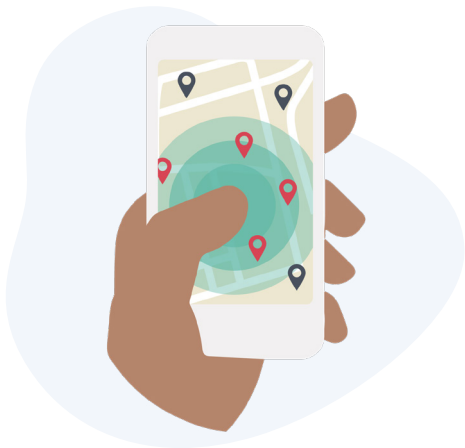


您有充分利用地理定向吗？

了解关于地理定向和地理围栏的一切，以及如何通过Smaato使用这两种定向方式。



什么是地理定向？

地理定向是一种不基于个人标识符，而是基于地理位置来触达广告用户的方法。广告主可以面向特定区域的用户，提供与当地相关的广告内容。

地理定向的最佳用途：

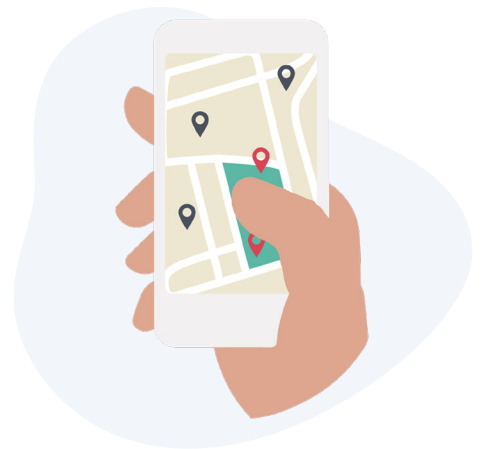
- 政治竞选
- 当地活动支持
- 区域性节日、活动
- 特定省/州的广告

什么是地理围栏？

地理围栏是地理定向的一个子范畴，可以围绕某个纬度/经度点，界定一个特定的半径。这样，广告主和DSP无需按照邮政编码或省/州或城市进行定向，而是可以围绕特定兴趣点触达周围的相关人群。

地理围栏的最佳用途：

- 高校校园附近
- 体育场馆
- 音乐演出场地
- 餐厅
- 购物中心和零售场所



为什么地理定向很重要？

ID的可寻址性受限于很多因素，如用户的同意、ID和第三方cookie的逐步淘汰。在未得到用户同意时，地理定向和地理围栏会是颇有成效的方法，无需麻烦的分类法或关键词，即可为营销活动进行定向。

因为营销商基于用户的地理位置，而不是身份信息来进行定向。这种方式不仅直接，并且不损害用户隐私，还能展示高度相关的广告素材。

DSP和营销商如何利用地理定向？

地理定向可以在宏观或微观层面上进行。例如，在宏观层面上，营销商可以使用地理定向，来选择（或排除）特定的大陆、地区或国家。

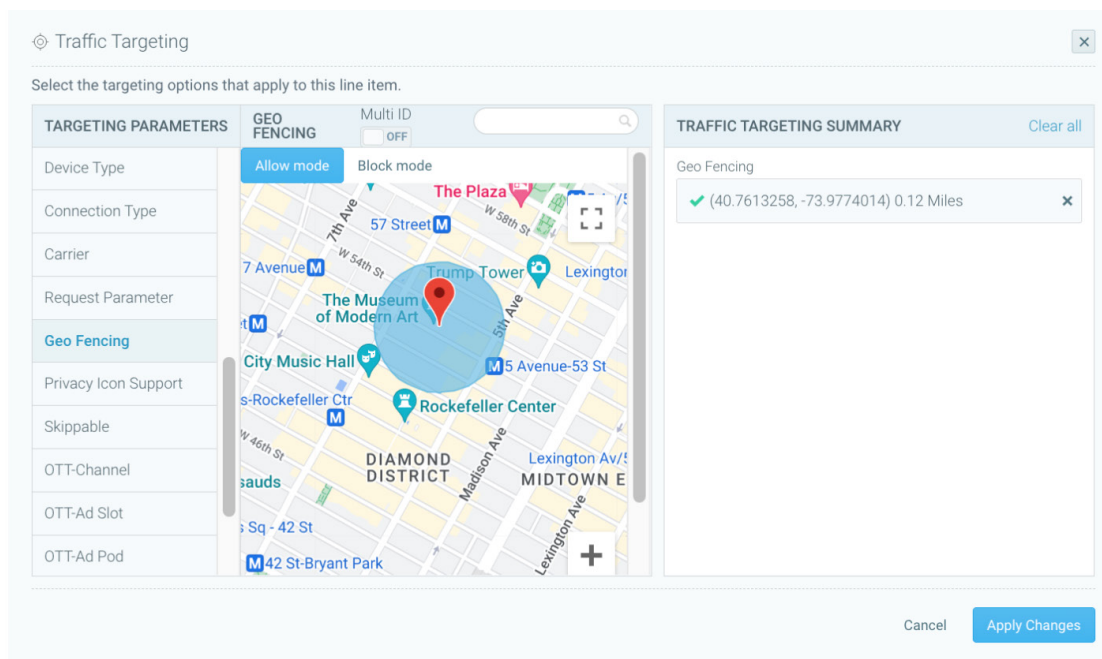
或者，营销商可以围绕当地的大型活动（如体育赛事或音乐演出），为参与者们提供有趣、相关的广告内容。（例如，附近餐馆的优惠券，或某个特定促销的代码。）

