

Nielsen Marketing Cloud

adGeek

聯成電腦

案例分享：運用NMC接觸年輕受眾，協助聯成電腦品牌節省36%名單取得成本

什麼是Nielsen Marketing Cloud (NMC) 服務？

NMC為尼爾森所推出之廣告受眾數據，主要結合市場上有價值、多元的第三方受眾數據，協助廣告主與代理商在不同面向鎖定關鍵群眾，並擴大廣告觸及，接觸潛在消費客群與目標消費者。

在台灣，尼爾森目前推出兩種類別之分眾數據Segments，分別是：

1. eXelate TW:以瀏覽或廣告互動行為彙整之興趣受眾。
2. Nielsen Retail & FMCG segments powered by LOTAME: 以電子發票為數據基礎彙整之消費與通路行為受眾。

本次專案以NMC之受眾數據服務，協助廣告主與代理商在數位廣告上能觸及潛在客群，並有效接觸目標消費者。

客戶挑戰與專案過程

客戶挑戰

聯成電腦為台灣電腦教育的領導品牌，近年來除了實體課程外，也透過線上學院增加服務學員的管道。而聯成電腦的首要目標是希望能在數位環境中觸及年輕受眾，蒐集年輕受眾名單，進而接觸以增加年輕族群使用聯成電腦的服務。

專案過程

了解聯成電腦本次的廣告目標，希望能蒐集更多年輕族群名單以擴大年輕學員規模，代理商夥伴adGeek艾得基客行銷顧問股份有限公司使用NMC Retail & FMCG分眾數據的以下受眾：

- 燦坤、順發通路消費者 → 觸及3C受眾
- 威秀、秀泰影城消費者 → 觸及年輕族群

專案最終成效

成功節省 **36%** CPA
(取得每名單成本)

最終成效

代理商夥伴除了在社群平台上使用尼爾森NMC受眾數據投放廣告，也同時使用社群平台內的相似興趣受眾，以運用兩組比較觀察成效。

最終，使用NMC第三方廣告受眾相較於使用社群平台內的類似興趣受眾，成功節省**36%的CPA** (平均每單有效名單的取得成本)。

透過結合尼爾森NMC第三方廣告受眾數據，協助客戶於數位廣告的市場中，觸及到新的潛在客群；且以更符合成本效益的方式有效取得消費者的聯繫資訊。

數位行銷最佳利器：尼爾森第三方受眾數據 Nielsen Marketing Cloud (NMC)

尼爾森匯集多元受眾數據，協助您在數位中對受眾精準投放

尼爾森的Nielsen Marketing Cloud (NMC) 服務匯集第三方受眾資料，或是與全球知名數據供應品牌合作，協助您在不同面向鎖定關鍵群眾，並擴大廣告觸及，接觸潛在消費客群與目標消費者。目前台灣的Nielsen Marketing Cloud已經推行了以下兩種不同的分眾數據服務：

Nielsen Retail & FMCG segments powered by LOTAME 產品與通路消費分眾數據

真實的購買數據：
基於消費者發票資料，透過消費購買行為鎖定廣告受眾

具規模的數據規模：
將受眾行為進行模組推估，提供具規模的消費行為受眾數據

強大的產品團隊：
Nielsen與Lotame合作，打造Nielsen Retail & FMCG受眾數據

上架廣告平台：

- Google DV360
- The Trade Desk DSP
- Verizon Media DSP

eXelate TW 興趣與廣告互動分眾數據

多元且細緻的受眾選擇與種類：
根據受眾的瀏覽、網頁互動行為歸納，並高達300多種不同的多元受眾選擇

長期的資料合作夥伴：
eXelate TW受眾數據由尼爾森長期合作夥伴OneAD Smart Media提供。

上架廣告平台：

- Google DV360



想獲知完整受眾清單，或更多製化數據與平台需求，請與尼爾森聯絡。
電話: (02) 2171 5888 Email: Nielsen.Media@nielsen.com