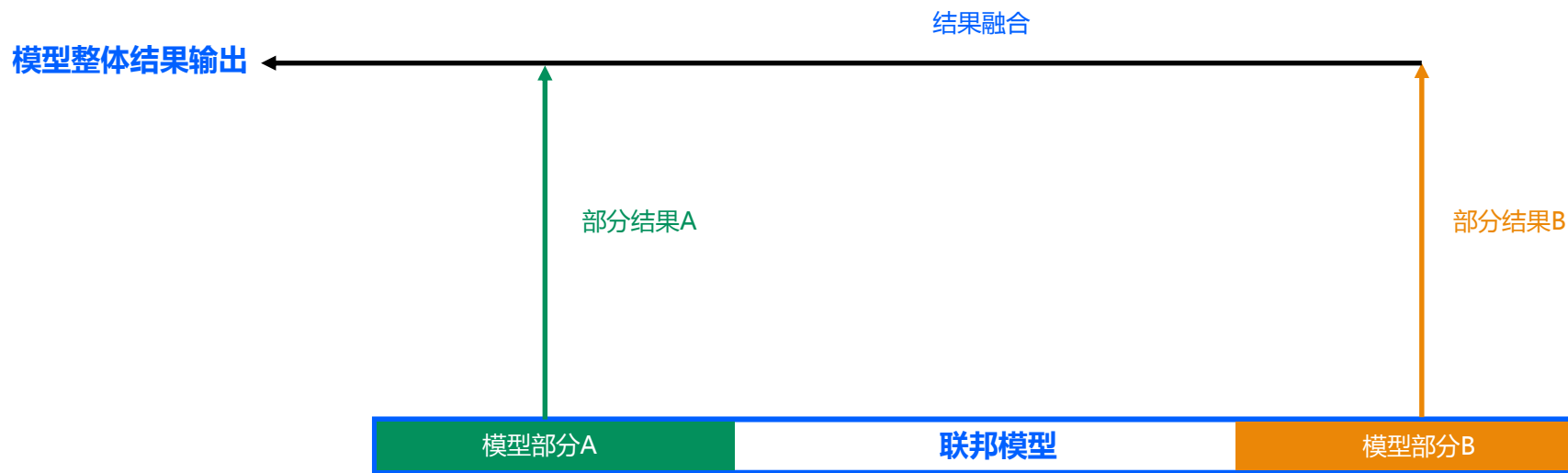
期待合作

联系人：陈婧

邮件：jinggchen@tencent.com



模型推理



模型训练

