

成功案例:OPENWRAP SDK

中国头部移动游戏厂商如何通过 PUBMATIC 实现应用内横幅广告收入增长

某业内领先的中国移动游戏厂商，专注于解谜拼词类休闲游戏，在全球范围内拥有超过4000万用户。

挑战

选择正确的应用内变现解决方案，能让应用开发者专注于产品需求，提升用户体验。聚合平台将多个广告联盟整合到一个 SDK 集成，经常受到应用开发者的青睐。通过比较不同需求来源的 CPM 历史数据，聚合平台把这些需求来源整理到一个连续的瀑布流竞价设置中。

这家移动游戏开发商最初也是如此，依赖于一个主流的黑盒聚合解决方案，连接各类需求方渠道，来运行效果类广告活动。但这种方式产生的横幅广告位成效相当糟糕——低 eCPM，低填充率。而对一家休闲游戏开发商来说，高效的横幅广告变现至关重要。因此，他们转向了 PubMatic，把横幅广告位开放给海外品牌，以期获得更多品牌主预算。

成果

通过把 PubMatic 的 OpenWrap SDK 集成到现有的聚合解决方案中，这家移动游戏开发商成功向海外品牌开放了横幅广告位库存，并实现了 eCPM，填充率和平均每用户收入 (ARPU) 的显著提升*。

解决方案: PUBMATIC OPENWRAP SDK

OpenWrap SDK 集成了多个需求方合作伙伴，包括主流的广告交易平台和需求方平台，来运行品牌广告活动。用户可以在基于云的 UI 界面中，通过企业级分析工具和数据报告发现有关收益优化的洞察，管理多个需求方合作伙伴，快速有效地添加竞价方，而无需对其 SDK 和应用程序做任何修改，也无需再次取得应用程序商店的批准。

在这套方案中，各个需求来源都在同一个基于实时价格的竞价模式中竞争广告位，这样一来，发行商便能够提高效率，获得透明度，同时提升收入。

OpenWrap SDK 可以集成到现有的聚合解决方案或各种广告服务器中，也可以作为一套独立的变现解决方案进行部署。

14%

每日平均 eCPM
提升¹

10.6%

每日平均填充
率提升²

16.4%

每日平均每用
户收入提升³

* 数据来源：2021 年 8 月至 9 月

¹ 根据比较集成 OpenWrap SDK 前后，在公开市场上进行变现的展示类横幅广告每日平均 eCPM

² 根据比较集成 OpenWrap SDK 前后的每日平均填充率

³ 根据比较集成 OpenWrap SDK 前后的评价每日每用户收入