

移动定位

IP 地理定位可弥补移动差距，帮助品牌接触更为“活跃”的消费者



目前，全球手机用户超过 65 亿，几乎是互联网用户数量的三倍，因此手机即将成为接触消费者的主导性或第一大屏幕。同样，广告商、出版商、零售商和其他品牌在移动营销和扩展方面投入的资源也在不断增加。那么，是什么在助力移动领域的这一迅速崛起？是 170 亿美元的基于位置的服务市场。



“消费者地理智能技术的使用，对于为各种品牌和代理提供最佳移动营销服务至关重要。”

- Anne Frisbie, InMobi Global Alliances 副总裁

选择退出？IP 地理定位有助于以非侵入方式接触手机用户

在大多数情况下，营销人员要想充分利用基于位置的服务以提供有针对性的广告、促销活动和内容，手机用户必须要在自己的设备上打开 GPS 跟踪应用程序。但是，许多用户会选择关闭该功能，理由是对隐私权和电池使用寿命的顾虑等。

那么，企业如何才能成功定位那些选择关闭位置服务的“活跃”用户呢？只需借助基于 IP 的地理定位技术。这一解决方案有助于弥补移动差距。随着移动用户逐渐利用数量不断增长的、费率和网速日益改善的 Wi-Fi 网络，这使得企业可以通过位置和连接类型来定位手机用户。该技术可利用由移动设备的 IP 位置信息组成的“生活网络”，以及数十亿个设备上位置交易，提供精确但绝对私密的全球在线定位。

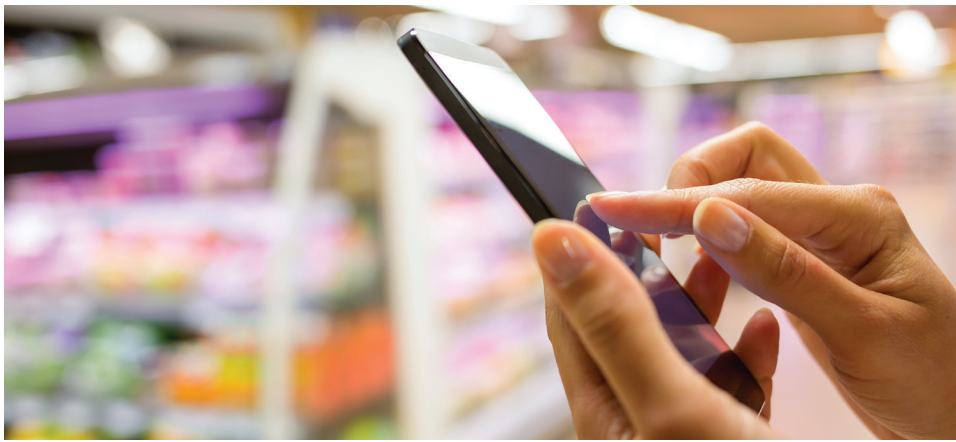
准确的、非侵入性实时定位

基于 IP 的地理定位技术可识别在线访客的位置，精确至全球范围内的邮政编码级别——同时不会侵犯用户的隐私。这有助于营销人员通过向经由公共 Wi-Fi 热点或家庭无线网络访问互联网的消费者提供量身定制的本地化内容，“弥补移动差距”，甚至有助于区分不同的热点类型（即机场、大学等）。IP 地理定位可帮助营销人员在移动世界中反应敏捷，允许他们根据消费者的位置以及在特定时间点联系消费者的方式接触消费者，无论使用的是何种设备。



Wi-Fi 用户占手机用

户群的 **80%**



发现“位置的威力”

市场营销的未来涉及到内容的提供，此类内容不仅要根据客户在传统购买周期中处于哪个环节，而且还要根据他们目前所处的地理位置，以及他们获取信息的时间和方式来进行定制。成功的移动市场营销，实际上就是要提供环境的相关性。如果一个品牌打算根据用户所处的位置来提供有针对性的内容，那么这些内容就必须适用于当时的时间。一个人所处的位置可以让我们根据人口统计信息以及其他生活方式的环境假设，更加深入地了解这个人，这有时被称为地理文本数据或临近智能。

借助 Digital Element 的地理定位和 IP 智能技术，营销人员、广告商、零售商等可以利用我们的数据，综合地理文本或与位置和环境相关的业务策略，从而与消费者进行更加智慧、相关的互动。更重要的是，营销人员可以接触使用不同设备的受众，与当今“永远在线”的用户开展更具吸引力的互动。

益处



改善互动

提供基于位置的内容、促销活动、新闻、优惠等，不需要用户打开基于位置的服务。



建立品牌忠诚度

通过使用注重隐私保护的 IP 地理定位数据，自动提供极具吸引力的相关内容，增加信任。



提高投资回报率 (ROI)

加入地理文本数据，以增加地理定位广告、促销活动和优惠券的范围和相关性。



获得即时收入

在客户做出购买决策时即时接触客户，促使客户从研究迅速转向行动。



Accredited by
Media
Rating Council®

业内首款经过认证的地理定位数据源

Digital Element 已成为业内第一个获得媒体评级委员会 (Media Rating Council, MRC) 认证的 IP 地理定位数据提供商，其使命是确保正确、可靠及有效的受众统计服务。

样本客户



美国总部：
155 Technology Parkway Suite 800
Norcross, GA 30092
+1 678.258.6300

英国总部：
8 Northumberland Avenue
London WC2N 5BY, United Kingdom
+44 (0) 2035 142 663

A DIVISION OF DIGITAL ENVOY®