针对这些大型活动，通过选择相关的邮编、DMA或地理围栏（围绕街道地址或经纬度建立一个半径），营销商便能进行具有相关性的超级定向。



营销商/DSP的关键机会：

- 为实体店或位置引流
- 用高度相关的素材，触达附近的用户
- 按邮编缩小竞选广告范围，与当地选民建立联系
- 提供优惠活动和促销
- 围绕有影响力的活动、音乐演出，甚至是季节/气候创造广告素材



品牌根据用户的物理位置进行定向，可以提供具相关的促销，以及合适的广告内容，这会带来更高的参与度和更好的用户体验。

使用Smaato进行地理定向



在Smaato，使用地理定向功能非常容易。

新建广告“line item”或PMP交易时，您只需前往“定向”，然后在定向菜单中，找到地理定向和地理围栏。

为地理定向设置精确的参数

在地理定向下，您会看到国家 > 省/州 > 城市定向、邮编、DMA的子菜单。我们把国家 > 省/州 > 城市定向设定为层级结构，以便您先选择一个国家，再选择该国家的省/州，然后是该省/州的城市。

对于国家 > 省/州 > 城市定向，

1. 首先选择一个或多个国家。如果未选择国家，则表示全球定向。
2. 可以选择允许或阻止某个国家，或者如果要进行更细化的定向，可以点击国家名称，深入查看该国家的省/州。
3. 在省/州层级，可以选择允许或阻止特定的省/州，或如果要进行城市层级的定向，可以点击省/州名称，查看该省/州的城市。
4. 在城市层级，也可以选择允许或阻止，从而只对该城市进行定向，或将该城市排除在定向之外。targeting.

您可以在同一个“line item”或交易中，纳入不同的定向层级，例如：

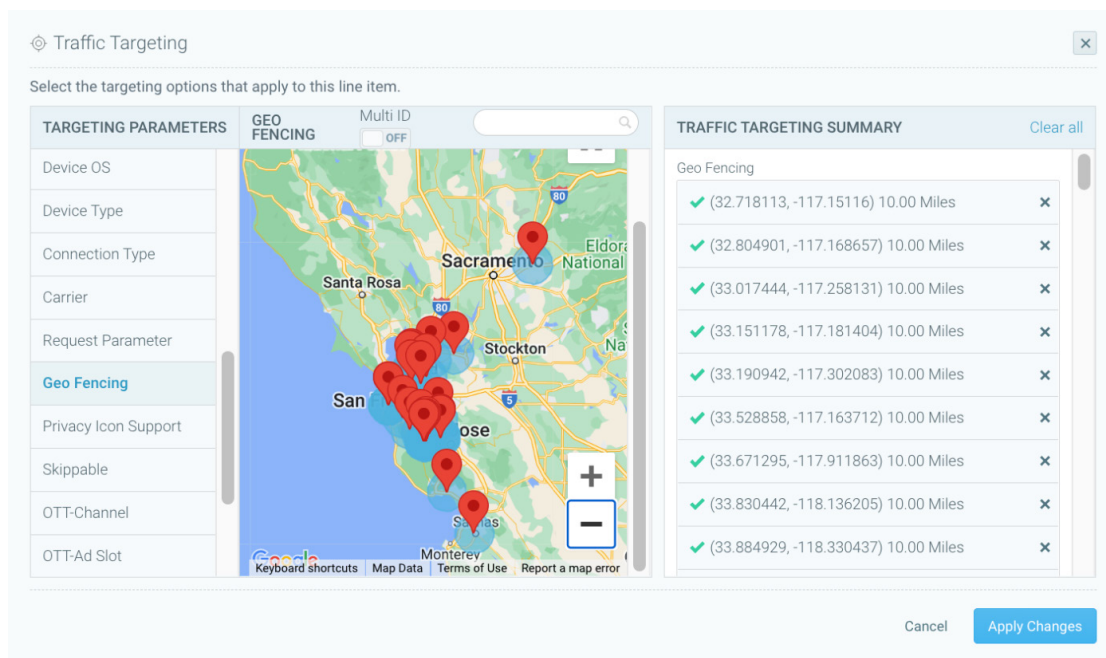
- 定向整个加拿大（国家）
- 定向加利福尼亚州（在美国境内）
- 定向芝加哥市（在伊利诺伊州内，在美国境内）

对于DMA定向或邮编定向，可以选择输入单个DMA或邮编，或使用批量表格，来上传DMA或邮编的列表。

最佳的做法是，在采用DMA或邮编时，您可以选择国家，但不选择省/州或城市。

对于地理围栏定向，在定向菜单中，选择地理围栏。有多种方法可以创建围栏：

- 在地图上手动放置标志
- 上传批量表格，可以采用街道地址或经纬度，围绕想要定向的位置，划定围栏的半径。
- 对于以上所有选项，您都可以选择允许或阻止。你可以随时编辑半径，以优化“line item”。



在单个“line item”或交易中，您可以选择省/州和城市，或DMA，或邮编，或地理围栏。

根据用户的位置而不是身份来实现触达，您准备好了吗？

联系我们，[立刻开始吧](#)。